

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dapur Ibu Nit-Nit adalah merek dagang pada beberapa produk makanan olahan, yang fokusnya kini pada bakso beku atau bakso *frozen*. Dapur Ibu Nit-Nit di dirikan oleh Ibu Veranita umur 49 tahun. Dapur Ibu Nit-Nit berdiri pada tahun 2019 akhir, karena kecintaanya pada dunia masak. Dapur Ibu Nit-Nit adalah salah satu merek dagang yang berusaha menjaga kualitas dengan tidak mencampurkannya dengan pengawet dan memakai bahan-bahan yang berkualitas, juga tidak lupa bahwa Dapur Ibu Nit-Nit pun telah mendaftarkan diri dan memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), ini merupakan bentuk keseriusan Dapur Ibu Nit-Nit dalam menjaga kepercayaan masyarakat pada produk yang di kembangkan oleh merek dagang Dapur Ibu Nit-Nit.

Ibu Veranita selaku pemilik Dapur Ibu Nit-Nit berpendapat bahwa identitas yang ada saat ini tidak cukup untuk menciptakan kesan yang baik di benak masyarakat karena saat membuat *image* identitas Dapur Ibu Nit-Nit, Ibu Veranita memilih *font* dan warna tanpa berpikir. Selain itu, Dapur Ibu Nit-Nit tidak menerapkan identitas visual secara konsisten di berbagai aplikasi medianya. Dari sudut pandang pelanggan dan masyarakat setempat, Dapur Ibu Nit-Nit juga berpendapat bahwa identitas dari Dapur Ibu Nit-Nit tidak menarik dan tidak memberikan kesan yang baik untuk diingat orang.

Meskipun seperti itu Dapur Ibu Nit-Nit mempunyai potensi untuk meningkatkan eksposur karena memiliki pelanggannya dari sistem pemasaran jaringan media sosial namun, Dapur Ibu Nit-Nit belum banyak dikenal masyarakat. Hal ini disebabkan identitas visual Dapur Ibu Nit-Nit yang tidak konsisten dan kurang dalam promosi. *Image* Dapur Ibu Nit-Nit semakin tenggelam dalam pasar yang semakin kompetitif, menyebabkan lemahnya loyalitas konsumen terhadap Dapur Ibu Nit-Nit. Arfiyansyah, (2022) mengungkapkan bahwa pada bulan Maret tahun 2021 jumlah UMKM yang ada

sudah sampai dengan 64,2 juta, hal tersebut sesuai dengan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

Di sisi lain persaingan dalam dunia makanan olahan yang dibekukan atau lebih dikenal dengan istilah *frozen food* di Indonesia khususnya di Bandung mengalami peningkatan yang cukup signifikan; kompetitor Dapur Ibu Nit-Nit di Bandung saja sudah menjamur dimana-mana seperti; Bakso Semar, Bakso Champ, Bakso Kirana, Bakso Eternal, Bakso So Nice, Bakso Kenzler, Bakso Ocean dan lainnya. Beberapa Merek bakso tersebut sudah memiliki identitas yang dikenal oleh benak masyarakat, sementara bakso dari Dapur Ibu Nit-Nit sendiri belum memiliki identitas visual yang mencerminkan korporasi dan belum memiliki kesan yang baik untuk dikenal dan diingat oleh benak masyarakat.

Oleh karena itu, untuk memperkenalkan Dapur Ibu Nit-Nit lebih luas kepada masyarakat, diperlukan adanya identitas citra dan promosi bagi pelaku usaha agar usaha tersebut lebih mudah dikenal. Kegiatan ini diharapkan dapat membawa kestabilan citra antara perusahaan dengan *brand*, *branding* dan citra perusahaan. Identitas visual suatu perusahaan juga dapat mencakup visi dan misi bisnis yang sedang berkembang.

Untuk menandai cita-cita suatu perusahaan diperlukan suatu media yang mampu mengekspresikan secara utuh identitas visual perusahaan berupa logo, warna perusahaan, *font*, pakaian, toko dan kemasan. Suatu keharusan yang tidak dapat dihindari karena saat ini perusahaan dituntut dan ditantang untuk, antara lain: (1) eksis, diantara umkm maupun perusahaan industri, (2) informatif tentang bidang pekerjaannya. dan produk, (3) dipromosikan, menyampaikan kualitas karya dan produk, (4) bersaing dalam kualitas dan solusi bagi masyarakat. Hal ini memerlukan dukungan internal dan eksternal, antara lain hadirnya identitas yang dapat menyampaikan seluruh aspirasi, karakter, visi dan misi serta tujuan yang ingin dicapai perusahaan.

