

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Digital Marketing*

2.1.1 Definisi *Digital Marketing*

Digital marketing dapat didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas pemasaran yang dilakukan secara *online* melalui berbagai kanal digital, seperti *website*, media sosial, email, mesin pencari, dan lain sebagainya. Dalam konteks ini, *digital marketing* tidak hanya mencakup upaya promosi produk atau layanan, tetapi juga melibatkan pembentukan citra merek, interaksi dengan konsumen, serta pengukuran dan analisis kinerja pemasaran secara menyeluruh (Anggi Mayasari Lubis et al., 2022).

2.1.2 Manfaat *Digital Marketing* dalam Bisnis

Berikut beberapa manfaat utama *digital marketing* dalam bisnis (Jurnal & Mea, 2024):

1. Meningkatkan Visibilitas dan Jangkauan

Salah satu manfaat utama *digital marketing* adalah kemampuannya untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan bisnis. Dengan menggunakan berbagai platform digital, seperti media sosial, *website*, dan mesin pencari, bisnis dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

2. Peningkatan Interaksi dengan Konsumen

Digital marketing juga memungkinkan bisnis untuk berinteraksi secara lebih langsung dan personal dengan konsumen mereka. Melalui media sosial, email, dan platform komunikasi lainnya, bisnis dapat berkomunikasi dengan konsumen secara real-time, menjawab pertanyaan mereka, dan merespons umpan balik dengan cepat. Ini memungkinkan bisnis untuk membangun hubungan yang lebih kuat dan lebih intim dengan konsumen mereka.

3. Pengukuran Kinerja yang Akurat

Salah satu keunggulan *digital marketing* adalah kemampuannya untuk mengukur kinerja kampanye dengan lebih akurat. Berbagai alat analisis digital memungkinkan bisnis untuk melacak dan menganalisis data tentang interaksi konsumen dengan konten dan iklan mereka. Hal ini memungkinkan bisnis untuk memahami lebih baik efektivitas kampanye mereka,

mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, dan mengoptimalkan pengeluaran pemasaran mereka.

4. Meningkatkan Konversi Penjualan

Salah satu tujuan utama *digital marketing* adalah untuk meningkatkan konversi dan penjualan. Dengan menggunakan strategi yang tepat, seperti personalisasi konten, targeting iklan yang akurat, dan tindak lanjut yang efektif, bisnis dapat mengubah prospek menjadi pelanggan yang loyal dan meningkatkan tingkat penjualan mereka secara signifikan.

5. Memperkuat Citra Merek

Digital marketing juga memungkinkan bisnis untuk memperkuat citra merek mereka di mata konsumen. Dengan menyebarkan konten yang konsisten dan relevan melalui berbagai platform digital, bisnis dapat membangun kesan positif tentang merek mereka dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan yang mereka tawarkan.

2.2 Peranan *Website* dalam *Digital Marketing*

Website merupakan salah satu aspek kunci dalam strategi *digital marketing* sebuah perusahaan. Sebagai pusat informasi *online*, *website* tidak hanya menyediakan informasi tentang produk dan layanan perusahaan, tetapi juga menjadi titik fokus bagi aktivitas pemasaran digital seperti konten, SEO (*Search Engine Optimization*), dan kampanye iklan *online* (Purnomo et al., 2024).

2.2.1 Fungsi Utama *Website* dalam Strategi *Digital Marketing*

Berikut adalah beberapa fungsi utama *website* dalam strategi pemasaran digital (Yanto & Rusda, 2022):

1. Pusat Informasi

Website berfungsi sebagai pusat informasi yang komprehensif tentang produk, layanan, dan merek perusahaan. Di *website*, konsumen dapat menemukan informasi detail tentang produk, fitur, spesifikasi, harga, dan cara pembelian. Informasi ini membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih informasi dan terinformasi.

2. Ekspresi *Branding*

Website menjadi platform utama untuk mengekspresikan identitas merek dan budaya perusahaan. Desain *website*, warna, logo, dan konten yang disajikan membentuk citra merek perusahaan di mata konsumen. Dengan membangun *brand image* yang

konsisten dan menarik, *website* membantu memperkuat hubungan emosional antara merek dan konsumen.

3. Penjualan dan Konvers

Website juga berperan sebagai platform untuk melakukan transaksi dan konversi. Dengan menyediakan fitur belanja *online* atau formulir pemesanan, konsumen dapat langsung melakukan pembelian produk atau layanan secara *online* melalui *website* perusahaan. Ini membantu meningkatkan kemudahan akses dan meningkatkan tingkat konversi.

