BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Makanan atau pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok primer manusia selain sandang dan papan. Kebutuhan makanan bagi manusia tidak hanya sebatas untuk kelangsungan hidup manusia, namun makanan juga memiliki perananan dalam memuaskan kebutuhan tubuh manusia dari aspek gizi maupun cita rasanya.Melihat kebutuhan manusia akan makanan saat ini banyak industri-industri berskala kecil dan besar memproduksi berbagai macam makanan baik yang dikelola oleh pelaku industri rumah tangga *(home industry)* maupun pengelolaan yang sudah dilakukan di pabrik-pabrik besar pembuat makanan. Hal tersebut selain untuk memuaskan kebutuhan manusia juga sebagai prospek bisnis yang menjanjikan bagi pelaku bisnis itu sendiri. Salah satu bentuk usaha yang memproduksi makanan di Indonesia adalah UKM (Usaha Kecil Menengah).

UKM (Usaha Kecil Menengah) memiliki peranan dalam perkembangan stabilitas sistem ekonomi suatu negara. Beberapa kesimpulan, setidak-tidaknya hipotesis telah ditarik mengenai hal ini. Pertama, pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat sebagaimana terjadi di Jepang, telah dikaitkan dengan besaran sektor usaha kecil. Kedua, dalam penciptaan lapangan kerja di Amerika Serikat sejak perang dunia II, sumbangan UKM ternyata tak bisa diabaikan. (D.L. Birch, 1979). Terbukti saat krisis global yang terjadi beberapa waktu lalu, UKM hadir sebagai suatu solusi dari sistem perekonomian yang sehat. UKM merupakan salah satu sektor industri yang sedikit bahkan tidak sama sekali terkena dampak krisis global yang melanda dunia. Dengan bukti ini, jelas bahwa UKM dapat diperhitungkan dalam meningkatkan kekompetitifan pasar dan stabilisasi sistem ekonomi yang ada.

kota Bandung dikenal secara populer dengan sebutan kota kuliner saat ini. Hal ini bisa dibuktikan dengan menjamurnya berbagai tempat makan dari mulai kelas hotel, restoran, kafe. Sampai warung-warung tenda yang berjejer di sepanjang jalan di kota Bandung. Selain itu, di benak para pengunjung yang

mengalir setiap akhir pekan seolah terbentuk gambaran bahwa jika ingin makan nikmat datanglah ke kota Bandung.

Berbicara tentang makanan di kota Bandung tidak selalu makanan yang siap saji atau siap makan di tempat tapi orang yang berkunjung ke kota Bandung juga akan membawa oleh-oleh jika pulang nanti. Mengenai oleh-oleh makanan, selama ini ikon kota Bandung adalah berupa gorengan oncom, gorengan tempe, atau peuyeum (tape) singkong. Sejalan dengan kemajuan zaman mulailah ada variasi lain mengenai oleh-oleh makanan kota Bandung ini seperti batagor, pisang molen,atau bagelen.

Salah satu bagelen yang ada di Bandung adalah bagelen produk Toko Nanamie Cake and Pastry yang terletak di jalan Cisitu Lama no. 23. Berawal dari kegemaran membuat kue dan mencari inovasi baru dalam hal kue kering untuk dipasarkan dilingkungan sekitar, maka muncul peluang bisnis yang baik setelah adanya sambutan baik dari pemerintah dan menghasilkan lapangan pekerjaan baru untuk warga sekitar.Keunikan dari bagelen ini adalah menggunakan bahan baku tepung ganyong yang merupakan produk inovasi dari pemiliknya. Bagelen ganyong ini selain rasa original juga memiliki berbagai rasa seperti rasa pizza, bluebbery, coklat, kiwi, dan masih banyak pilihan lainnya.