Selain dari membuat desain perusahaan yang menarik, perusahaan juga harus berupaya dalam meningkatkan promosi melalui media sosial seperti *Instagram* untuk menarik pelanggan secara lebih luas, Adapun upaya yang dapat

dilakukan juga dalam menarik pelanggan secara lebih luas yaitu dengan mengaktifkan *marketplace* di berbagai platform digital sehingga pasar yang terbuka tidak hanya berasal dari orang-orang tertentu saja, namun juga dari publik secara lebih luas.

Dengan memanfaatkan media sosial dan *marketplace*, produk dan jasa perusahaan dapat diakses oleh lebih banyak orang dari berbagai latar belakang. Selain itu, promosi melalui media sosial dan *marketplace* juga lebih efektif karena dapat menargetkan *audiens* yang tepat berdasarkan minat dan perilaku mereka di *platform* digital.

Perkembangan dari strategi redesain dan promosi ini dapat diketahui dengan menggunakan produk *market fit* seperti survei dan analisis data. *Market fit* digunakan untuk mengukur sejauh mana produk atau layanan perusahaan cocok dengan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Dengan *market fit*, perusahaan dapat mengetahui apakah redesain dan promosinya sudah tepat dan diterima dengan baik oleh masyarakat atau masih perlu penyesuaian.

Melihat kondisi tersebut, maka perlu dilakukan redesain identitas visual Dapur Ibu Nit-Nit dengan tujuan untuk memperkenalkan dan menarik pelanggan Dapur Ibu Nit-Nit secara lebih luas dengan identitas citra perusahaan yang dapat membedakan diri dari kompetitor lainnya dan menghidupkan kembali citra merek Dapur Ibu Nit-Nit. Rencana yang akan dikembangkan untuk desain identitas visual Dapur Ibu Nit-Nit meliputi logo, warna, *font*, *layout*, dan *pattern*. Maka dari itu akan dibuat sebuah penelitian dengan judul **Redesain Identitas Visual Baso Raos Frozen Dapur Ibu Nit-Nit Untuk Menarik Pelanggan Secara Lebih Luas.**

## 1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan dimaksudkan, maka skripsi ini membataskan ruang lingkup penelitian kepada redesain identitas visual baso raos *frozen* untuk menarik pelanggan secara lebih luas

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dapur Ibu Nit-Nit saat ini belum bisa dikenal oleh masyarakat secara luas, hal ini disebabkan identitas visual Dapur Ibu Nit-Nit yang tidak konsisten dan kurang dalam promosi. Sesuai dengan apa yang sudah dijelaskan sebelumnya terdapat masalah yang akan diselesaikan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagaimana redesain identitas visual pada Dapur Ibu Nit-Nit?
- 2) Bagaimana pengaplikasian redesain identitas visual Dapur Ibu Nit-Nit?
- 3) Bagaimana implementasi dalam menarik pelanggan secara lebih luas?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasar pada rumusan masalah yang sudah dijelaskan, maka tujuan untuk penelitian ini yaitu:

- 1) Mengetahui proses redesain identitas visual pada Dapur Ibu Nit-Nit
- 2) Mengetahui pengaplikasian redesain identitas visual pada Dapur Ibu Nit-Nit
- 3) Mengetahui implementasi dalam menarik pelanggan secara lebih luas?

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Terdapat beberapa manfaat yang diharapkan hadir pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- 1) Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada pihak akademis sebagai salah satu bahan kajian mengenai redesain identitas visual. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan khususnya mengenai perancangan identitas visual dan dapat membuka wawasan baru untuk pembaca serta dapat dijadikan sebagai pembanding dalam penelitian mendatang.

- 2) Manfaat Pelaku UMKM

Membantu pemilik Dapur Ibu Nit-Nit dalam upaya memperluas pengetahuan melakukan promosi sehingga dapat terus berkembang, serta menjadi optimalisasi produk Dapur Ibu Nit-Nit melakukan proses digitalisasi secara optimal.

## **1.6 Struktur Organisasi**

Berdasarkan pedoman penulisan Universitas Pendidikan Indonesia tahun 2021 yang berlaku hingga kini. Penyusunan Skripsi dilaksanakan dengan jumlah 5 BAB dengan ketentuan sebagai berikut :

### **1) BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini peneliti menjelaskan beberapa poin yang diantaranya adalah latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta struktur organisasi skripsi.

### **2) BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini peneliti menjelaskan tinjauan pustaka yang di dalamnya terdapat pengertian – pengertian serta menguraikan teori – teori yang berkaitan dengan penelitian dimana uraian tersebut berdasarkan pencarian di dalam buku, internet, jurnal serta pendapat – pendapat para ahli.

### **3) BAB III METODE PENELITIAN**

Pada dalamnya menjelaskan mengenai metode yang digunakan pada penelitian berfungsi untuk menjelaskan tentang perancangan alur penelitian.

### **4) BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi temuan serta pembahasan

### **5) BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, REKOMENDASI**

Menjelaskan mengenai simpulan, implikasi serta rekomendasi.