

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kuliner merupakan bagian sub sektor industri di Indonesia yang kini paling diminati. Tidak dapat di duga bahwa dunia kuliner banyak dimanfaatkan para pembisnis untuk memulai bisnis kuliner. Hal ini dikarenakan di dalam kuliner produk yang ditawarkan berupa olahan masakan makanan dan minuman, yang dimana makan dan minum merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh manusia. Munculnya berbagai makanan dan minuman yang unik, adanya wisata kuliner dan trend kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang pesat. Menurut Dyah Kusumastuti dan Friday Fitricia Nur (2014: 429) “Dari hasil data pengeluaran, diperkirakan 19% dan 16% dari pengeluaran wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara adalah untuk restoran dan kuliner. Sehingga realitas untuk membuka bisnis kuliner ini cukup menjanjikan. “ Namun dalam menjalankan usaha industri kuliner perlu adanya kreativitas dan inovasi serta menjadi sebuah gaya hidup baru dikalangan masyarakat. Kini industri kuliner tidak hanya memberikan cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi. Maraknya industri kuliner pada saat ini menyediakan tempat yang cukup luas untuk kebutuhan manusia dalam bersosialisasi sehingga menjadi sebuah budaya atau kebiasaan baru yang lebih dikenal dengan istilah nongkrong.

Industri kuliner yang mendukung kebutuhan manusia salah satunya yaitu kedai kopi. Kini atau kedai kopi menjadi sebuah trend fenomena. Kedai kopi identik dengan minuman berbagai olahan kopi. Kopi merupakan sebuah minuman yang berasal dari seduhan biji kopi yang sudah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk kopi. Bubuk kopi ini yang akan dijadikan sebagai minuman kopi. Menurut Saputra E, 2008. “Kopi merupakan sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan biji tanaman kopi.” Kini kedai kopi pada saat ini sudah menjadi sebuah fenomena dikalangan masyarakat. Tidak hanya itu, penikmat minuman kopi yang disajikan oleh kedai kopi pun bertambah, kini berasal dari berbagai kalangan. Hal ini berdampak pada menjamurnya kedai kopi di berbagai sudut jalan. Menurut Wakil Ketua Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) Moelyono Susilo memproyeksikan “Konsumsi kopi Indonesia dan negara-negara penghasil kopi lainnya akan meningkat dari 15% menjadi 25% pada tahun 2020 nanti. Saat ini, dengan jumlah penduduk 255 juta jiwa, Indonesia berada di tingkat konsumsi 4-

5 juta per tahun, atau sekitar 300.000 per ton. Tingkat konsumsi kopi Indonesia bertumbuh sekitar 5-6% per tahun.

Pada umumnya kedai kopi yang ada biasanya berjualan dengan cara menetap. Kedai kopi yang menetap biasanya ingin memperluas atau melebarkan jangkauan untuk komoditas kedainya sendiri. Hal ini bisa dengan cara seperti mengikuti ajang festival kuliner, dan *event* kuliner lainnya. Saat sekarang ini banyak pengusaha di dalam industri kuliner yang memanfaatkan sistem *mobile* contoh (*foodtruck*) dalam usaha kulinernya untuk mencari pasar atau konsumen. Untuk itu diperlukan adanya sebuah alat bantu berjualan sebagai media promosi, dimana alat bantu media promosi tersebut dapat mampu untuk memanfaatkan peluang pasar seperti *event-event* kuliner dan lain sebagainya. Dengan adanya alat bantu berjualan dengan sistem *mobile* sebagai media promosi pemilik kedai kopi dapat mengikuti *event* tersebut serta dapat mempromosikan produknya. Tidak hanya itu, media promosi juga dapat mencari pasarnya sendiri dalam artian menjemput peluang pasar. Dengan adanya alat bantu sebagai media promosi dapat berdampak baik bagi komoditas kedai kopi tersebut.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang dapat diambil:

- a. Fenomena tren bisnis kuliner seperti *event-event* kuliner, *mobile* bisnis, dan lain sebagainya.
- b. Kedai kopi yang menetap ingin menyebarluaskan atau melebarkan jaringan komoditas kedai kopi, sehingga dapat menambah peluang pasar.
- c. Sarana media promosi untuk berjualan kopi yang mampu menarik target pasar.

## 1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat di tarik dari identifikasi masalah :

- a. Bagaimana rancangan alat bantu yang digunakan sebagai media promosi dengan sistem *mobile* untuk kedai kopi?

