

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang saat ini berkembang sangat pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasarannya yang di gunakan kurang tepat. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan di tentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang di jaga.

Warung Bakmi Batas adalah satu dari sekian banyak usaha di bidang makanan khususnya dari Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai makanan khas yang dapat di coba para pelancong yang mengunjungi kota Yogyakarta, Bakmi Batas Kota memiliki dua cabang yaitu di Kledokan 5, No A27, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta dan di daerah Jl Magelang dekat lapangan, Sleman Yogyakarta. Warung Bakmi Batas Kota tidak hanya menyediakan bakmi saja, tetapi juga menyediakan nasi goreng, magelangan, dan sebagainya.

Seperti sekarang ini teknologi berkembang sangat pesat, dan tidak menutup kemungkinan teknologi menjadi salah satu bagian terpenting dalam berbisnis, antara

lain sebagai jembatan untuk memperkenalkan produk perusahaannya,Salah satunya adalah company profile di gunakan sebagai marketing tool yang efektif karena terdapat unsur visual berupa gambar dan teks,terlebih lagi di tambahkan unsur multimedia yang akan membuat desain company profile lebih menarik.

Arus informasi di era globalisasi seperti saat ini sangatlah cepat menyebar kepenjuru belahan dunia,Informasi tersebut menyebar melalui bermacam-macam bentuk.Secara umum informasi tersebut berupa gambar,suara,maupun video.Salah satunya penyebaran informasi paling cepat melalui internet,informasi tersebut di sampaikan melalui sebuah vidio yang menerangkan apa saja yang ada di sebuah perusahaan.

Selama ini Warung Bakmi Batas Kota ini belum menggunakan teknologi company profile untuk menjadi salah satu bagian untuk memperenalkan produknya kepada masyarakat luas,karena persaingan bisnis di era sekarang semakin kuat maka untuk itu di perlukan perancangan company profile untuk memperkenalkan dan mempromosikan Warung Bakmi Batas Kota,sehingga banyak orang yang akan lebih tau dan mencoba berbagai menu makanan dari Warung Bakmi Batas Kota.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di jelaskan sebelumnya,maka di peroleh rumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana merancang Company Profile yang dapat menarik minat masyarakat dan pelancong untuk mencoba berbagai menu makanan dari Warung Bakmi Batas Kota?”.

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan yang akan di jelaskan dalam laporan ini hanya sebatas konsep,metode,dan implementasi perancangan Company Warung Bakmi Batas Kota.

1.4 Tujuan

Tujuan dari proyek ini adalah:

“Merancang Company Profile yang dapat menarik minat masyarakat dan pelancong untuk mencoba berbagai menu makanan dari Warung Bakmi Batas Kota”.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat yang dapat di peroleh dalam bidang keilmuan khususnya dalam Desain Komunikasi Visual dari proyek Company Profile adalah sebagai refrensi dan penambah wawasan begi peneliti agar dapat merancang branding khususnya dalam hal interaktif yang meliputi konsep sampai dengan implementasi perancangan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat yang dapat di peroleh bagi Warung Bakmi Batas Kota yaitu,peningkatan citra Company Profile yang di harapkan dapat memperkenalkan Warung Bakmi Batas Kota dan menarik minat calon konsumen untuk mencoba berbagai menu makanan dari Warung Bakmi Batas Kota.

