BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Industri makanan dan minuman menjadi potensi yang menjanjikan untuk peluang bisnis, karena bahan baku dan peminatnya di Indonesia. Data dari Kementerian Perindustrian mencatat, pada tahun 2019 pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 7,78%. Angka tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan industri non migas yang berada di angka 4,34% maupun industri nasional sebesar 5,02% (Rochim, 2020). Salah satu penggerak industri makanan di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil Mikro Menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Hanna Cakes and Catering merupakan UMKM yang bergerak di bidang makanan, khususnya berbagai macam kue. Beralamat di Perumahan Pondok Gede No.25, Kelurahan Dangdeur, Kabupaten Subang. Menurut Hanna Febri Ramdhina (dalam wawancara, 2020) usaha makanan ini berdiri sejak tahun 2010 yang berawal dari hobi memasak, berbagai macam makanan dan minuman. Pada awal berdirinya pemilik memulai berbisnis dengan menjual makanan seperti kue ulang tahun, kue pernikahan, nasi tumpeng dan berbagai macam kue untuk acara-acara perayaan.

Pada awal berdiri Hanna Cakes and Catering menjual produk olahan makanan kepada orang terdekat seperti teman dan keluarga. Proses produksi makanan hanya dilakukan oleh pemilik saja dan jumlah produk yang dibuat masih terbatas. Saat ini Hanna Cakes and Catering mempunyai sembilan orang karyawan untuk memproduksi makanan dan mampu memproduksi makanan hingga 1000 box perhari. Hanna Cakes and Catering telah mengembangkan distribusi produk makanannya kepada instansi dan perusahaan. Untuk menjaga citra perusahaan, Hanna Cakes and Catering selalu mengutamakan kualitas dan higienitas pada setiap produknya.

Logo dan nama merupakan identitas utama dalam sebuah perusahaan, maka dari itu logo merupakan hal utama dalam pembentukan citra perusahaan (Kasmana, 2010, h.1). Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang makanan, Hanna Cakes and Catering sudah memiliki identitas visual yang berupa logo.

Gambar I.1 Logo Hanna Cakes and Catering
Sumber : Data Perusahaan (2014)

Dengan produksi dan target pasar yang sudah berubah, sebuah perusahaan harus memperhatikan identitas visual seperti logo yang bisa dijadikan sebuah penguat citra merek dari suatu perusahaan. Menurut Anholt (2006) kegiatan *rebranding* adalah proses merancang, merencanakan dan mengkomunikasikan ulang nama atau identitas produk atau jasa yang bertujuan untuk mengelola reputasi di masyarakat. Oleh karena itu, dengan adanya pergeseran target pasar dan produksi diperlukan perancangan ulang identitas visual melalui logo beserta pengaplikasiannya untuk memberikan citra yang baru bagi perusahaan.

I.2. Identifikasi Masalah

Berikut ini beberapa identifikasi masalah yang terdapat pada perusahaan Hanna Cakes and Catering:

- Hanna Cakes and Catering telah mengembangkan produksi dan target pasar. Namun identias visual yang digunakan saat ini memiliki citra usang.
- Identitas visual (logo) yang terdapat pada perusahaan Hanna Cakes and Catering tidak memiliki kaitan dengan makanan yang diproduksi di perusahaan tersebut.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang didapat, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana cara memperkuat citra perusahaan Hanna Cakes and Catering sebagai produsen makanan melalui identitas visual yang berupa logo dan pengaplikasiannya?

I.4. Batasan Masalah

Agar perancangan ini tetap terfokus dan tidak meluas, maka batasan masalah dalam pembahasan ini difokuskan pada aspek identitas visual dari perusahaan Hanna Cakes and Catering beserta pengaplikasiannya.

I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1. Tujuan Perancangan

Tujuan dilakukan perancangan ini adalah untuk memperkuat citra *brand* Hanna Cakes and Catering melalui identitas visual.

I.5.2. Manfaat Perancangan

- Bagi keilmuan

  Diharapkan perancangan ini dapat memberikan ilmu pengetahuan di bidang desain komunikasi visual dan juga dapat dijadikan acuan perancangan identitas visual di kemudian hari.
- Bagi perusahaan

  Dengan melakukan perancangan ulang identitas visual diharapkan perancangan ini dapat meningkatkan citra dan kredibilitas *brand* Hanna Cakes and Catering sebagai produsen makanan.
- Bagi penulis

  Perancangan ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis mengenai perancangan identitas visual pada *brand* makanan. Juga diharapkan perancangan ini dapat menjadi portofolio bagi penulis.