

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia kuliner di Indonesia dari tahun ke tahun semakin maju dan bervariasi. Berbagai jenis dan varian makanan baik makanan khas maupun makanan internasional sudah ada di Indonesia yang sudah dapat dilihat salah satunya di Kota Padang, Sumatera Barat. Dalam menjual produk sebagai pebisnis harus melihat peluang bisnis yang lagi *trend* beserta sesuai dengan target yang ingin di tuju dan membuat inovasi baru dari segi menu, kualitas, tampilan, hingga rasa baru yang dapat memikat hati konsumen dalam pengembangan bisnis.

Avia Cake & Food merupakan salah satu jasa layanan kuliner dari Sumatera Barat yang memproduksi kue kering, kue basah, dan katering makanan. Avia Cake & Food adalah jenis usaha UMKM dibidang kuliner yang sudah berdiri sejak tahun 2009, (Soemohadiwidjojo, n.d., p. 10) menjelaskan bahwa UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah kegiatan ekonomi yang memiliki basis dari masyarakat dengan modal yang terbatas. Namun demikian, UMKM telah diakui menjadi salah satu tulang punggung penyedia tenaga kerja, serta merupakan dinamisator dan stabilisator perekonomian negara. UMKM juga menjadi penopang usaha besar, seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang, dan jasa pendukung lainnya.

Di Sumatera Barat, dalam menghadapi persaingan bisnis dibutuhkan strategi promosi yang bagus dan pengembangan citra dari sebuah *brand* produk. Semakin meningkatnya jumlah UMKM salah satunya di Kota Padang menuntut pemilik UMKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif untuk perkembangan produk mereka. Dari pesatnya perkembangan teknologi membuat para pelaku UMKM harus segera beralih dari pemasaran tradisional ke pemasaran *modern*.

Avia Cake & Food terletak di Kota Padang tepatnya di JL. Tanah Sirih No.46 RT. 003 RW. 004 Kel. Tanah Sirih Piai NAN XX, Kec. Lubuk Begalung Kota Padang. Avia Cake & Food didirikan oleh Ibu Elyza yang dirintis sejak tahun 2009 berawal dari seorang karyawan pernah bekerja di ACS Garuda Indonesia & Hosti penempatan posisi dibagian *catering*.

Selain sebagai karyawan Ibu Elyza Juga menjalankan bisnis berskala kecil bisnis rumahan hingga ditahun 2015. Kemudian dilanjutkan ditahun 2016 Ibu Elyza memutuskan untuk resign dan memantapkan bisnis dengan pendirian sebuah toko di Siteba Padang hingga ditahun 2020. Ditahun 2020 Avia Cake & Food terjadi penutupan toko dikarenakan dampak pandemi Covid-19 penurunan ekonomi akibat Covid-19. Semenjak itu bisnis ini beralih ke *online* menjadi solusi bagi pelaku UMKM untuk bertahan di tengah pandemi Covid-19. Masyarakat banyak berbelanja secara daring karena penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Penerapan strategi pemasaran menggunakan media digital dilakukan hingga saat ini ditahun 2022. Awal mula berbisnis Avia Cake & Food berawal dari menu kue kering seperti kue nastar keju, stik kentang, coklat chip dan produk terlaris dari usaha *brand* Avia Cake & Food adalah kue brownies. Saat ini variasi produk terus bertambah dan *brand* ini sudah legal terbukti dengan lisensi produk.

Dari hasil observasi penggunaan identitas merek visual Avia Cake & Food terlihat belum memiliki konsistensi dalam penerapan dalam berbagai media nya. Avia Cake & Food belum memiliki *visual brand* yang kuat untuk dapat merepresentasikan citra usaha maupun produk. Hal ini dikarenakan tidak adanya strategi *branding* yang efektif.

Berdasarkan permasalahan di atas, *brand* Avia Cake & Food membutuhkan karakter dan identitas usaha agar mampu bersaing di tengah persaingan pasar dalam meraih kepercayaan masyarakat melalui Perancangan *visual brand* dengan judul “Perancangan *Visual Brand* Avia Cake & Food Kota Padang”. Membangun karakter dan identitas usaha diharapkan mampu menjawab permasalahan yang selama ini menjadi kendala bagi *brand* Avia Cake & Food dalam mengembangkan dan menjangkau pasar dalam skala yang luas.

