

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Saat ini, tren meeting di kafe sangat populer di berbagai kalangan. Usia penikmat kopi hampir tidak bisa dibedakan dari remaja hingga dewasa hingga lansia sehingga tak terhitung jumlahnya. Bagi mereka, kopi adalah bagian dari konsumsi sehari-hari dan bagian dari makan dan minum sehari-hari. Menurut sebuah artikel yang muncul di situs resmi Chuseyo Coffee, awalnya arti kafe atau kafe adalah tempat di mana Anda dapat menikmati secangkir kopi atau teh dengan cepat. Dengan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks, kedai kopi mulai berkembang menjadi tempat minum kopi atau teh sambil bertemu dan mengobrol dengan orang lain atau bahkan melakukan pekerjaan dan tugas.

Menurut data International Coffee Organization (ICO), Indonesia akan menjadi negara konsumen kopi terbesar ke-5 di dunia pada tahun 2020/2021. Sebanyak 5 juta karung dengan berat 60 kilogram. Konsumsi kopi yang tinggi ini menyebabkan bertambahnya kedai kopi di Indonesia. Meski memiliki standar dan pasar yang berbeda, bisa dikatakan pertumbuhan kedai kopi di Indonesia bahkan melebihi pertumbuhan jamur di musim hujan. Tidak hanya di kota besar, di kota kecil pun sudah banyak kafe yang berkembang pesat. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia.

Di Indonesia, *coffee shop* kini tidak hanya menjual kopi saja. Melainkan menjual suasana juga. Mulai dari suasana perkotaan, suasana seperti berada di negara lain, hingga suasana alam yang sangat membuat mata beristirahat. Pertumbuhan kedai kopi saat ini tidak lepas dari pengaruh gaya hidup kota besar yang sangat menyenangkan bagi mereka yang mencari hiburan dan menjadi “tempat spiritual” yang populer di kalangan

remaja. Menurut data yang ditemukan Euromonitor pada tahun 2019, kedai kopi di Indonesia tumbuh pesat dari tahun 2014 hingga 2019. Pada tahun 2019, terdapat kurang lebih 1.083 kedai kopi di Indonesia dan sebagian besar berada di Jakarta. Penyebabnya adalah tren minum kopi yang sangat populer di kalangan remaja Indonesia, terutama di kota-kota besar dan sekitar seperti Jakarta.

Talanoa Kopi & Space merupakan sebuah kedai kopi yang terletak di Cibubur, Depok, Jawa Barat. Didirikan sejak 2020, Talanoa Kopi & Space sudah menjalani bisnis selama dua tahun, Kedai kopi ini didirikan oleh lima orang yang sekarang merupakan para pemilik. Kelima pemilik ini memiliki rata-rata usia 22 tahun. Mereka sudah berteman sejak SMA dan kemudian mendirikan Talanoa Kopi & Space saat mereka sedang kuliah. *Coffee shop* yang terletak di Cibubur ini, pada awalnya hanya memiliki 2-3 karyawan dan hanya memiliki kapasitas tempat sekitar 25 orang. Seiring berjalannya waktu karyawan pun bertambah dan kondisi tempat pun semakin berkembang.

Berlokasi di perumahan DDN Cibubur yang merupakan sebuah perumahan yang terletak sedikit jauh dari jalan utama, Talanoa Kopi & Space menggunakan keunggulan tersebut untuk membuka kedai kopi yang tidak hanya menjual minuman dan makanan, namun Talanoa Kopi & Space juga menjual tempat yang membawa suasana tenang dan hening sehingga menjadi salah satu destinasi yang memikat warga Cibubur. Menurut situs resmi wisata info (2021), daya tarik utama Talanoa Kopi & Space adalah menawarkan konsep yang menarik. Yakni mengusung konsep bangunan modern minimalis yang didominasi warna gelap dan dipadukan dengan elemen kayu sehingga menimbulkan kesan estetik, serta suasana yang begitu tenang dan damai. Selain itu, pemilik mengatakan bahwa Talanoa Kopi & Space jauh dari kebisingan. Dengan pemanfaatan kolam ikan dan

banyaknya tanaman, kafe ini bisa dikatakan sebagai tempat dengan nuansa back to nature dan juga suasana yang akrab karena jauh dari keramaian.

