

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Toko Sumber Hidangan dibangun pada tahun 1929, didirikan untuk memproduksi dan menjual jajanan khas Belanda. Seiring dengan berkembangnya Jalan Braga, Toko Sumber Hidangan mulai dikenal luas masyarakat kota Bandung pada saat itu. Hal ini terbukti dengan masa kejayaannya, pada tahun 1920 – 1940, yang mana pada saat itu Jalan Braga menjadi kompleks pertokoan yang paling terkemuka di Hindia sekaligus menjadi pusat perdagangan, sehingga ramai dikunjungi bangsa Eropa.

Awalnya Jalan Braga adalah sebuah jalan kecil di depan pemukiman yang cukup sunyi sehingga dikenal sebagai jalan Pedati (*Pedatiweg*) pada tahun 1900-an. Jalan Braga menjadi ramai karena banyaknya usahawan – usahawan terutama berkebangsaan Belanda mendirikan toko – toko , bar, restoran dan tempat hiburan di kawasan itu. Kemudian pada dasawarsa 1920 – 1930 –an muncul toko – toko dan butik pakaian yang *up- to- date*, sesuai dengan perkembangan mode di Perancis yang pada saat itu merupakan kiblat model pakaian di dunia. Keberadaan butik inilah yang membuat Jalan Braga di juluki *Parijs Van Java*.

Dengan banyaknya toko-toko atau café terkenal mahal dan elit, Toko Sumber Hidangan yang awal namanya adalah *Het Snoephuis* berasal dari bahasa Belanda yang berarti rumah jajanan, menjadi tempat yang terkenal dan menjadi pilihan bangsa Eropa (Belanda) dan Indonesia kelas menengah sebagai tempat singgah, atau bersantai karena tertarik dengan cita rasa jajanan makanannya yang lezat (*home made*), suasana tempat yang nyaman dan harganya yang relatif murah.

Berbeda dengan toko roti atau café kebanyakan, penampilan Toko Sumber Hidangan sangat tua dan sampai sekarang pun masih mempertahankan gaya arsitektur bangunannya yaitu *Art Deco*, dengan pilar pilar besar, atap tinggi, lampu gantung, dan cat yang sudah mengelupas dimana-mana. Perabotan seperti gilingan kopi, timbangan besar, mesin kasir dan radio kayu menambah genap nuansa tempo dulu. Toko Sumber Hidangan ini terbagi menjadi dua bagian sisi kanan penuh aneka jajanan dalam etalase dan toples-toples , sementara di sisi kiri dipergunakan sebagai café dan Toko Sumber hidangan ini juga menyediakan jasa *delivery* dengan menggunakan sepeda khusus untuk kawasan Jalan Braga.

Toko Sumber Hidangan yang buka dari pukul 08.30 – 19.00 WIB ini menjual aneka macam jajanan khas Belanda dan menu makanan utama yang bervariasi. Semua makanannya diproduksi sendiri di dapur yang terletak di belakang toko. Spesialisasinya adalah berbagai jenis roti yang tidak menggunakan bahan pengawet. selain itu juga ada kue- kue khas Belanda seperti kue *amandel, warmball, bokkepott* dan masih banyak lainnya. Resep roti dan kuenya berasal dari Belanda, resep tersebut sampai sekarang digunakan turun-temurun oleh keluarga Poppy Iskandar.

Seiring dengan berkembangnya jaman, saat ini Jalan Braga bukan lagi menjadi satu satunya pusat perekonomian di Bandung. Kejayaannya pun semakin meredup

atau bisa dikatakan mulai menghilang tergantikan dengan kemunculan tempat-tempat perdagangan lain yang lebih modern pada tahun 1980-an.

Pada siang hari aktifitas pada kawasan ini semakin menurun dan hanya ramai atau macet dilalui kendaraan yang lalu lalang. Beberapa bangunan tua terbengkalai dan beralih fungsi menjadi tempat hiburan malam. Kawasan ini mengalami penurunan citra budaya, sejarah dan estetika lingkungan. Hal ini mengingatkan bahwa kondisi Jalan Braga sudah tidak lagi menjadi tempat favorit masyarakat kota.

Hal ini pun berdampak kepada Toko Sumber Hidangan, bagaikan “hidup segan, mati pun tak mau”. Untuk bertahan Toko Sumber Hidangan masih memiliki pelanggan yang setia sampai sekarang dari generasi lama dan tetap mempertahankan keaslian resep cita rasa khas Belanda, tetapi kondisi saat ini generasi muda pada umumnya kurang mengetahui keberadaan Toko Sumber Hidangan, karena kurangnya informasi mengenai Toko Sumber Hidangan dan banyaknya kompetitor- kompetitor dalam bidang yang sama membuat konsentrasi generasi muda terpecah atau terbagi.