Menurut (Wirania Swasty, 2016, p. 91) Identitas merek adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan produk tertentu, merupakan hal yang nyata dan menarik bagi indra. Anda dapat melihatnya, menyentuhnya, memegangnya, mendengarnya, menonton bergerak. Identitas merek

mengambil unsur-unsur yang berbeda dan menyatukannya ke dalam sistem keseluruhan.

Adapun media rancanganya berupa logo sebagai media utama, didukung dengan media pendukung yang akan digunakan pada perancangan identitas merek visual Avia Cake & Food seperti, Neon Box Avia Cake & Food, *Packaging, Stationery, Merchandise, Plastic Bag*, Daftar Menu, Poster, Media Sosial dan *Tape*.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah ditemukan di atas, maka identifikasi masalah yang terjadi adalah:

1. Avia Cake & Food belum memiliki *visual brand* yang kuat untuk dapat merepresentasikan citra usaha maupun produk.
2. Avia Cake & Food belum memiliki konsistensi dalam penerapan dalam berbagai medianya serta identitas yang dipakai saat ini.
3. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang keberadaan *brand* Avia Cake & Food di Kota Padang.
4. Minimnya pemanfaatan media promosi dalam pemasaran bagi Avia Cake & Food.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang sudah teridentifikasi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa harus adanya pembatasan masalah:

1. Avia Cake & Food belum memiliki *visual brand* yang kuat untuk menjadi pusat perhatian para konsumen.

2. Minimnya pemanfaatan media promosi dalam pemasaran untuk memperkenalkan produk Avia Cake & Food kepada masyarakat luas.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana membuat Perancangan *visual brand* Avia Cake & Food yang kuat dalam bentuk merepresentasikan citra usaha maupun produk?
2. Bagaimana memperkenalkan Avia Cake & Food kepada masyarakat luas melalui media utama dan pendukung sebagai media promosi?

E. Tujuan Perancangan

Berikut adalah tujuan dari Perancangan visual brand Avia Cake & Food di Kota Padang Sumatera Barat:

1. Tujuan Umum

- a. Melalui Perancangan *visual brand* Avia Cake & Food dapat diketahui keberadaannya oleh masyarakat, dan tertarik dengan produk Avia Cake & Food.
- b. Peranan *visual brand* Avia Cake & Food dapat memudahkan konsumen dalam mengenali atau mengingat usaha maupun produk Avia Cake & Food.

2. Tujuan Khusus

- a. Melalui Perancangan *visual brand* dapat meningkatkan angka penjualan produk Avia Cake & Food serta menaikkan *value* pada produk Avia Cake & Food.

- b. Melalui Perancangan *visual brand* Avia Cake & Food mampu bersaing ditengah persaingan pasar dalam meraih kepercayaan masyarakat.

F. Manfaat Perancangan

1. Bagi Penulis

- a. Dapat menambah ilmu dan pemahaman tentang Perancangan visual brand yang efektif dan efisien berdasarkan dengan unsur-unsur DKV.
- b. Sebagai bentuk penerapan ilmu yang berhubungan dengan desain komunikasi visual dan juga dapat digunakan untuk referensi mengenai *visual brand* yang konsisten, efektif dan efisien.

2. Bagi Target Audience

- a. Memberitahukan kepada masyarakat mengenai keberadaan *brand* Avia Cake & Food di Kota Padang.
- b. Memberikan informasi produk yang diperjualbelikan *brand* Avia Cake & Food merupakan produk berkualitas dan tersertifikasi halal.

3. Bagi Brand Avia Cake & Food

- a. Meningkatkan kualitas dan eksistensi Avia Cake & Food ditengah kompetisi pasar melalui perancangan *visual brand*.
- b. Melalui Perancangan *visual brand* Avia Cake & Food diharapkan dapat membantu Avia Cake & Food dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat.

- c. Karya ini dapat dimanfaatkan menjadi media promosi dan informasi bagi *brand* Avia Cake & Food.

4. **Bagi Perguruan Tinggi**

- a. Dapat bermanfaat bagi seluruh civitas akademika Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang dan seluruh perguruan tinggi lainnya.
- b. Menambah referensi bagi akademis, diharapkan mampu menambah dokumen atau pembendaharaan perpustakaan, serta sebagai bahan masukan atau perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang akan mengadakan penelitian terhadap masalah sejenis di masa yang akan datang.