Selain menjual kopi, Talanoa Kopi & Space ini juga menyediakan jasa penyewaan ruang atau *space*. Penyewaan ruang Talanoa Kopi & Space ini ditujukan untuk penyewaan seluruh ruang dari Talanoa Kopi & Space. Maka dari itu Talanoa Kopi & Space hanya menyewakan ruangnya sebelum jam operasi. *Space* yang dimiliki oleh Talanoa Kopi & Space ini bisa digunakan untuk keperluan yang berbeda-beda, mulai dari *photoshoot*, arisan, hingga keperluan *shooting*. Harga bermacam-macam dari durasi pemakaiannya. Sedangkan untuk menu yang disediakan Talanoa Kopi ini sangat beragam. Mulai dari bermacam jenis penyeduhan kopi, *coffee based*, hingga minuman *non-coffee*. Untuk hidangan makanannya pun beragam. Mulai dari kudapan, hidangan utama, hingga hidangan penutup pun tersedia di Talanoa Kopi & Space.

Talanoa Kopi & Space ini merupakan kedai kopi yang selain menjual kopi, juga menjual tempat untuk disewa. Maka dari itu *coffee shop* ini memiliki permasalahan di jasa penyewaan tempat tersebut karena belum banyak orang yang mengetahui hal tersebut. Bahkan semenjak penyewaan tempat tersebut dibuka pada tahun 2021, baru tujuh pelanggan yang menggunakan jasa tersebut. Tujuh pelanggan tersebut menurut *owner* merupakan seseorang yang dekat dengan *owner* seperti keluarga dan teman. Para *owner* merasa bahwa angka tersebut masih dapat terus berkembang hingga maksimal. Untuk saat ini para *owner* menyatakan bahwa penyewaan tempat yang mereka lakukan hanya melalui DM Instagram dan *chat* Whatsapp yang tersedia di *linktree* yang terletak di *bio* Instagram. Para *owner* mengatakan bahwa konsumen banyak yang ingin menyewa tempat yang disediakan Talanoa Kopi & Space tersebut. Namun sayangnya karena keterbatasan media informasi, para konsumen masih sering menanyakan hal yang sama mengenai sistem *booking space* tersebut.

Selama kurang lebih dua tahun, Talanoa Kopi & Space sering melakukan promosi terhadap kedai kopi mereka tersebut. Talanoa Kopi & Space melakukan promosinya melalui sosial media Instagram. Aktivitas yang mereka lakukan di Instagram sudah menarik karena mereka *posting* konten mereka dengan mayoritas konten fotografi. Foto-foto tersebut beragam mulai dari foto produk, foto ambience, *merchandise*, dan lain-lainnya..Talanoa Kopi & Space juga mempromosikan kedai kopi mereka tersebut menggunakan strategi *mouth to mouth* dari para konsumen yang pernah mengunjungi Talanoa Kopi & Space.

Seperti artikel yang ditulis Aidiem (2019), berjualan atau melakukan promosi melalui media sosial, memang memiliki kelebihan bahwa interaksi dengan calon pembeli akan lebih cepat terjalin dan menyenangkan. Namun media sosial pun sebenarnya masih memiliki banyak kekurangan seperti kurangnya detail informasi, *update* informasi yang terlalu cepat, anda tidak ditemukan di Google oleh calon pelanggan, dan kurangnya kepercayaan.

Menurut artikel yang ditulis oleh Andrian Permana (2022), Website merupakan salah satu kebutuhan yang menjadi prioritas bagi perusahaan dalam pengembangan bisnis. Seiring waktu, manfaat yang diberikan situs web untuk bisnis tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga untuk mendekatkan bisnis dengan pelanggan. Bagi startup yang beroperasi di Indonesia, website tersebut akan digunakan sebagai wahana aplikasi, promosi dan kegiatan lain yang akan dilakukan.

Kurangnya informasi yang diberikan Talanoa Kopi & Space mengenai jasa penyewaan *space*, menjadi salah satu penyebab minimnya pelanggan. Akibatnya untuk saat ini masih banyak konsumen yang hanya menganggap Talanoa Kopi & Space ini merupakan kedai kopi saja. Penggunaan *website* merupakan salah satu cara untuk memberikan

informasi mengenai jasa penyewaan *space* yang dimiliki Talanoa serta memberikan informasi utuh mengenai Talanoa Kopi & Space.