4. Konten dan SEO

Website merupakan basis untuk konten pemasaran dan strategi SEO. Konten yang relevan dan berkualitas dapat diterbitkan di *website* untuk menarik pengunjung, meningkatkan interaksi, dan meningkatkan visibilitas *online* melalui SEO. Dengan menerapkan teknik SEO yang tepat, *website* dapat muncul di peringkat teratas dalam hasil pencarian, meningkatkan lalu lintas organik dan kesadaran merek.

5. Hubungan dengan Konsumen

Website membantu memperkuat hubungan antara perusahaan dan konsumen melalui interaksi *online*. Fitur seperti formulir kontak, *live chat*, atau forum diskusi memungkinkan konsumen untuk berinteraksi langsung dengan perusahaan, mengajukan pertanyaan, memberikan umpan balik, atau mendapatkan dukungan pelanggan. Ini membantu membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.

6. Analisis dan Pengukuran Kinerja

Website menyediakan data dan analisis yang penting untuk mengukur kinerja pemasaran digital. Melalui alat analisis web seperti Google Analytics, perusahaan dapat melacak jumlah pengunjung, perilaku pengunjung, konversi, dan metrik lainnya. Informasi ini membantu perusahaan memahami efektivitas strategi pemasaran mereka dan membuat penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja.

2.2.2 Keunggulan Penggunaan *Website*

Website memiliki sejumlah keunggulan yang menjadikannya media promosi yang sangat efektif dalam strategi pemasaran digital. Dibandingkan dengan media promosi tradisional seperti iklan cetak atau televisi, penggunaan *website* menawarkan berbagai manfaat yang lebih luas dan lebih terukur (Prameswari & Nurhadi, 2024).

Berikut adalah beberapa keunggulan penggunaan *website* sebagai media promosi (Andik Prakasa Hadi & Faiz Abdul Rokhman, 2020):

1. Akses Global
Salah satu keunggulan utama penggunaan *website* sebagai media promosi adalah kemampuannya untuk diakses secara global. Dengan jangkauan audiens seluruh dunia tanpa terbatas.
2. Dapat Diperbarui dengan Mudah
Website memungkinkan perusahaan untuk memperbarui informasi dan konten dengan mudah dan cepat.
3. Interaktif dan Engaging
Website dapat dirancang untuk menjadi interaktif dan engaging bagi pengunjung. Fitur seperti formulir kontak, *live chat*, formulir pendaftaran, dan pemesanan secara langsung memungkinkan pengunjung untuk berinteraksi secara langsung dengan perusahaan.
4. Keterjangkauan 24/7
Website dapat dijangkau pengunjung kapan saja dan dari mana saja. Dengan keterjangkauan yang konstan, *website* memungkinkan perusahaan untuk terus berinteraksi dengan audiens mereka bahkan di luar jam kerja.

2.2.3 Prinsip Desain *Website* yang Mendukung

Desain *website* adalah salah satu aspek penting dalam membangun identitas merek online dan meningkatkan pengalaman pengguna. Prinsip-prinsip desain yang tepat dapat membantu memperkuat citra merek perusahaan, menciptakan hubungan emosional dengan pengunjung, dan meningkatkan keterlibatan pengguna (Ardhana et al., 2023). Pada konteks pemasaran digital, desain *website* harus memperhatikan beberapa prinsip penting yang mendukung branding perusahaan. Berikut adalah beberapa prinsip desain *website* yang mendukung (Febriyantoro & Arisandi, 2018):

1. Konsistensi Visual
Konsistensi visual adalah kunci dalam membangun citra merek yang kuat dan mudah dikenali. Desain *website* harus konsisten dengan identitas merek perusahaan dalam hal penggunaan warna, *font*, logo, dan elemen visual lainnya. Hal ini

membantu menciptakan kesan yang seragam dan konsisten di antara semua elemen brand, baik di *website* maupun di media lainnya.

2. Relevansi dengan Identitas Merek

Desain *website* harus mencerminkan identitas merek perusahaan, termasuk nilai-nilai, misi, dan citra yang ingin disampaikan. Setiap elemen desain, mulai dari warna dan font hingga gambar dan animasi, harus konsisten dengan *brand identity* perusahaan. Hal ini membantu memperkuat hubungan emosional antara merek dan pengunjung *website*.

3. *User-Centric Design*

Desain *website* harus mengutamakan pengalaman pengguna (user experience/UX) untuk memastikan bahwa pengunjung dapat dengan mudah menavigasi situs dan menemukan informasi yang mereka cari. Hal ini termasuk pembuatan navigasi yang intuitif, tata letak yang bersih dan terorganisir, serta penggunaan elemen interaktif yang meningkatkan keterlibatan pengguna.

