

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan pokok manusia terbagi menjadi 3 bagian yaitu sandang, pangan dan papan. Manusia memiliki kebutuhan akan pangan yang terdiri dari makanan dan minuman, semata-mata hanya untuk bertahan hidup. Maka dari itu makanan yang merupakan kebutuhan primer manusia, menjadi sebuah industri yang potensial dan menggiurkan. Akan tetapi persaingan dalam industri ini pun tidak terbilang sedikit. Usaha yang tergolong potensial berkembang ini, membuat banyaknya pesaing bermunculan mulai dari produk sejenis maupun yang berbeda jenis. Seiring berjalannya waktu, beraneka ragam produk makanan dengan rasanya yang unik dan tampilannya yang menarik, hadir untuk memenuhi kebutuhan primer manusia. Salah satu kota yang maju dan berkembang dalam industri makanannya adalah kota Bandung. Kota Bandung terletak di Bandung yang memiliki julukan kota kembang ini, kerap kali menjadi kota yang dituju oleh wisatawan lokal dalam hal wisata kuliner.

Toko Roti dan Bagelen “Abadi” yang terletak di Jalan Purnawarman No. 49 ini, merupakan salah satu tempat kuliner yang telah berada di Bandung sejak berpuluh-puluh tahun silam. Toko roti ini sudah berdiri sejak tahun 1969 dan telah menjadi tempat kuliner yang *heritage* bagi masyarakat kota Bandung dan wisatawan lokal. Produk utama dan yang telah menjadi andalan dari toko Abadi ini adalah roti bagelennya. Namun kini eksistensi Toko Roti dan Bagelen Abadi telah menurun seiring bermunculannya produk-produk makanan baru yang lebih kreatif dan inovatif dari segi rasa mau tampilan produknya. Di saat berbagai macam produk makanan berusaha menarik minat konsumen melalui promosi disertai kemasan yang menarik, toko “Abadi” cenderung tidak melakukan hal tersebut. Mereka cenderung beranggapan bahwa menjaga kualitas rasa dari produk saja sudah cukup untuk menjaga kelangsungan penjualan. Penjualan produknya pun hanya mengandalkan kelayaitasan konsumen setianya yang mayoritas orang tua.

Meskipun memiliki produk yang berkualitas tinggi dan telah lama ikut serta dalam kemajuan industri makanan di kota Bandung, namun bermunculannya para pesaing serta kurangnya promosi dari Toko Roti Abadi sendiri menjadikannya tidak begitu dikenal pada zaman sekarang terutama di kalangan anak muda. Bahkan ada konsumen setia dari produk tersebut yang hingga kini tidak mengetahui dimana tepatnya lokasi pusat penjualan dari bagelen “Abadi”. Selain itu dari segi produksi pun, produk bagelen Abadi mengalami penurunan yang cukup signifikan. Beberapa tahun yang lalu produk bagelen Abadi dapat terjual hingga lebih dari 2000 bungkus per hari, namun kini hanya mencapai kurang dari 500 bungkus.

Promosi yang dilakukan pun tergolong sangat minim, hanya dari kartu nama, kemasan plastik, kemasan dus dan papan nama yang terletak di toko roti Abadi. Sehingga kebanyakan konsumen terutama golongan dewasa muda hanya mengetahui jenis roti bagelen saja tanpa mengenal lebih dalam *brand* pada roti bagelen Abadi. Dengan tidak mengetahui *brand* serta rasa dari sebuah produk makanan, secara otomatis faktor kemasan dan promosi lah yang akan mempengaruhi konsumen dalam membeli sebuah produk. Maka dari itu, inovasi kemasan dan promosi yang baik sangat diperlukan guna memajukan salah satu usaha kuliner *heritage* asal kota Bandung ini.

Melalui bidang ilmu Desain Komunikasi Visual, *re-branding* dan perancangan promosi toko roti “Abadi” dapat lebih dimaksimalkan dengan baik dan sesuai dengan *target market* yang dituju. Tujuan dari perancangan *re-branding* ini antara lain untuk memperkenalkan kembali salah satu pelopor / pionir produk makanan terutama di bidang roti di kota Bandung. Efek dari *re-branding* dan promosi yang dilakukan pada nantinya akan memajukan wisata kuliner di kota Bandung.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan pada bagian latar belakang, maka dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah yang dibahas dalam Tugas Akhir ini antara lain :

- Bagaimana meningkatkan citra produk Bagelen Abadi melalui *re-branding* untuk generasi muda kota Bandung?
- Bagaimana cara meningkatkan *awareness* masyarakat akan produk Bagelen Abadi?