Selain memberikan profil lengkap mengenai *brand*, website juga merupakan sarana yang sangat efektif untuk menjual dan menampilkan katalog produk. Mengutip dari artikel yang ditulis oleh Aan Rofik (2022), dengan memasukkan portofolio atau galeri foto produk, serta testimonial tentang pekerjaan, para pelaku bisnis dapat menunjukkan apa yang membuat bisnis mereka unik. Jadi website merupakan sarana yang paling efektif untuk Talanoa Kopi & Space untuk memberikan informasi mengenai jasa penyewaan tempat tersebut.

Dari permasalahan Talanoa Kopi & Space yang telah dipaparkan, penulis memutuskan untuk mengambil topik pembahasan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan *Prototype Website* Talanoa Kopi & Space” dengan harapan agar Talanoa Kopi & Space mampu memberikan informasi secara utuh mengenai Talanoa Kopi & Space.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Mengacu kepada permasalahan pada latar belakang di atas, identifikasi masalah yang dialami oleh Talanoa Kopi & Space dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Talanoa belum memiliki media untuk konsumen memesan *space* yang disewakan dengan mudah
- b. Belum memberikan informasi mengenai jasa penyewaan kepada konsumen

## **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah “Bagaimana merancang *prototype website* Talanoa Kopi & Space yang baik

dan benar agar konsumen dapat memesan *space* dari Talanoa Kopi & Space dengan mudah?”.

#### **1.4. Ruang Lingkup Permasalahan**

- a. Apa (what)  
Perancangan prototipe website sebagai media yang menjembatani *brand* dengan target audiens.
- b. Siapa (who)  
Talanoa Kopi & Space
- c. Dimana (where)  
Cimanggis, Depok City, Jawa Barat.
- d. Kapan (when)  
Dilakukan sejak bulan Oktober 2022.
- e. Kenapa (why)  
Sebagai solusi dari permasalahan yang dimiliki Talanoa Kopi & Space
- f. Bagaimana (how)  
Merancang *prototype website* Talanoa Kopi & Space yang memberikan informasi utuh mengenai *brand*.

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah untuk melakukan perancangan *prototype website* Talanoa Kopi & Space untuk menyediakan media yang dapat memesan jasa penyewaan *space* dari Talanoa Kopi & Space dengan mudah.

#### **1.6. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Wawancara**

Penulis akan menggunakan metode wawancara yang akan dilakukan kepada pemilik dari Talanoa, konsumen Talanoa Kopi & Space dan ahli UI/UX untuk mencari *insight* mengenai Talanoa Kopi & Space yang

nantinya akan membantu penulis dalam merancang *prototype* website Talanoa Kopi & Space. Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Esterberg dalam Sugiyono (2015:72)

#### **b. Observasi**

Penulis akan melakukan observasi secara langsung ke Talanoa Kopi & Space agar penulis bisa merasakan secara langsung suasana dari Talanoa Kopi & Space. Soewardikoen (2019:49) berpendapat bahwa gambar harus diamati secara teliti dan mencatat unsur-unsur visual yang ada pada gambar tersebut.

#### **c. Studi Pustaka**

Menurut Sugiyono (2018), studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti.

Metode studi pustaka dilakukan melalui analisis internal maupun eksternal, serta menggali informasi melalui sumber guna menunjang proses perancangan strategi desain.

### **1.7. Metode Analisis Data**

#### **1.7.1. Metode kualitatif**

Penulis menganalisis data menggunakan metode kualitatif karena dibutuhkannya bermacam *insight* mengenai *brand* dari berbagai sudut pandang. Metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan dianalisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna.