4. Responsif dan *Mobile-Friendly*

Dalam era digital yang semakin mobile, penting bagi *website* untuk responsif dan *mobile-friendly*. Desain yang responsif memastikan bahwa *website* dapat menyesuaikan tampilannya dengan baik di berbagai perangkat, mulai dari desktop hingga *smartphone*. Ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna, tetapi juga mendukung citra merek yang modern dan inovatif.

5. Fokus pada Konten Berkualitas

Desain *website* harus dirancang untuk menonjolkan konten yang berkualitas dan relevan. Hal ini termasuk penggunaan tata letak yang bersih dan minimalis, pemilihan gambar yang menarik, dan penempatan teks yang mudah dibaca. Konten yang berkualitas membantu menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan keterlibatan mereka dengan merek.

6. Dukungan untuk *Brand Storytelling*

Desain *website* harus mendukung *brand storytelling* dengan cara yang efektif. Ini mencakup penggunaan elemen visual dan naratif yang kuat untuk menyampaikan cerita merek perusahaan, misi, dan nilai-nilai yang mendasarinya. Desain yang mendukung *brand storytelling* membantu membangun hubungan emosional dengan pengunjung dan memperkuat identitas merek.

7. Fokus pada Kecepatan dan Kinerja

Kecepatan dan kinerja *website* memainkan peran penting dalam pengalaman pengguna dan citra merek. Desain *website* harus dioptimalkan untuk memastikan waktu muat yang cepat dan responsif, serta kinerja yang stabil di berbagai platform dan perangkat. Hal ini membantu menciptakan kesan profesional dan dapat diandalkan di mata pengunjung.

8. Penekanan pada *Call-to-Action* (CTA)

Desain *website* harus menekankan *call-to-action* (CTA) dengan jelas dan menarik untuk mendorong pengunjung melakukan tindakan yang diinginkan, seperti mendaftar, menghubungi, atau membeli. Penggunaan desain yang menonjolkan CTA, seperti warna kontras dan animasi yang menarik, membantu meningkatkan konversi dan mencapai tujuan pemasaran.

9. Penggunaan Gambar dan Visual yang Menarik

Penggunaan gambar dan visual yang menarik adalah elemen penting dalam desain *website* yang mendukung *branding*. Gambar-gambar yang relevan dan berkualitas tinggi dapat membantu memperkuat citra merek, menyampaikan pesan merek, dan menarik perhatian pengunjung. Desain yang estetis dan memikat membantu menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan mengesankan.

10. Integrasi dengan Platform Sosial Media

Desain *website* harus mengintegrasikan platform sosial media perusahaan dengan baik untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan pengunjung. Ini mencakup penggunaan ikon sosial media yang terlihat, tombol berbagi konten, dan *widget feed* sosial media yang terkait. Integrasi sosial media membantu memperkuat kehadiran merek *online* dan membangun komunitas pengikut yang terlibat.

11. Penekanan pada Keamanan dan Privasi

Terakhir, desain *website* harus memberikan penekanan yang cukup pada keamanan dan privasi pengunjung. Hal ini mencakup penggunaan sertifikat SSL untuk enkripsi data, kebijakan privasi yang jelas dan mudah diakses, serta perlindungan terhadap serangan cyber dan kebocoran data. Penekanan pada keamanan dan privasi membantu membangun kepercayaan pengunjung dan menjaga reputasi merek perusahaan.

Dengan memperhatikan prinsip-prinsip desain yang mendukung *branding* ini, perusahaan dapat memastikan bahwa *website* mereka tidak hanya mencerminkan identitas merek yang kuat, tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang positif dan meningkatkan keterlibatan pengunjung (Justitia et al., 2021). Desain *website* yang efektif menjadi salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran digital perusahaan dan dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kesuksesan pemasaran online mereka.

2.3 *Brand Image* Dalam Bisnis

2.3.1 Pengertian *Brand Image* dan Signifikansinya

Brand image, atau citra merek, merujuk pada persepsi, impresi, dan asosiasi yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu merek. Ini mencakup berbagai elemen seperti reputasi merek, karakteristik merek, pengalaman pengguna, dan persepsi kualitas. *Brand image* merupakan hasil dari interaksi antara merek dengan konsumen melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk iklan, promosi, produk, layanan pelanggan, dan pengalaman langsung (Sistianingaluh & Oktaviani, 2022).

