

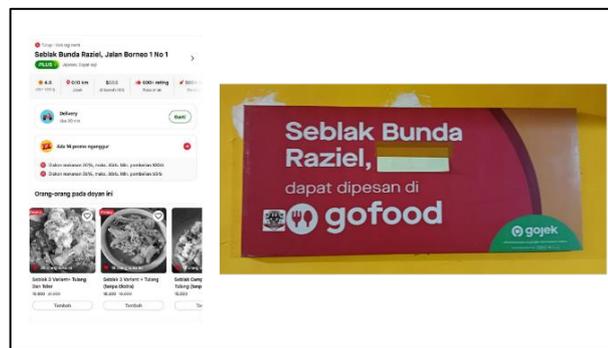
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Data pada website Portal Satu Data Kabupaten Bandung, Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (DISKOPUKM) mencatat total UMKM yang ada di Kabupaten Bandung pada tahun 2022 berjumlah 36.739 pelaku usaha terdaftar, hal tersebut mendapatkan peningkatan sebesar 110% dari jumlah UMKM pada tahun 2021 dengan total 17.755 pelaku usaha terdaftar. Dari data tersebut ditemukan bahwa Kecamatan Rancaekek menjadi daerah yang paling banyak pelaku usahanya pada tahun 2022, dengan jumlah 2.695 pelaku usaha terdaftar yang mencakup sektor kuliner, agrobisnis, fashion, kerajinan, dan berbagai macam lainnya. Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (DISKOPUKM) menyebutkan bahwa jenis usaha kuliner menjadi salah satu jenis usaha terbanyak di kecamatan Rancaekek dengan jumlah pelaku usaha terdaftar sebanyak 690 pelaku usaha di tahun 2021. Oleh karena itu persaingan usaha kuliner yang ada di Kecamatan Rancaekek dapat dikatakan cukup ketat.

Salah satu UMKM yang terjun pada sektor kuliner di Kecamatan Rancaekek adalah Seblak Bunda Raziel. Suatu UMKM yang fokus berjualan makanan yaitu seblak. Berlokasi di Jalan Borneo 1 nomor 1 RT 06 RW 19 Perumahan Griya Utama Rancaekek, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. UMKM tersebut telah berdiri sejak tahun 2014 dan konsisten berjualan seblak hingga sekarang. Terhitung sudah berkisar sepuluh tahun berdirinya Seblak Bunda Raziel, tentu sudah memiliki banyak pelanggan yang merasa puas dengan seblak yang dijual oleh UMKM tersebut. Hal itu dapat dibuktikan dengan usaha Seblak Bunda Raziel sudah mendapatkan pesanan lebih dari sepuluh ribu pesanan di salah satu aplikasi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk berjualan *online* yaitu Shopee, bukti jumlah pesanan terdapat pada lampiran 3. Selain itu melalui kuesioner yang sudah disebar oleh penulis kepada konsumen, data menunjukkan bahwa keunggulan dari Seblak Bunda Raziel adalah aroma wangi dan rasa gurih yang sangat kuat dari rebusan tulang ayam yang terdapat pada seblak tersebut. Hasil data kuesioner terlampir dalam daftar lampiran 2.

UMKM kuliner Seblak Bunda Raziel sudah memiliki *brand awareness* yang cukup kuat, pernyataan tersebut dibuktikan dengan usaha Seblak Bunda Raziel sudah memiliki toko *online* di aplikasi Gojek, Grab, dan Shopee. Bahkan berdasarkan hasil wawancara penulis kepada pelaku usaha, Seblak Bunda Raziel beberapa kali menempati posisi pertama penjualan terlaris dalam satu bulan di aplikasi Gojek, khususnya kecamatan rancaekek, hal tersebut didukung dengan data toko Seblak Bunda Raziel di aplikasi Gojek, dan adanya *billboard* sebagai tanda bahwa Seblak Bunda Raziel dapat dipesan dari aplikasi Gojek yang ditampilkan pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Toko Seblak Bunda Raziel pada Aplikasi Gojek

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis ke tempat usaha Seblak Bunda Raziel, penulis melihat bahwa UMKM tersebut belum memiliki *visual identity* yang baik. Hal tersebut dibuktikan dengan tidak adanya logo, *design system* yang kurang baik, inkonsistensi penggunaan font, warna, dan *style design* yang digunakan. Dibuktikan dengan gambar 1.2 yang memperlihatkan visual yang digunakan oleh UMKM Seblak Bunda Raziel saat ini.



Gambar 1. 2 Visual Seblak Bunda Raziel

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan, usaha Seblak Bunda Raziel beberapa kali ditiru nama merek usahanya oleh seseorang tanpa izin dan tanggung jawab, sehingga ada konsumen yang memesan makanan seblak tetapi rasa dari seblak tersebut tidak enak, dan menyebabkan konsumen melakukan komplain kepada pelaku usaha. Akibat hal tersebut pelaku usaha merasa dirugikan dan menginginkan merek dari Seblak Bunda Raziel memiliki *visual identity* sebagai pembeda dari merek yang lainnya.

