

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Bandung adalah salah satu ibu kota di provinsi Jawa Barat. Kota Bandung menjadi daya tarik wisatawan manca negara atau wisatawan kota-kota lain untuk dikunjungi, karena banyak memiliki tempat-tempat bersejarah, alam yang indah, hingga tempat kuliner. Wisata kuliner inilah yang menjadi perhatian di skripsi penciptaan ini.

Bandung memiliki kuliner yang beragam, mulai dari jajanan pinggir jalan sampai yang ada di restoran mewah. Mulai dari harga nya yang murah sampai sangat mahal. Kota Bandung juga memiliki kuliner yang dikenal bersejarah, yang menurut cerita masyarakat, dibawa oleh orang-orang Belanda pada masa kolonialisme. Salah satunya adalah olahan roti. Roti dibawa oleh orang-orang Belanda yang tinggal di Bandung, karena menjadi makan penting untuk sarapan pada masa itu. Sehingga banyak bermunculan Toko Roti atau *bakkerij* khas Eropa mulai muncul pada saat itu seperti *Het Snoephuis* dan toko roti lainnya di kawasan Braga. Setelah Indonesia merdeka, usaha roti di Kota Bandung mulai berkembang pesat dengan bermunculan toko-toko roti para pemilik pengusaha lokal. Seiring berjalannya waktu roti diadaptasi dengan selera lokal. Roti dibuat menyesuaikan rasa yang disukai oleh masyarakat di Indonesia, yaitu diisi dengan bahan-bahan khas Indonesia seperti selai srikaya, gula merah dan coklat. Selain itu Bandung juga memiliki Toko roti yang legendaris ialah Toko Sidodadi.

Toko Sidodadi ini sudah berdiri lebih dari 70 tahun. Walaupun sudah berdiri 70 tahun lebih Toko Sidodadi ini tetap kosinsten dengan citra rasanya sehingga para pelanggan tetap setia untuk membeli roti di Toko Sidodadi. Sampai saat ini berdiri Toko Sidodadi tetap konsisten mempertahankan kondisi toko sejak awal didirikan dan tidak ada yang berubah sedikitpun baik rasa dan keadaan toko itu sendiri. Sejak berdiri, toko ini belum memiliki logo. Di bagian depan pintu toko terdapat tulisan Toko Sidodadi beserta alamat dibagian bawahnya tulisan itu ditulis di sebuah papan persegi panjang, sudah menjadi ciri khas, melegenda dan mudah diingat. Maka perlu dilakukan dengan penyesuaian dengan kondisi saat ini.

Dengan semakin berkembangnya zaman, *Logo* dibutuhkan oleh produk usaha apapun. Di zaman sekarang memiliki logo dinilai penting bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). *Logo* merupakan identitas visual dari bisnis supaya dapat membantu membedakan produk atau layanan dari pesaing. *Logo* yang baik dapat membantu membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan kesan *profesionalisme* di mata pelanggan. *Logo* yang tidak jelas atau ketinggalan zaman dapat mengaburkan identitas merek Toko Roti Sidodadi di tengah persaingan yang semakin ketat. *Konsumen modern* cenderung lebih *responsif* terhadap desain yang menarik dan *relevan*. Oleh karena itu, mendesain ulang *logo* dan kemasan toko Sidodadi dapat membantu toko roti i untuk tetap relevan di pasar yang terus berubah. *Logo* yang tidak efektif dalam menyampaikan pesan merek atau nilai-nilai unik Toko Roti Sidodadi dapat menghambat upaya pemasaran di zaman sekarang dan supaya dapat membangun kesetiaan pelanggan. Dalam era digital, logo yang baik juga harus mudah diidentifikasi dan berfungsi dengan baik di berbagai *platform online*, seperti situs *web*, media *sosial*, dan aplikasi pesan.

Dengan memahami latar belakang masalah ini, mendesain ulang *logo* dan kemasan Toko Sidodadi dapat difokuskan pada menciptakan identitas *visual logo* yang kuat dan relevan untuk Toko Roti Sidodadi, yang dapat memperkuat citra merek dan daya tariknya bagi pelanggan baru maupun yang sudah ada.

Saat ini Toko Roti Sidodadi tidak dapat menghindari persaingan dan mengikuti perkembangan zaman dengan cara promosi yang lebih luas melalui *offline* maupun *online*. Konsep pemasaran tradisional sudah tergeser, sehingga sulit dipertahankan. Demikian pula Toko Roti Sidodadi perlu mempertimbangkan berbagai kebaruan cara berbisnis, agar tidak kalah bersaing dengan toko roti lain yang banyak bermunculan.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, dapat disimpulkan beberapa identifikasi masalah dari penelitian sebagai berikut:

- Belum memiliki identitas yang lengkap untuk diimplementasikan pada berbagai media

- Toko Sidodadi masih menggunakan media konvensional bahkan tergolong sangat sederhana.
- Media yang digunakan seperti seperti kemasan masih menggunakan bahan plastik, dan teks pada kemasan menggunakan sablon yang tinta nya mudah terhapus, sehingga identitas tidak dikenali.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijabarkan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah dari penelitian sebagai berikut:

Mendesain ulang logo dan kemasan yang adaptif di zaman sekarang untuk dapat meningkatkan citra perusahaan dalam pengembangan usaha.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada topik ini akan terfokus pada persoalan upaya peningkatan citra perusahaan, identitas perusahaan, mendesain ulang Logo Toko Roti Sidodadi, Digitalisasi logo penambahan nilai Toko Roti Sidodadi dan membuat kemasan berdasarkan produk produk yang dijual.

1.5. Tujuan & Manfaat Perancangan

Bersumber pada pembahasan di atas, maka *intensi* utama dari penelitian ini adalah sebagai masukan untuk *strategi* peningkatan citra usaha khususnya dalam urusan promosi Toko Roti Sidodadi Faktor ini sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan antar produsen toko roti dan untuk menghadapi ancaman dari Toko Roti lainnya serta untuk mengetahui pengaruh logo terhadap toko roti Sidodadi.

1.5.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mendesain ulang logo yang sudah ada dari identitas Toko Sidodadi sehingga terlihat unik dan berbeda dari perusahaan lainnya, meningkatkan citra perusahaan, mudah dikenal atau diingat oleh banyak masyarakat.

I.5.2 Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan adalah sebagai berikut:

- Meningkatkan daya tarik visual
- Mendesain ulang logo dan kemasan dapat membuat produk lebih menarik di mata konsumen.
- Kemasan modern dan estetik membantu produk terlihat lebih profesional dan berkelas, meningkatkan daya saing di pasar.
- Memperkuat identitas produk
- Membantu konsumen mengenali produk secara lebih mudah melalui elemen visual yang khas.
- Penampilan yang lebih modern menunjukkan bahwa Toko Sidodadi mengikuti perkembangan zaman
- Kemasan yang fungsional (misalnya, lebih mudah dibuka, ramah lingkungan) meningkatkan kenyamanan pelanggan.
- Desain ulang yang memperhatikan estetika juga bisa memberikan kesan premium, sehingga konsumen merasa mendapatkan nilai lebih dari produk.
- Dengan logo dan kemasan baru, Sidodadi dapat memperluas target pasar ke segmen yang lebih muda atau pasar modern.