Brand image memiliki signifikansi yang besar dalam konteks pemasaran dan bisnis. Beberapa alasan mengapa brand image penting dalam bisnis adalah (Ardhana et al., 2023):

1. Meningkatkan Kesadaran Merek
Brand image yang kuat membantu meningkatkan kesadaran merek di antara konsumen. Konsumen cenderung lebih memperhatikan dan mengingat merek yang memiliki citra yang positif dan memikat. Dengan memiliki *brand image* yang kuat, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas merek mereka dan membedakan diri dari pesaing.
2. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan
Brand image yang positif membantu membangun kesetiaan pelanggan. Konsumen cenderung lebih memilih merek yang mereka percayai dan sukai, serta memiliki pengalaman positif dengan merek tersebut. Dengan memiliki *brand image* yang kuat dan konsisten, perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan yang ada dan menciptakan basis pelanggan setia.

3. **Memperkuat Diferensiasi Merek**
Brand image yang unik dan kuat membantu membedakan merek dari pesaing di pasar yang ramai. Konsumen cenderung memilih merek yang menawarkan nilai tambah atau keunikan tertentu, dan *brand image* yang kuat dapat membantu merek untuk menonjol dan membedakan diri dari pesaing dalam benak konsumen.
4. **Mengurangi Sensitivitas Harga**
Brand image yang kuat membantu mengurangi sensitivitas harga konsumen terhadap produk atau layanan. Konsumen cenderung lebih bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk merek yang mereka percayai dan sukai, bahkan jika ada pilihan yang lebih murah. Dengan memiliki *brand image* yang positif, perusahaan dapat mengurangi tekanan harga dan meningkatkan profitabilitas mereka.

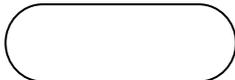
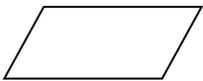
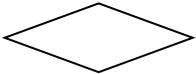
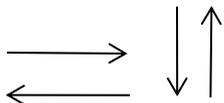
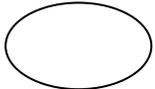
Dengan demikian, *brand image* memiliki signifikansi yang besar dalam kesuksesan dan keberlanjutan bisnis. Perusahaan yang berhasil membangun *brand image* yang kuat dan positif memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar dalam pasar yang semakin kompetitif dan global (Kontessa, 2020). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam membangun dan memelihara *brand image* mereka dengan baik sebagai bagian dari strategi pemasaran dan bisnis mereka.

2.4 Pengertian *Flowchart*

Menurut Malabay (2016) *Flowchart* merupakan “gambaran berbentuk suatu grafik yang disertai langkah-langkah dan urutan suatu prosedur dari suatu program”. *Flowchart* dapat membantu proses analisis, perancangan dan pengkodean untuk memecahkan masalah kedalam bagian-bagian yang lebih kecil untuk pengoperasiannya. *Flowchart* biasanya mempermudah penyelesaian suatu masalah pada evaluasi lebih lanjut. Pengertian lain *Flowchart* dapat dikatakan sebuah diagram dengan simbol-simbol grafis yang menyatakan aliran proses yang menampilkan beberapa langkah-langkah yang disimbolkan atau dapat diartikan sebagai penggambaran secara grafik dari langkah-langkah atau urutan-urutan dari suatu prosedur

program yang mempunyai fungsi tertentu. Fungsi Flowchart digunakan untuk memberikan gambaran suatu proses produksi agar mudah dipahami dan mudah dilihat berdasarkan urutan langkahnya dari proses yang satu ke proses yang lainnya. Sebagaimana dijelaskan pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Simbol-Simbol *Flowchart*

Simbol	Keterangan
Terminal 	Digunakan untuk menunjukkan awal dan akhir dari program
<i>Input-Output</i> 	Simbol yang menyatakan proses <i>input</i> dan <i>output</i> tanpa tergantung dengan jenis peralatannya
Proses 	Digunakan untuk mengolah aritmatika dan pemindahan data
Keputusan 	Digunakan untuk mewakili operasi perbandingan logika
Arus 	Penghubung antar prosedur / proses
<i>Connector</i> 	Digunakan untuk menunjukkan hubungan arus proses yang terputus masih dalam halaman yang sama
Penghubung 	Digunakan untuk menunjukkan hubungan arus dari suatu proses yang terputus dalam halaman yang berbeda

Lanjutan Tabel 2.1

<p><i>Document</i></p> 	<p>Simbol yang menyatakan proses <i>input</i> berasal dari dokumen dalam bentuk kertas atau <i>output</i> di cetak di kertas</p>
<p>Persiapan</p> 	<p>Digunakan untuk memberikan nilai pada awal suatu variabel atau <i>counter</i></p>
<p><i>Disk Storage</i></p> 	<p>Simbol untuk menyatakan <i>input</i> berasal dari <i>disk</i> atau <i>output</i> disimpan ke <i>disk</i>.</p>
<p><i>Storage</i></p> 	<p>Simbol untuk untuk menyatakan akses langsung ke perangkat penyimpanan</p>