## 1.4 Batasan Masalah

- a. Perancangan yang dilakukan hanya tertuju pada pemilik kedai kopi.
- b. Perancangan yang dilakukan hanya berupa alat bantu yang bertujuan untuk membantu dalam mempromosikan komoditas kedai kopi.

- c. Perancangan alat bantu tersebut diperuntukan untuk *event* kuliner atau wisata kuliner dan lain sebagainya.

## **1.5 Tujuan**

### **1.5.1 Tujuan Umum**

- Dapat memudahkan pengusaha kedai kopi untuk mencari peluang pasar atau *customer*.
- Dapat membantu penggunaanya dalam berjualan.
- Mampu bersaing dengan usaha-usaha kuliner lainnya.

### **1.5.2 Tujuan Khusus**

- Untuk dapat membuat rancangan bentuk sarana alat bantu yang dapat memudahkan pengusaha kedai kopi mencari pasarnya.
- Mampu meberikan sebuah tren baru di dalam industri kuliner.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Keilmuan**

Untuk mempelajari peluang bisnis usaha kuliner. Sehingga dapat mampu menciptakan inovasi dalam usaha kuliner.

### **1.6.2 Pihak Terkait**

Membuka wawasan akan pemanfaatan peluang pasar usaha dan bisnis kuliner. Agar pembisnis dapat mampu ikut serta dalam terbukannya peluang pasar.

### **1.6.3 Masyarakat Umum**

Meningkatkan kesadaran kepada masyarkat bahwa semua lapisan masyarkat dapat juga ikut serta dalam usaha bisnis kuliner.

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Penelitian**

Dalam perancangan ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kulitatif menurut Moleong (2007: 6) mengatakan bahwa “penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.” Sementara itu menurut Moch Nazir (dalam ND Anggraeni 2015:64) mendefinisikan bahwa yang

dimaksud dengan metode deskriptif sebagai berikut “Metode deskriptif adalah untuk studi menemukan fakta dengan inpretasi yang tepat dimana didalamnya termasuk studi untuk melukiskan secara akurat sifat-sifat dari beberapa fenomena kelompok dan individu serta studi untuk menentukan frekuensi terjadinya suatu keadaan untuk meminimalisirkan bias dan memaksimalkan reabilitas. Metode deskripsi ini digunakan untuk menjawab permasalahan mengenai seluruh variabel penelitian secara independen.”

### **1.7.2 Metode Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data dalam perancangan ini penulis menggunakan metode kualitatif sebagai berikut:

#### **1. Studi Pustaka**

Data-data yang didapat dan diperoleh melalui beberapa sumber yaitu buku, jurnal, artikel ilmiah yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

#### **2. Studi Lapangan**

Untuk mengetahui permasalahan yang terjadi sebenarnya dilapangan dengan melakukan studi di kawasan food court, dan wisata kuliner.

#### **3. Wawancara**

Wawancara yang dilakukan tidaklah wawancara yang sangat mendalam dengan para pedagang yang sudah mempunyai kedai kopi dan pengguna kendaraan bermotor yang digunakan untuk berjualan.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Ada 5 tahapan yang berupa BAB yang menjadikan ketentuan dalam penyusunan laporan penelitian ini.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan merupakan bagian awal dari laporan penelitian ini yang mencakup isi berupa latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesa, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi penjelasan yang memuat deskripsi, dan analisis (pembahasan) yang dituangkan dalam beberapa sub-bab, sesuai dengan keperluan namun secara umum terdiri dari:

1. Landasan Teoritis.
2. Landasan Empiris.

### **BAB III ANALISIS ASPEK DESAIN**

Berisi tentang analisa perancangan dengan pertimbangan desain produk yang dikaji dari berbagai aspek. Mulai dari aspek fungsi, operasional, produksi, psikologi, teknologi, lingkungan kerja, masyarakat, rupa, dan lain sebagainya. Dari hasil analisa kemudian di tuangkan dalam hipotesa seperti 5W+1H, analisa S.W.O.T, dan T.O.R (*Term Of Reference*).

### **BAB IV KONSEP PERANCANGAN DAN VISUSALISASI KARYA**

Berisi data *real* yang didapat dari masalah desain, kemudian dalam prosesnya melakukan pertimbangan desain dari gagasan awal ke gagasan akhir. Serta mendeskripsikan keterangan produk mulai dari nama, fungsi, *target user*, serta kebutuhan produk yang harus dipenuhi, serta aspek-aspek desain terkait dengan perancangan sampai kepada desain akhir berupa gambar rendering 3D, gambar kerja, photo study model, dan standar operasional produk.

### **BAB V KESIMPULAN**

Merupakan sub judul yang mencakup pembahasan.