BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak potensi. Sumber Daya Manusia yang cukup memadai, yang membuat masyarakat Indonesia berfikir menjadi lebih kreatif untuk membuka suatu usaha. Salah satu usaha yang dikembangkan oleh masyarakat Indonesia adalah usaha dalam bidang industri makanan. Hampir di setiap kota atau provinsi di Indonesia mempunyai peluang usahanya masing-masing. Kota Bandung merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia yang memiliki perkembangan yang pesat seperti halnya kota Jakarta. Kelebihan kota Bandung dibandingkan dengan kota – kota lainnya adalah banyak memiliki potensi yang sekaligus dapat menjadi identitas kota.

Makanan yang terdapat di Kota Bandung cukup terkenal di Indonesia, karena banyak makanan yang dihasilkan cukup unik, dan banyak makanan tradisional yang divariasikan menjadi makanan yang lebih menarik. Sebut saja salah satunya adalah tahu. Tahu adalah makanan yang terbuat dari fermentasi kacang kedelai dan kemudian diambil sarinya. Pada saat ini tahu dikonsumsi oleh masyarakat tidak hanya sebagai makanan pokok tetapi sebagai makanan ringan. Banyak produsen tahu yang mulai bermunculan. Salah satunya di Lembang terdapat salah satu industri tahu yang cukup dikenal oleh masyarakat sekitar Lembang, Bandung yaitu Tahu Tauhid.

Semua perusahaan apapun bidangnya tentu menginginkan produk atau jasanya selalu di ingat dan digunakan oleh masyarakat atau konsumen. Setiap perusahaan harus memiliki nilai lebih di mata masyarakat, kelebihan atau keunikan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain, terutama yang bergerak di bidang yang sama. Masyarakat akan lebih mudah ingat kepada perusahaan yang memiliki kelebihan atau keunikan, dan kelebihan tersebut harus bisa menampilkan citra yang baik terhadap perusahaan sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan barang ataupun jasa yang di tawarkan oleh perusahaan tersebut.

Hal tersebut dapat di bentuk oleh perusahaan melalui produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini pembuatan desain kemasan juga berfungsi sebagai media promosi yang tidak dapat diabaikan. Dikarenakan desain kemasan yang ada pada umumnya, khususnya pada produk tahu hampir semua sama. Visual yang ada pada kemasan harus mampu menyampaikan pesan dan kesan yang akan memberikan keuntungan besar dan popularitas bagi perusahaan di masa depan.

Tahu Tauhid adalah salah satu *home industry* yang bergerak dalam bidang pembuatan tahu dimana kedelai merupakan salah satu bahan baku utamanya. Tahu Tauhid didirikan pada tahun 1985 oleh Bpk H.Oteng (Alm), Setelah ± 20thn Bpk H. Oteng meninggal, pabrik tahu ini di teruskan oleh ke 2 anaknya. Dalam perkembangannya Pabrik Tahu Tauhid ini semakin lama kemajuannya semakin pesat dari yang awalnya hanya memproduksi tahu, tetapi saat ini sudah ada beberapa produk yang juga dikeluarkannya, seperti

Susu Tauhid, Yoghourt Tauhid, Tempe Tauhid. Tidak hanya itu Tahu Tauhid pun telah memiliki dua toko dari yang awalnya hanya satu toko. Tahu Tauhid tidak ada membuka cabang lain selain di Lembang. Tahu Tauhid I (pusat) yang terletak di jl. Cijeruk No.113, dan Tahu Tauhid II (cabang) di jl. Sesko-AU No.20 Lembang, Bandung. Tahu Tauhid juga telah memasarkan produk nya ke supermarket – supermarket di sekitar Lembang dan juga kota Bandung. Tahu Tauhid memiliki kemasan sama halnya dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama, tetapi masih kurangnya pengaplikasian visual identitas perusahaan pada setiap kemasan dan juga spesifikasi produk yang tidak dicantumkan pada setiap kemasan, yang membuat masyarakat kurang menyadari Tahu Tauhid memiliki bermacam-macam varian tahu.

Dengan melihat hal ini maka tidaklah berlebihan jika dilakukan pembenahan ulang dengan membuat desain kemasan dengan identitas perusahaan dan juga spesifikasi produk pada setiap kemasan yang hanya dikhususkan pada satu produk saja yaitu Tahu. Dan membuat merek Tahu Tauhid yang dapat mewakili produk tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

- Desain kemasan dikhususkan hanya pada produk tahu.

- Identitas visual kurang teraplikasi dengan baik pada setiap kemasan.
- Kurangnya pengaplikasian identitas visual pada media promosii dan juga media pendukung lainnya.
- Tidak semua produk di sertakan identitas perusahaan sehingga tidak ada informasi yang jelas tentang perusahaan tersebut.

1.3 Fokus Permasalahan

Berdasarkan pada uraian masalah yang dikemukakan diatas, dalam upaya menjelaskan ruang lingkup permasalahan yang dihadapi, maka dikemukakan fokus permasalahan sebagai berikut : Bagaimana membuat suatu desain kemasan yang informatif dan berguna untuk meningkatkan penjualan produk yang ada di Tahu Tauhid, serta membuat aturan dan panduan yang jelas agar identitas Tahu Tauhid terbentuk dengan baik dan dapat memberi pengaruh positif kepada perusahaan.

1.4 Tujuan Perancangan

- Menciptakan ingatan yang kuat dimasyarakat terhadap Identitas perusahaan, salah satunya dengan desain kemasannya.
- Dengan dibuatnya merek produk dan visual kemasan produk membuat masyarakat mengetahui bahwa tahu tauhid memiliki berbagai macam varian tahu.