Sumber: *researchgete.net*

2.5 Pengertian Wix

Wix adalah platform pengembangan berbasis cloud terkemuka dengan jutaan pengguna di seluruh dunia. Wix memudahkan semua orang untuk membuat keberadaan web yang cantik dan professional. Mempromosikan bisnis, memamerkan karya seni, menyiapkan toko online, atau mencoba ide baru. Pembuat situs web wix memiliki semua yang dibutuhkan untuk membuat situs web gratis yang sepenuhnya dipersonalisasi dan berkualitas tinggi (Wix, 2021).

Wix merupakan pilihan utama bagi mereka yang ingin membuat situs web yang menarik dan professional tanpa perlu memiliki pengetahuan teknis yang mendalam. Dengan fitur-fitur yang lengkap dan dukungan yang kuat, wix memberikan kemudahan bagi pengguna dari berbagai latar belakang untuk menciptakan keberadaan online yang unik dan efektif.

2.5.1 Perancangan *Website* Berbasis Wix

Perancangan *website* yang digunakan menggunakan wix sebagai *website* builder berbasis cloud yang membantu untuk membangun dan mengembangkan *website* sesuai dengan rancangan yang diinginkan. Berikut merupakan langkah-langkah yang akan

digunakan dalam merancang *website* berbasis wix pada Precious Patisserie Palembang (Wix, 2021):

1. Registrasi Akun Wix

Proses awal dalam pembuatan situs web menggunakan wix adalah dengan membuat akun terlebih dahulu. Calon pengguna diminta untuk mengisi formulir registrasi dengan menyertakan alamat email dan password. Alternatif lain adalah melalui konektivitas dengan akun facebook atau google jika mengalami kendala pada proses pendaftaran.

2. Pemilihan Jenis *Website*

Pada tahap ini, pengguna diminta untuk memilih jenis situs web yang ingin dibuat. Wix menawarkan berbagai pilihan, mulai dari blog, toko online, hingga situs musik dan acara. Pemilihan jenis situs web ini akan sangat mempengaruhi fokus dan tujuan situs web yang akan dibangun.

3. Penyesuaian Template

Setelah berhasil masuk ke akun Wix, langkah berikutnya adalah penyesuaian template yang sesuai dengan tema dan konsep usaha. Wix menyediakan berbagai template yang didesain khusus untuk berbagai jenis bisnis, termasuk toko kue dan kafe. Pilih template yang paling menggambarkan estetika dan fitur yang dibutuhkan oleh pengguna. Pengguna bisa mengklik template untuk melihat pratinjau sebelum memutuskan untuk menggunakannya.

4. Kustomisasi Desain

Setelah memilih template, langkah berikutnya adalah melakukan kustomisasi desain. Wix menyediakan editor drag-and-drop yang memungkinkan pengguna mengubah tata letak, menambahkan teks, gambar, video, dan elemen lainnya sesuai kebutuhan. Pastikan untuk menyertakan informasi penting seperti menu, alamat, jam operasional, dan kontak. Selain itu, gunakan gambar berkualitas tinggi dari produk kue dan suasana toko untuk menarik pengunjung.

5. Menambahkan Fitur-Fitur Tambahan

Wix menawarkan berbagai fitur tambahan yang bisa diintegrasikan ke dalam *website*. Untuk pelaku usaha, fitur penting mungkin termasuk sistem pemesanan online, blog untuk berbagi resep atau cerita tentang produk, serta galeri foto untuk menampilkan berbagai kue dan pastry yang tersedia. Pengguna juga bisa menambahkan formulir kontak untuk memudahkan pelanggan menghubungi, serta integrasi media sosial untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

6. Pratinjau dan Pengujian

Sebelum mempublikasikan *website*, lakukan pratinjau dan pengujian untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik dan tampilan *website* sesuai dengan yang diharapkan. Wix memungkinkan pengguna untuk melihat pratinjau *website* dalam mode desktop dan mobile, sehingga pengguna bisa memastikan *website* responsif dan tampak baik di berbagai perangkat.

7. Publikasi

Setelah puas dengan desain dan fungsionalitas *website*, langkah terakhir adalah mempublikasikan *website*. Klik tombol "*Publish*" di editor Wix, dan *website* pengguna akan segera online dan bisa diakses oleh publik. Wix juga menawarkan opsi untuk menghubungkan domain khusus jika pengguna sudah memilikinya atau ingin membeli domain melalui Wix.