BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang memiliki kekayaan dan keanekaragaman budaya. Budaya itu termasuk adat istiadat, tarian, musik, seni, makanan, dan lain-lain. Salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki peranan penting budaya ialah kota Bandung.

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Di kota ini tercatat sejarah penting, di antaranya sebagai tempat berdirinya perguruan tinggi pertama di Indonesia yaitu *Technische Hoogeschool te Bandoeng* yang sekarang berganti nama menjadi Institut Teknologi Bandung. Kota kembang merupakan sebutan lain untuk kota ini, karena pada zaman dahulu kota ini dinilai sangat cantik dengan banyaknya pohon-pohon dan bunga-bunga yang tumbuh di sana.

Selain itu Bandung terkenal juga dengan sebutan *Parijs Van Java* karena keindahan juga sebagai kota belanja, dengan *mall* dan *factory* outlet yang banyak dan tersebar di kota Bandung ini, oleh karena itu kota Bandung menjadi kota pariwisata dimana banyak wisatawan luar maupun dalam negri berdatangan ke Kota Bandung. Salah satu sasaran wisatawan ke kota Bandung ialah wisata kulinernya.

Kota Bandung yang identik dengan wisata kuliner dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang kuliner dan salah satunya adalah perusahaan Mochilok yang menjual produk unik dengan menggabungkan cita rasa modern dan tradisional. Mochilok ialah sebuah nama singkat yang berasal dari mochi dan chilok yang mempunyai konsep untuk mengangkat derajat cilok dan mochi, adapun produk-produk yang ditawarkan seperti mochi es krim, cilok bakar BBQ, dll. Mochi dan cilok adalah makanan yang tidak hilang dimakan zaman walaupun sekarang makin banyak macam-macam panganan yang ditawarkan, khususnya di Kota Bandung yang memang terkenal dengan “Surga Kuliner”.

Mochilok berusaha melestarikan makanan tersebut dengan inovasi baru yang ditawarkan yaitu mochi. Bentuk dari mochi es krim itu memang lebih besar daripada mochi tradisional khas Sukabumi. Namun, dengan taburan tepung maizena di seluruh permukaannya tetap digunakan dalam es krim model baru ini. Kegunaan tepung pada mochi untuk mencegah kue menjadi lengket satu sama lain. Es krim yang disajikan dengan dilapisi mochi ini rasanya sangat enak dengan sensasi kenyal, lembut, dan manis.

Perusahaan dibidang kuliner semakin berkembang menjadi satu industri kreatif yang cukup menjanjikan dikarenakan seiring berkembangnya zaman. Kini telah banyak produk-produk sejenis lainnya dari dalam maupun dari luar kota Bandung yang lebih bervariasi, baik dari sajian rasa yang berbeda, maupun dari segi kemasan yang dikenalkan kepada benak target konsumen. Jika perusahaan hanya mementingkan penjualan produk tanpa merancang kemasan khusus serta media pendukung lainnya yang lebih meluas secara bersaing, dikhawatirkan penjualan produk untuk jangka waktu kedepan akan menurun. Ketidaktahuan informasi yang membedakan dari perusahaan kompetitor lainnya bisa mengakibatkan konsumen atau masyarakat lebih memilih produk pesaing yang eksistensinya lebih terhadap kemasan dari produk tersebut.

I.2 Identifikasi Masalah

Setelah latar belakang dipaparkan, terdapat beberapa masalah yang muncul, antara lain:

1. Kemasan tidak mempunyai ciri khas mochi es krim Mochilok dimana tidak memiliki kesan manis atau *sweet* pada kemasan tersebut.
2. Perusahaan terlalu mementingkan penjualan produk mochi es krim tanpa melakukan perancangan kemasan khusus yang lebih memiliki sifat bersaing terhadap khalayak sasaran.

I.3 Rumusan Masalah

Setelah latar belakang dipaparkan, terdapat beberapa masalah yang muncul, antara lain:

1. Bagaimana perancangan kemasan produk mochi es krim yang tepat serta efektif untuk meningkatkan kualitas kemasan produk dan daya beli masyarakat kota Bandung terhadap produk Mochilok?

I.4 Pembatasan Masalah

Dalam perancangan Tugas akhir ini penulis lebih memfokuskan terhadap perancangan kemasan yang tepat sehingga mempunyai sifat bersaing dengan kompetitor sejenis, juga mengenalkan varian rasa dari produk mochi es krim Mochilok melalui ikon mochi pada kemasan sehingga meningkatkan kualitas dan daya beli masyarakat.

I.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah di atas, maka tujuan perancangan karya ini adalah sebagai berikut :

Untuk merancang sebuah kemasan yang menarik dan menjaga kualitas produk dari mochi es krim Mochilok itu sendiri, sehingga akan membuat para konsumen lebih tertarik untuk membeli produk mochi es krim Mochilok.