Dalam persaingan bisnis, keunggulan suatu *brand* dapat menjadi pembeda dari para pesaing usaha bisnis yang memiliki jenis usaha serupa (Roisah dkk., 2018). Muntazori dkk. (2019) memaparkan bahwa salah satu aspek yang kurang diperhatikan oleh para pelaku usaha UMKM yang ada di Indonesia yaitu *brand identity*, didalam membangun sebuah usaha, pelaku usaha perlu untuk membangun *brand identity* yang baik guna bersaing dan menjadi pembeda dari brand yang lainnya. Al Ishaqi dan Islam (2021) memaparkan bahwa memiliki *visual identity* yang baik dapat menjadi keunggulan tersendiri bagi suatu perusahaan, karena masyarakat umum akan melirik perusahaan yang memiliki tampilan visual yang mudah terbaca. Produk media digital kreatif saat ini sedang berkembang pesat dan menjadi andalan banyak negara untuk bersaing di pasar global, termasuk di Indonesia yang mempersiapkan ekonomi kreatif subsektor pengembangan aplikasi digital sebagai kekuatan baru pemulihan ekonomi nasional (Padmasari & Hizbillah, 2022). Selain itu dengan adanya *brand identity* yang baik, maka *brand awareness* dari suatu perusahaan akan terus melekat dipikiran konsumen, sehingga konsumen tidak akan berpindah ke merek yang lain (Inayati & Wahyuni, 2017).

Berdasarkan hasil dari pengamatan yang sudah dilakukan oleh penulis, maka penelitian ini diharapkan dapat menjadi upaya untuk meningkatkan kualitas UMKM Seblak Bunda Raziel dari aspek *visual identity*. Dengan demikian penelitian ini berjudul “Perancangan *Visual Identity* UMKM Kuliner Seblak Bunda Raziel Sebagai Identitas UMKM”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan *visual identity* UMKM Seblak Bunda Raziel?

2. Bagaimana penerapan *visual identity* Seblak Bunda Raziel pada media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dan rumusan masalah yang telah diuraikan, penulis membuat batasan masalah untuk memfokuskan arah penelitian dan mencegah pembahasan pada lingkup yang terlalu luas. Batasan masalah pada penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan memfokuskan untuk merancang *visual identity* usaha Seblak Bunda Raziel.
2. Implementasi *visual identity* hanya berupa mockup *polo shirt, aprone, sign-system, packaging, sticker, bowl, totebag*, kartu pesanan, daftar menu, video *motion graphic*, dan sosial media berupa Instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang merupakan hasil atau jawaban dari rumusan masalah penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang *visual identity* dari usaha Seblak Bunda Raziel.
2. Menghasilkan *visual identity* Seblak Bunda Raziel yang dapat diaplikasikan dan didistribusikan dalam pengupayaan *brand awareness*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian dan kegunaan dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 - a. Mendapatkan wawasan yang lebih luas mengenai desain dan visual branding.
 - b. Memberikan pengalaman yang baru untuk membranding suatu UMKM yang bergerak di dunia kuliner.
2. Bagi UMKM Seblak Bunda Raziel
 - a. Mendapatkan konsep identitas visual brand yang baik, dan sesuai dengan karakter perusahaan.
 - b. Menambah pengetahuan mengenai identitas brand dan desain grafis.

3. Bagi Masyarakat Umum
 - a. Mendapatkan wawasan tentang identitas brand (*brand identity*), kesadaran akan suatu brand (*brand awareness*).
 - b. Menjadi referensi untuk membranding suatu perusahaan ataupun yang terkait.

1.6 Struktur Organisasi Skripsi

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada penelitian ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan penelitian ini. Adapun sistematika skripsi adalah sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I memiliki beberapa sub bab yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

2. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II memuat penelitian-penelitian yang relevan dan juga deskripsi teori yang dijadikan landasan dalam penelitian ini.

3. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III berisikan metode yang digunakan dalam penelitian ini yang disertai dengan prosedur atau langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian.

4. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab IV berisi hasil temuan penelitian dan pembahasan, hasil analisis data, proses penelitian, serta pembahasan lainnya yang berkaitan dengan kajian pustaka yang telah tersedia sesuai dengan urutan rumusan masalah penelitian.

5. **BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

Bab V memiliki isi tentang simpulan dari temuan penelitian dan saran-saran dari berbagai pihak sebagai masukan untuk penelitian yang sudah dilakukan untuk dikembangkan pada penelitian selanjutnya.