Sebagai pilihan oleh-oleh, bagelen ini cukup menarik,enak, dan tentu saja unik. Kue ini dikemas dalam dus cantik dengan detail yang lebih mengutamakan bentuk dan varian rasa pada produk ini. Produk ini dapat menjadi varian kudapan di berbagai acara formal maupun informal dan salah satu varian buah tangan dari kota Bandung. Selama ini bagelen Nanamie sudah dikenal di berbagai kalangan terutama kalangan para pejabat pemerintah sebagai produk binaan Dinas Keindustrian dan perdagangan Kota Bandung dan Dinas Keindustrian dan perdagangan Provinsi Jawa Barat pada bagian biro agro industri.

Banyak pameran baik di dalam kota maupun luar kota yang telah diikuti oleh Toko Cake and Pastry Nanamie. Tujuannya adalah memperkenalkan produk ini sekaligus sebagai promosi kota Bandung. Bisa dikatakan untuk kalangan atas kue ini sudah dikenal, yang menjadi bahan pemikiran adalah apakah masyarakat kebanyakan mengenal atau suka membeli produk ini?

Untuk maksud itulah penulisan ini dilakukan,dengan keinginan mengetahui sejauh mana masyarakat kebanyakan mengenal produk dari Nanamie ini. Hal ini dilakukan karena mengingat bahan baku yang digunakan adalah ganyong, sejenis umbi, yang mungkin bagi masayarakat kalangan bawah sangat familiar. Dengan inovasi yang dibuat oleh Nanamie ini bias mengangkat masyarakat petani untuk lebih menggalakkan bercocok tanam umbi ini. Penggunaan bahan baku tepung gayong juga menjadi daya tarik minat pembeli. Sebab masih tergolong jarang penggunaan ganyong sebagai bahan baku pembuatan kue kering.

Untuk saat ini *Brand Management* atau manajemen merek yang dimiliki oleh Nanamie sangat terbatas dan kurang dapat menjual promo mereka kepada masyarakat maupun pada wisatawan yang bekunjung ke kota Bandung. Kesederhanaan bentuk logo, adanya pesaing yang meniru produk unggulan dan promosi yang mereka lakukan hanya terbatas pada pengenalan produk melalui pameran, kerjasama dengan toko kue yang lain, dan letak outlet/toko yang didaerah yang cukup sulit dijangkau oleh wisatawan.

I.2. Identifikasi Masalah

Nanamie yang berpusat pada UKM dan penerapan home made berusaha untuk mendapatkan bagian dalam hidangan kudapan yang cukup diperhitungkan oleh masyarakat sekitar maupun oleh wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung. Namun banyak kendala yang harus dihadapi untuk mendapatkan citra di masyarakat, yaitu :

1. Brand yang dimiliki Nanamie belum dapat memberikan citra kepada target pasar
2. Elemen visual yang ada dalam logo lama Nanamie tidak mewakili visi dan misi yang mereka bina.
3. Penerapan promosi yang bergantung pada pameran dan managemen merek yang kurang memadai.
4. Penempatan outlet yang cukup jauh dari jangkauan masyarakat khususnya wisatawan.
5. Adanya kompetitor yang sudah terlebih dahulu dikenal masyarakat dengan produk bagelen.

6. Dan ada kompetitor yang meniru seluruh struktur dan produk dari Nanamie.

I.3. Fokus masalah

Keberadaan banyaknya toko kue di kota Bandung dan memiliki banyaknya varian kudapan yang dapat ditemukan di kota Bandung, dengan penerapan Branding akan lebih baik untuk melakukan promosi dan menerapkan citra Nanamie sebagai salah satu toko kue yang dapat diperhitungkan keberadaannya dikota Bandung dan mampu bersaing dengan toko kue lain yang memberikan banyak pilihan kudapan sebagai oleh-oleh para wisatawan.

I.4. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan dengan menggunakan branding untuk Nanamie untuk menyampaikan keunggulan yang dimiliki Nanamie kepada konsumen dengan terkonsep. Dengan menonjolkan produk unggulannya yang berupa Bagelen dengan bahan dari pemberdayaan petani lokal dapat menjadi nilai jual yang baik bagi Nanamie.