

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pangan di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berperan penting dalam pembangunan industri nasional. Kuliner adalah salah satu komoditas penting Indonesia yang dapat menjadi senjata melawan banyaknya pesaing dari luar. Bidang kuliner menjadi sangat berkembang karena kuliner juga merupakan bagian dari budaya dan gaya hidup. Dampak terhadap kehidupan sehari-hari sangat terasa dengan banyaknya pedagang makanan baru yang bermunculan. Dengan banyaknya usaha di bidang kuliner saat ini, perlu dipikirkan apa yang membedakan satu dengan yang lainnya.

Merdeka Food adalah salah satu pionir kuliner di Kota Bandung yang terkenal dengan produk soes yang legendaris. Usaha di bidang pangan yang telah dirintis sejak tahun 1969 ini mampu bertahan bahkan memperluas usahanya di luar Bandung. Jenis produk yang mereka jual adalah soes basah, soes kering, bagelen, juga berbagai jenis roti dan kue. Keunikan rasa yang berasal dari resep tradisional yang digabungkan dengan teknologi modern ini mampu membuat Merdeka Food bertahan hingga kini.

Lokasi yang terletak di di Jalan Merdeka No. 25-29 Bandung ini berada di jalan yang cukup ramai dan strategis karena dikelilingi oleh pusat perbelanjaan seperti Bandung Indah Plaza dan Bandung Electronic Centre. Pemasaran produk bagelen dilakukan dengan cara dipajang pada etalase pada outlet toko roti Merdeka yang tersebar di beberapa daerah seperti Bandung, Jawa Tengah, Jakarta, Batam, Sulawesi, Kalimantan, dan Denpasar. Selain itu produk ini juga didistribusikan ke supermarket seperti Matahari, Carrefour, Hero, dan Hypermart.

Namun kini animo masyarakat terhadap Merdeka Food telah menurun, berbeda dengan beberapa tahun yang lalu dimana konsumen rela antri untuk membeli produk

Merdeka Food. Contohnya produk soes yang legendaris, beberapa tahun yang lalu setiap harinya dapat terjual kira-kira 30.000 buah, namun kini hanya mencapai 3.000 buah saja. Hal ini dikarenakan banyaknya pesaing yang bermunculan seiring dengan perkembangan jaman dan tren masa kini, para pesaing juga lebih gencar melakukan promosi pada masyarakat. Promosi yang kurang juga mempengaruhi ‘*awareness*’ tentang eksistensi Merdeka Food.

“Brand is a name, symbol, design, or combination of them that identifies the goods or service of a company.” (Straub and Attner, 1994 : 391)

Sebuah brand akan melekat jika dituangkan dalam bentuk visual yang kuat. Straub dan Attner membagi *brand* menjadi *brand name*, *brand mark*, dan *trade character*. Merdeka Food harus memiliki sebuah *brand* dengan visual yang kuat agar masyarakat dapat lebih cepat ingat. Pembentukan visual dan promosi brand baru perlu dilakukan untuk mengangkat kembali citra Merdeka Food sebagai salah satu pelopor / pionir usaha di bidang kuliner.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Permasalahan dan ruang lingkup yang ada dari Merdeka Food ini adalah:

- Bagaimana membuat sebuah *brand* baru untuk mengangkat kembali citra Merdeka Food sebagai salah satu pionir usaha kuliner?
- Bagaimana membuat konsumen di kota-kota besar di Pulau Jawa dan Bali mengenal Merdeka Food?

1.3 Tujuan Perancangan

- Membuat *re-branding* Merdeka Food dan aplikasinya agar masyarakat tahu mengenai identitas dan eksistensi Merdeka Food sebagai salah satu pionir usaha kuliner di Indonesia.
- Membuat promosi *brand* Merdeka Food dengan citra baru yang lebih baik untuk mendukung pemasaran di Pulau Jawa dan Bali.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang terkumpul didalam laporan ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- **Observasi langsung**
Melakukan perbandingan secara langsung dengan berperan sebagai pembeli dan memperhatikan keadaan produk Merdeka Food, serta melakukan studi banding ke outlet pesaing yakni Kartika Sari.
- **Wawancara terstruktur**
Melakukan tanya jawab dengan pemilik dan karyawan Merdeka Food mengenai hal-hal yang sudah ditentukan / diformulasikan.
- **Literatur**
Penulis menggunakan studi kepustakaan dan internet untuk referensi data.
- **Kuesioner**
Menyebarkan kuosioner untuk mengukur animo dan *awareness* masyarakat mengenai Merdeka Food.
- **Dokumentasi**
Peneliti mengambil foto eksterior dan interior Toko Kue dan Roti Merdeka yang berada di Jalan Merdeka No. 25-29 Bandung, juga jenis-jenis produk Merdeka Food.

1.5 Skema Perancangan

