

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Chocolate brownie merupakan produk *bakery* yang diproduksi di bawah payung Golden StrEat, yang berbahan dasar terigu. *Chocolate brownie* adalah *cake* yang memiliki warna cokelat, tekstur yang padat karena tidak membutuhkan pengembangan yang terlalu tinggi. Camilan sehat banyak menjadi pembicaraan pada saat ini, karena masyarakat mulai menyadari akan pentingnya kualitas makanan yang dikonsumsi demi menjaga kesehatan. Konsumsi camilan sehat dapat membantu mencukupi kebutuhan energi pada saat beraktivitas hingga tiba waktu makan utama. Kriteria camilan sehat adalah camilan yang mengandung vitamin, protein, dan serat pangan, sedangkan menurut Astawan *et al.* (2013), salah satu indikasi pangan sehat adalah memiliki kandungan indeks glikemik (IG) yang rendah. Modifikasi produk dapat dilakukan untuk menghasilkan produk yang lebih sehat, memiliki kandungan IG dan lemak yang lebih rendah, serta kandungan protein dan serat yang lebih tinggi.

Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat merupakan hasil pengembangan produk brownies dengan menggantikan beberapa bahan baku produk dengan bahan baku lain yang dianggap memiliki mutu yang lebih baik untuk kesehatan. Oat dipilih sebagai bahan baku karena kandungan serat di dalamnya lebih tinggi dibandingkan dengan tepung terigu. Karbohidrat kompleks yang terkandung di dalam oat juga dapat membuat rasa kenyang lebih tahan lama sehingga kita tidak perlu mengonsumsi brownies terlalu banyak. Penggunaan *yogurt* dan gula palem untuk menggantikan fungsi mentega, margarin, dan gula pasir juga diharapkan mampu membentuk persepsi konsumen sebagai salah satu faktor psikologis yang dapat memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Persepsi konsumen terhadap penggunaan oat, *yogurt*, dan gula palem sebagai pengganti tepung terigu, mentega, margarin, dan gula pasir merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh produsen, karena konsumen membangun keputusan pembelian berdasarkan apa yang mereka pahami. Terbentuknya persepsi konsumen mengenai kualitas suatu produk menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang baik pada produk tersebut. Berdasarkan persepsi inilah konsumen percaya pada suatu produk (Rivai dan Wahyudi 2017).

Proses berkembangnya suatu produk baru membutuhkan waktu untuk diketahui dan diingat oleh konsumen. Nama produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat* yang susah diingat dan masih kurangnya promosi yang dilakukan menyebabkan produk ini kurang menonjol di pasaran. Kondisi ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk melakukan *rebranding* produk menggunakan metode SWOT. Analisis SWOT digunakan sebagai senjata yang digunakan untuk menghadapi persaingan global, baik dalam tingkat nasional ataupun internasional. Analisis ini juga digunakan sebagai aplikasi dalam pengambilan keputusan terhadap program baru di dalam suatu organisasi. Analisis SWOT banyak digunakan oleh organisasi, perusahaan, bahkan lembaga pemerintahan, karena analisis ini cukup mendasar sebagai senjata dalam menentukan solusi terbaik pada konflik yang dapat terjadi di dalam suatu organisasi (Fatimah 2016).

Melihat hal ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi *Rebranding* produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Menjadi Yobrow”, dengan harapan produk ini nantinya dapat lebih diketahui dan diingat oleh banyak orang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa pokok permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana proses yang harus dilalui untuk *rebranding* produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat* menjadi *Yobrow*?
2. Bagaimana penilaian responden terhadap ekuitas merek produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat* menjadi *Yobrow*?
3. Bagaimana strategi yang digunakan untuk *rebranding* produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat* menjadi *Yobrow*?

1.3 Tujuan

Tujuan umum dari laporan ini adalah melakukan *rebranding* produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat* menjadi *Yobrow*. Adapun tujuan khusus dari laporan ini adalah:

1. Mengidentifikasi proses yang harus dilalui untuk *rebranding* produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat* menjadi *Yobrow*.
2. Menganalisis penilaian responden terhadap ekuitas merek produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat* menjadi *Yobrow*.
3. Menentukan strategi yang digunakan untuk *rebranding* produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat* menjadi *Yobrow* menggunakan metode SWOT.

1.4 Manfaat

1. Bagi Mahasiswa
Sebagai media belajar untuk menambah pengetahuan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di Program Studi Manajemen Industri Jasa Makanan dan Gizi Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, serta diharapkan dapat menambah wawasan mengenai strategi *rebranding* produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat* menjadi *Yobrow*.
2. Bagi Perguruan Tinggi
Sebagai data tambahan untuk mengetahui strategi *rebranding* produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat* menjadi *Yobrow*.
3. Bagi Masyarakat
Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan dan sebagai panduan dalam melakukan *rebranding* suatu produk.

1.5 Ruang Lingkup

Cakupan *rebranding* yang sangat luas membuat penulis membatasi ruang lingkup penelitian, yaitu perancangan merek baru, logo baru, dan kemasan baru. Metode penelitian yang digunakan pada tugas akhir ini adalah menggunakan analisis kuantitatif dengan skala likert dan analisis kualitatif dengan analisis SWOT, data yang telah terkumpul diberikan skor kemudian data akhir disesuaikan dengan interval kelas yang telah ditentukan untuk ditarik kesimpulan berdasarkan data yang

diperoleh pada setiap elemen. Berdasarkan kesimpulan yang diambil, kemudian dilakukan analisis SWOT sebagai strategi *rebranding* produk *Yobrow*. Karakteristik responden yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk *Healthy Chocolate Yogurt Brownie with Oat*.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.