**a. Analisis konten**

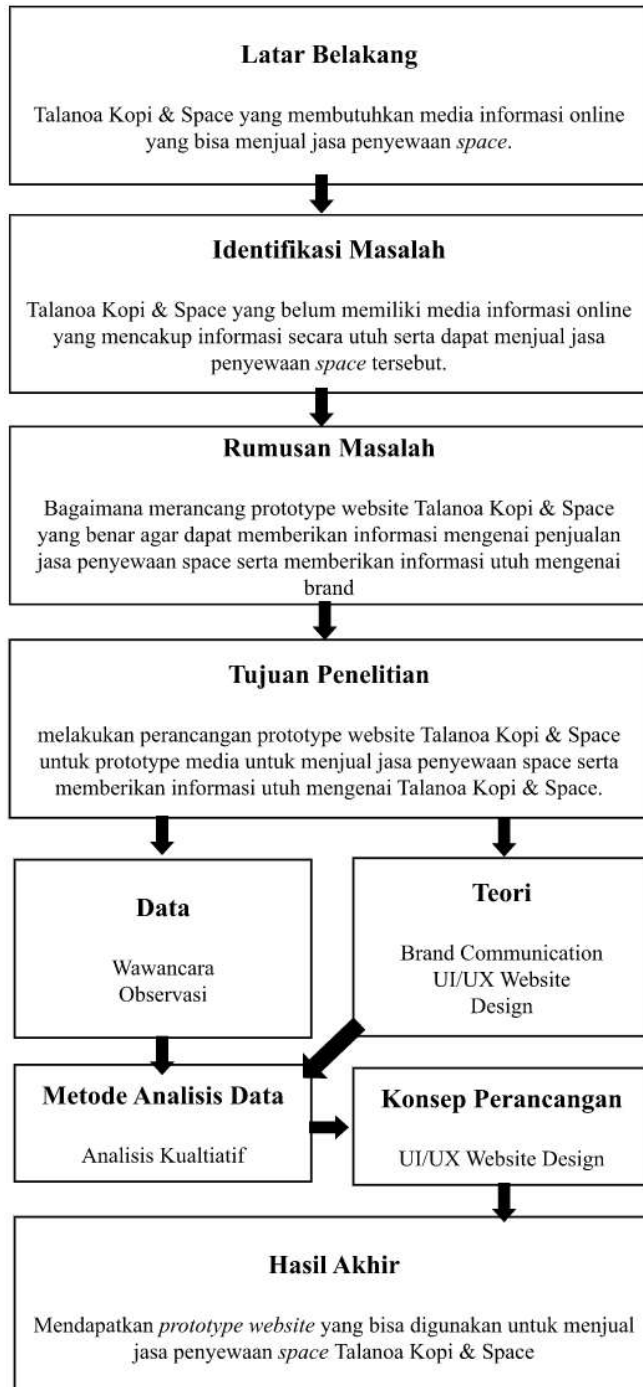
Analisis konten adalah teknik mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus terhadap isi suatu informasi. Analisis ini biasanya digunakan pada penelitian yang bersifat kualitatif (Asfar, 2019:2).

**b. Analisis matriks**

Menurut Soewardikoen (2019:104), analisis matriks terdiri dari kolom dan baris yang memunculkan dua dimensi yang berbeda dan berguna untuk membandingkan seperangkat data serta menarik kesimpulan. Matriks membantu identifikasi informasi menjadi lebih seimbang karena dengan menyejajarkan informasi baik berupa gambar atau tulisan.



## 1.8. Kerangka Perancangan



Tabel 1.1. Tabel kerangka perancangan

## **1.9. Sistematika penulisan**

### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Memberikan latar belakang dari masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode pengumpulan data, kerangka perancangan, dan pembabakan.

### **BAB 2: DASAR PEMIKIRAN**

Memberikan berbagai macam teori yang berhubungan dengan topik untuk dijadikan sebagai landasan perancangan prototipe website Talanoa Kopi & Space.

### **BAB 3: PEMBERI PROYEK, ANALISIS MASALAH, DAN REKOMENDASI**

Mencantumkan hasil data yang telah dikumpulkan untuk perancangan strategi desain untuk perancangan prototipe website Talanoa Kopi & Space.

### **BAB 4: KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL RANCANGAN**

Memuat konsep rancangan hingga hasil akhir dari rancangan karya penulis sendiri.

### **BAB 5: KESIMPULAN DAN PENUTUP**

Memberikan kesimpulan akhir dan saran mengenai penelitian ini.