1.2.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang dipilih penulis adalah peningkatan citra sebuah produk makanan (bagelen) yang berlokasi di kota Bandung melalui *re-branding* beserta perancangan promosinya. Promosi ini ditujukan untuk anak dewasa muda yang cenderung mengkonsumsi sebuah produk dengan melihat tampilan luarnya yang berupa logo dan kemasannya terlebih dahulu dan tinggal di kota Bandung, pendidikan minimal SMA, menengah ke atas, menyukai wisata kuliner yang khas dan makanan dengan kualitas tinggi.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pada permasalahan yang sudah diungkapkan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan garis besar hasil yang ingin diperoleh yaitu:

- Meningkatkan citra produk Bagelen Abadi melalui *re-branding*.
- Meningkatkan *awareness* masyarakat akan produk Bagelen Abadi.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

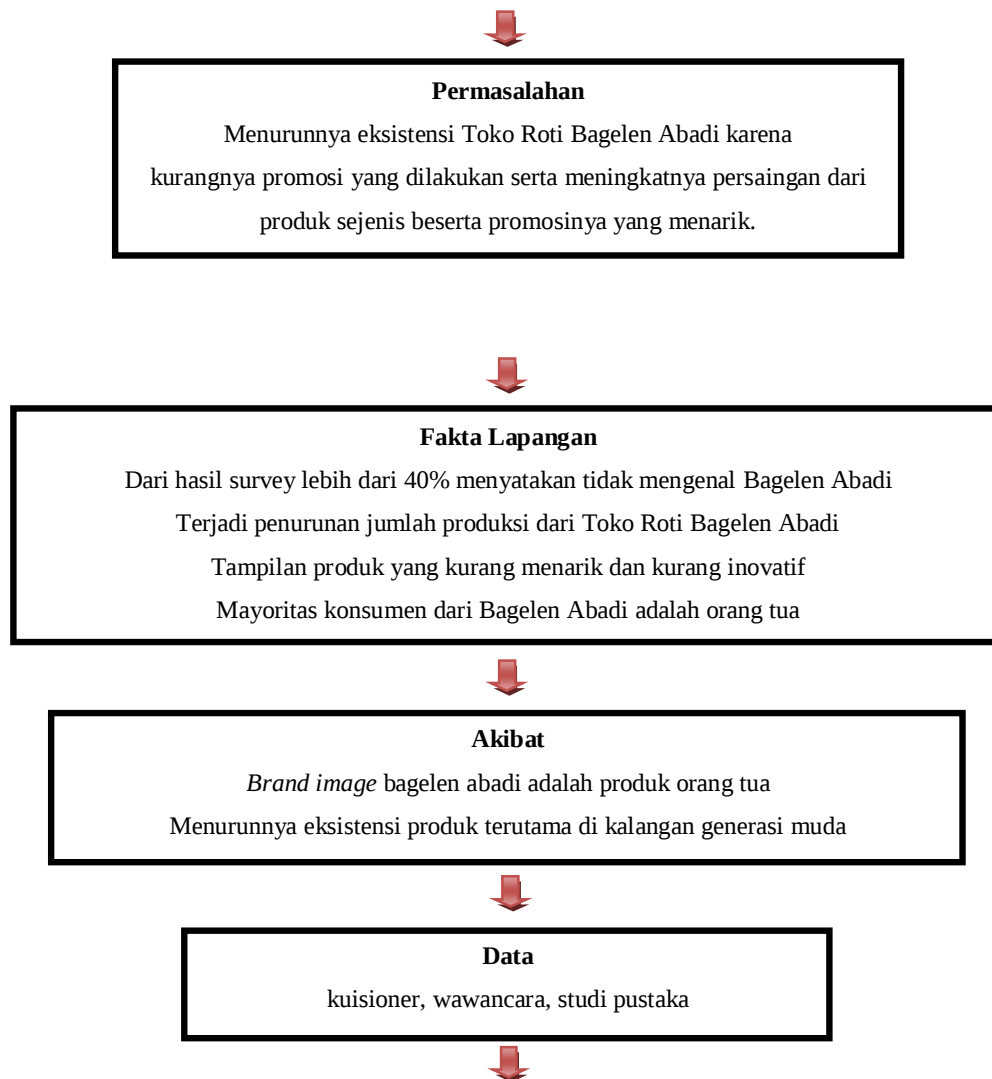
Dalam melaksanakan penelitian ini digunakan beberapa sumber data yang dapat dipercaya kebenarannya antara lain melalui :

- *Observasi* yang dilakukan dengan cara mengamati langsung ke lokasi Toko Roti Bagelen “Abadi” Bandung agar dapat mengumpulkan data mengenai kelebihan dan kekurangan yang dimiliki tempat wisata kuliner ini dan juga ke beberapa tempat wisata kuliner sejenis sebagai referensi.
- Wawancara kepada beberapa narasumber terpercaya seperti pemilik dari Toko Roti Bagelen “Abadi”, para pengunjung yang datang membeli, dan pengurus dari Toko Roti Bagelen “Abadi”.

- Kuesioner yang disebarakan kepada *target market* guna mengetahui reaksi dari masyarakat mengenai Toko Roti Bagelen “Abadi” secara valid.
- Studi pustaka dan literatur untuk mendapatkan informasi, landasan teori dan referensi yang tepat dan berhubungan dengan produk makanan, *branding*, promosi, dan gaya hidup masyarakat.

1.5 Skema Perancangan

Perancangan Re-branding Toko Roti Bagelen Abadi





Tabel 1.1 Skema Perancangan

Sumber : Karya Tugas Akhir

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.