Selain itu sikap perusahaan yang bersifat *konservatif*, sehingga sulit melakukan inovasi baru untuk Toko Sumber Hidangan yang sekarang terkesan suram atau kurang terawat untuk standar toko jajanan makanan dan pihak perusahaan juga masih terbuai kejayaanya masa lalu, masih merasa sebagai yang terbaik dan tidak menyadari perubahan yang terjadi di sekitarnya.

Toko Sumber Hidangan menghadapi kendala dari dalam perusahaan (*intern*) untuk dapat bersaing dengan kompetitornya. agar bisa tetap bertahan menghadapi persaingan di masa yang akan datang.

Meskipun citra Jalan Braga sudah mengalami pergeseran dan berdampak juga pada Toko Sumber Hidangan. namun memiliki nilai sejarah peninggalan jaman Belanda dan potensi yang tinggi untuk bisa berkembang sehingga tidak hilang keberadaannya. Hal ini yang akan penulis ambil sebagai titik tolak dalam mempromosikan Toko Sumber Hidangan.

Sasaran atau target marketnya adalah generasi muda atau dewasa muda usia 18 tahun keatas, karena kecenderungan gaya hidup dan senang mencoba sesuatu yang baru atau belum pernah mereka coba (*asing*) agar tertarik ke cita rasa tempo dahulu (tradisional khas Belanda)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka permasalahan yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Seiring berkembangnya kota Bandung maka Jalan Braga bukan menjadi satu-satunya pusat perdagangan, sehingga konsentrasi masyarakat atau massa jadi berkurang. Hal ini menyebabkan, para pengunjung Toko Sumber Hidangan pun turut berkurang.
2. Toko Sumber Hidangan memiliki ciri khas, nilai sejarah peninggalan jaman Belanda yang jarang langka ditemui pada saat ini dan memiliki potensi untuk berkembang agar tidak hilang atau musnah keberadaannya
3. Seiring berkembangnya jaman muncul kompetitor – kompetitor dalam bidang yang sama sehingga persaingan menjadi semakin ketat.

4. Pada kenyataanya Toko Sumber Hidangan dapat bertahan dengan masih adanya pelanggan tetap, tetapi tanpa adanya regenerasi pelanggan baru Toko Sumber Hidangan dapat dikatakan bagaikan “hidup segan mati pun tak mau”
5. Pihak perusahaan yang tidak mau membuka diri atau *konservatif*, sehingga membuat sulit melakukan inovasi baru agar dapat bersaing dengan kompetitornya.
6. Toko Sumber Hidangan pernah mengalami masa kejayaan yang cukup lama serta dikenal luas oleh masyarakat, sehingga pemiliknya masih terbuai kejayaan masa lalu namun pada kenyataanya pamor Toko sumber Hidangan semangkin meredup seiring dengan pergantian jaman dan munculnya usaha lainnya.
7. Generasi sekarang kurang mengetahui keberadaan Toko Sumber Hidangan karena kurangnya promosi.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas maka penulis membatasi masalah sebagai berikut :

1. Membuat *Re-positioning* baru dalam masyarakat sehingga memiliki karakteristik tersendiri dalam masyarakat.
2. Membuat promosi untuk Toko Sumber Hidangan agar dikenal oleh masyarakat.
3. Mengolah *visualisasi* Toko Sumber Hidangan yang sesuai dengan promosi yang dibuat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagaimana diuraikan pada pertanyaan – pertanyaan sebagai berikut :

1. Apa tujuan promosi Toko Sumber Hidangan ?
2. Apa yang menjadi keunggulan Toko Sumber Hidangan di bandingkan kompetitor lainnya, sehingga Toko Sumber Hidangan mampu bersaing ?
3. *Positioning* seperti apakah yang di buat dalam masyarakat ?
4. Pendekatan apa saja yang harus dilakukan untuk menyampaikan promosi yang tepat dan efektif kepada konsumen (Efektifitas pendekatan konsumen) ?
5. Seperti apa perencanaan bentuk promosi yang efektif dan efisien terhadap permasalahan Toko Sumber Hidangan kepada masyarakat pada target *audiens* ?
6. Bagaimana menemukan target audiens yang tepat untuk Sumber Hidangan?

1.5 Tujuan Perancangan

Maksud dan tujuan yang hendak di capai dari rumusan masalah adalah sebagai berikut.

1. *Re-positioning* dilakukan agar Toko Sumber Hidangan memiliki *positioning* yang kuat sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dengan kompetitor lainnya dan membuat promosi berjalan dengan lancar
2. Promosi dilakukan bertujuan untuk membangun *awareness* / kesadaran masyarakat (generasi muda) dan meningkatkan keuntungan atau profit.

Diharapkan dengan adanya promosi tersebut Toko Sumber Hidangan dapat bertahan atau tidak hilang keberadaanya dalam menghadapi ketatnya persaingan kompetitor lainnya.

3. Promosi dilakukan dengan pendekatan yang sesuai dengan *positioning* dan segmentasi pasar. Diharapkan dengan adanya promosi ini minat terhadap masyarakat akan Toko Sumber Hidangan akan meningkat.

