



## INTISARI

Berkembangnya e-commerce di Indonesia cukup pesat, 98% dari anak dan remaja mengetahui tentang internet dan 79,5% merupakan pengguna. Penggunaan e-commerce tersebut sudah banyak digunakan dalam bertransaksi menggunakan *gadget* dengan metode pembayaran menggunakan kartu debit atau kredit, bahkan menggunakan pulsa. Peluang penggunaan e-commerce tidak hanya dimiliki oleh toko-toko online tapi juga game online, termasuk game online pada HP. Salah satu permainan yang umum dimainkan terutama oleh perempuan yaitu permainan memasak. Permainan ini bisa dijadikan sebagai peluang bisnis, yaitu dengan mewujudkan *cake* yang didesain oleh pengguna ke dalam wujud nyata dan dapat dibeli oleh pengguna. Namun, pasar yang potensial untuk menjadi pengguna dan membeli *cake* tersebut belum diketahui. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya potensi pasar penjualan *cake* berbasis game online dan merancang penjualan *cake* berbasis game online tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode yang digunakan untuk pemilihan sample yaitu teknik stratifikasi. Populasinya yaitu pelajar dan mahasiswa, kemudian dibagi menjadi beberapa sub kelompok antara lain SMP, SMA, dan D3/S1. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh melalui metode wawancara mendalam *semi-structured interviews*.

Hasil penelitian ini yaitu besarnya potensi pasar pada kelompok mahasiswa D3/S1 lebih besar daripada kelompok SMA dan SMP. Proses perancangan penjualan *cake* berbasis game online dimulai dari perumusan STP dan Marketing Mix. *Segmenting* dibagi menjadi 3 kelompok yaitu D3/S1, SMA, dan SMP. Target pasarnya yaitu kelompok 1 (D3/S1). *Positioning* dibangun dengan *tagline* "Make your own beautiful and delicious cake". *Marketing Mix* yang ditetapkan terdiri dari produknya yaitu *cake* dengan spesifikasi sesuai persepsi konsumen agar tidak jauh dari ekspektasi konsumen yaitu *cake* yang roti dan krimnya lembut, manisnya tidak berlebihan, ringan di mulut, bau tidak terlalu kuat, bahannya higienis, segar, aman, halal, memiliki reputasi yang baik, *topping* buah-buahan dan cokelat, dan krim yang sedikit, serta warna yang menarik. Saluran distribusi yang digunakan yaitu saluran distribusi langsung. Strategi penetapan harga yang digunakan yaitu *Product Line Pricing*, *Range* harga *gold* yaitu Rp10.000,00 s.d. Rp20.000,00 sedangkan *premium* yaitu Rp20.000,00. Promosi yang dilakukan melalui Line, BBM, media promosi media cetak, kerjasama dengan *platform*, atau menggunakan program *blast message* yang disediakan operator telekomunikasi, dan member *gift*.

**Kata kunci:** *potensi pasar, cake, game online, STP, marketing mix*



## ABSTRACT

*The development of e-commerce in Indonesia is quite rapid, 98% of children and adolescents know about the Internet and 79.5% are users of internet. The use of e-commerce is already used in transactions using gadgets with a debit or credit card, even using pulses as a payment method. The opportunities of e-commerce is not only owned by online stores but also online games, including online mobile games. One of all common games that played by everyone, especially by women is the cooking game. This game is a business opportunity, user could design their own cake and make that cake to be real by purchasing that cake by e-commerce. However, we don't know its potential market. That's why the purpose of this thesis is measuring the magnitude of the potential sales market cake based on online game and design a cake sales based on online game.*

*The type of this thesis is qualitative. The sampling method is stratification technique. Its population is students, then divided into several sub-groups, consist of junior high school, senior high school, and D3 / S1. The data is primary data*

*The results of this research is the market potential of group D3 / S1 is bigger than the junior high school and senior high school. The process of designing cake sales based on online game starts from the STP and Marketing Mix. Segmenting divided into 3 groups: D3 / S1, SMA, and SMP. Target market: group 1 (D3 / S1). The tagline of positioning is "Make your own beautiful and delicious cake". Marketing Mix consists of product, cake with specifications the same as consumer perception, at least it is not far from the expectations of consumers, cake bread and cream are soft, the sweetness is not excessive, soft when we eat them, the the smell is not too strong, the material is hygienic, fresh, safe, lawful, has a good reputation, topping fruit and chocolate and cream slightly, and nice color. The distribution channel is direct distribution. The pricing strategy is Product Line Pricing, consist of range gold price is Rp10,000.00 - Rp20.000,00 and premium price more than Rp20.000,00. Promotion by Line, BBM, cooperation with the platform, or using the blast message program that provided by telecom operators, and member gift.*

**Keywords:** *potensi pasar, cake, game online, STP, marketing mix*