BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Kota Garut memiliki kekayaan kuliner yang tidak kalah menariknya dengan keindahan alamnya, contohnya makanan yang paling khas dari Garut yaitu dodol. Dodol Garut merupakan salah satu komoditas yang telah mampu mengangkat citra Kabupaten Garut sebagai penghasil dodol yang berkualitas tinggi dan beraneka ragam jenis dodol yang diproduksi. Kuliner di Garut menjalani banyak sekali perkembangan, ini terbukti dengan munculnya jenis makanan baru asli kreasi dari kota Garut, varian makanan ini di namakan *Chocodot* (dibaca: cokodot.)

Chocodot sendiri merupakan nama produk makanan khas dari Jawa Barat. Choco adalah singkatan dari *Chocolate*, sedangkan Dot merupakan singkatan Dodol Garut. Chocodot berdiri sejak tahun 2009 lalu dan diproduksi secara manual di kota Garut. Sepintas, penampilan Chocodot tidak berbeda dengan cokelat batangan pada umumnya. Dibungkus aluminium foil dan disimpan pada kemasannya. Kemasan Chocodot sendiri nyaris tidak seperti produksi rumahan. Sebab, kemasan coklat dodol ini benar-benar mengikuti trend pasar. Tak heran, makanan ini mulai digemari para wisatawan untuk dijadikan oleh-oleh. Pada zaman sekarang ini, makanan tidak hanya

dinilai berdasarkan rasa dan harganya saja. Dalam memilih suatu produk, masyarakat juga menilai berdasarkan semua faktor antara lain, rasa dan penyajiannya, harga, kemasan, tempat, pelayanan, citra, serta pengakuan makanan tersebut di dalam masyarakat.

Pemilik Chocodot adalah Kiki Gumelar, keberhasilan Chocodot menjadikan Kiki Gumelar sebagai seorang pengusaha makanan ringan yang dikenal di Pulau Jawa dan Bali. Melalui idenya ini pula pria berusia 27 tahun ini berhasil mempromosikan wisata di Jawa Barat. Chocodot merupakan produk kreatif pariwisata di bidang kuliner. Sebab, pembeli Chocodot kebanyakan orang yang berkunjung ke Garut untuk berwisata. Namun dengan begitu Chocodot mempunyai masalah atau hambatan yang umum terjadi pada sentra produk makanan, khususnya industri rumahan, yaitu dari sisi produksi dan pemasaran serta munculnya kompetitor baru yang gencar melakukan promosi. Untuk dapat merebut perhatian konsumen, tentunya diperlukan sebuah rancangan dan rencana penyebaran informasi yang menarik sehinga mampu bersaing di pasaran dan mampu mendapat pasar.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada kondisi ini, Chocodot merupakan buah tangan baru dari Garut yang di luncurkan pada tanggal 17 Juli 2009. Sebagai produk baru Chocodot mempunyai pangsa pasar yang luas, namun dengan

begitu Chocodot menghadapi banyak halangan dan hambatan, diantaranya :

1. Masih diproduksi secara terbatas
2. Belum dipasarkan dengan luas
3. Masih banyak masyarakat yang belum mengenal Chocodot
4. Masyarakat masih belum terbiasa dengan rasa Chocodot
5. Munculnya pesaing baru yang menawarkan inovasi produk yang sama.

1.3 Fokus Permasalahan

Berdasarkan uraian pada identifikasi masalah, maka permasalahan yang diteliti difokuskan pada, “Bagaimana merancang promosi untuk memperkenalkan produk Chocodot kepada masyarakat?”

1.4 Tujuan Perancangan

Untuk meningkatkan *brand awareness* (kesadaran merek) sehingga berdampak positif pada peningkatan jumlah *target market* dan penjualan.

Brand awareness adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu (Durianto, Sugiarto, dan Sitinjak, 2004, hal.54).