1.6 Ruang Lingkup Perancangan

Proses Perancangan Promosi akan mencakup tahapan :

1. Proses *Re-positioning* : Dalam tahapan ini *positioning* Toko Sumber Hidangan diperbaiki sehingga memiliki *positioning* yang kuat dan membuat promosi dapat berjalan dengan efektif.
2. Proses Promosi : Dalam tahapan ini mencakup bagaimana menjual *positioning* yang ideal untuk Toko Sumber Hidangan dengan pendekatan – pendekatan yang ada, sehingga minat masyarakat akan Toko Sumber Hidangan akan meningkat.

1.7 Manfaat Perancangan

Manfaat promosi ini bagi masyarakat akan melestarikan salah satu warisan kuliner di kota Bandung, sehingga tidak hilang seiring berkembangnya jaman serta munculnya kompetitor sejenis lainnya.

Menghidupkan kembali atmosfer tempo dulu yang dimiliki Toko Sumber Hidangan, sehingga generasi muda sekarang masih bisa merasakan suasana jaman Belanda yang sekarang ini jarang atau langka ditemui saat ini.

Bagi industri kreatif dalam dunia keilmuan seni rupa, hal ini merupakan suatu bentuk permasalahan yang ada dalam masyarakat (dalam hal ini dibidang kebudayaan) yang memperkaya bidang desain grafis, menjadi suatu karya seni yang baik, menjadi solusi dari permasalahan yang ada serta dapat di pertanggung jawabkan.

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian dibagi menjadi dua, yaitu metode pengumpulan data dan analisis hasil pengumpulan data.

1.8.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi langsung

Observasi langsung dalam penelitian ini adalah dengan melihat secara langsung keadaan yang sesungguhnya dari Jalan Braga dan Toko Sumber Hidangan serta membandingkannya dengan usaha-usaha yang sejenis, baik yang di Jalan Braga maupun di tempat di kota Bandung sebagai perbandingan.

2. Wawancara

Wawancara adalah dialog yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang di butuhkan. Wawancara yang dilakukan secara tidak terstruktur dan sifatnya fleksibel kepada narasumber para staff Toko Sumber Hidangan, Pelanggan,

tetangga dan *tour guide* kota Bandung. Wawancara dimaksudkan untuk mengumpulkan data tentang latar belakang Toko Sumber Hidangan dan mengumpulkan berbagai pandangan serta pendapat.

3. Foto

Foto adalah satu elemen penting dalam penelitian ini, terutama di hubungkan dengan keberadaan Toko Sumber Hidangan yang sudah puluhan tahun. Foto ini selain sebagai sumber data yang cukup akurat, juga dapat mendukung sisi historis dan nuansa tempo dulu.

4. Studi Banding

Studi Banding yang dilakukan adalah dengan mempelajari berbagai usaha sejenis (Toko roti dan café) di kota Bandung dan sekitarnya sebagai perbandingan untuk Toko Sumber Hidangan. Studi banding yang dilakukan meliputi studi terhadap *sign system*, daya tarik, menu, suasana, dan promosi yang dilakukan.

5. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi berbagai macam informasi yang diperoleh dari berbagai macam media, baik media cetak maupun elektronik yang dapat menunjang penelitian penulis.

1.8.2 Analisis Hasil Pengumpulan Data

Analisis hasil pengumpulan dan pengolahan data di bagi menjadi dua yaitu:

1. Analisis terhadap pengumpulan data di luar keperluan visualisasi karya

Analisis terhadap data ini adalah berupa data-data penunjang yang dapat membantu penulis dalam menciptakan karya. Data-data ini tidak secara jelas tersirat namun tetap mendukung hasil akhir karya.

2. Analisis terhadap pengumpulan data sehubungan visualisasi karya.

Analisis terhadap pengumpulan data ini adalah berupa visualisasi desain dengan konsep yang telah ditentukan sebelumnya dan sesuai dengan data-data yang telah diperoleh.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Diawali dengan latar belakang yang berisi pokok masalah tentang Toko Sumber Hidangan yang berada di jalan Braga kemudian diidentifikasi permasalahannya melalui identifikasi masalah dan dibatasi dalam pembatasan masalah yang kemudian dirumuskan dalam perumusan masalah. Adapun permasalahan yang ada kemudian dituangkan dalam tujuan perancangan yang kemudian dibatasi dalam ruang lingkup perancangan.

BAB II TINJAUAN MASALAH

Berisi tentang teori – teori pendukung penelitian yang mengacu pada sumber data yang akurat (buku dan media internet).

BAB III PEMECAHAN MASALAH

Mengulas tentang objek perencanaan yang mengacu pada positioning dan target market yang ditentukan dan kemudian ditunagkan dalam konsep perancangan yang dimulai dari perencanaan media sampai visualisasi karya.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang berisi masukan-masukan baik untuk diri sendiri maupun orang lain.

1.10 Sistematika Kerangka Pemikiran

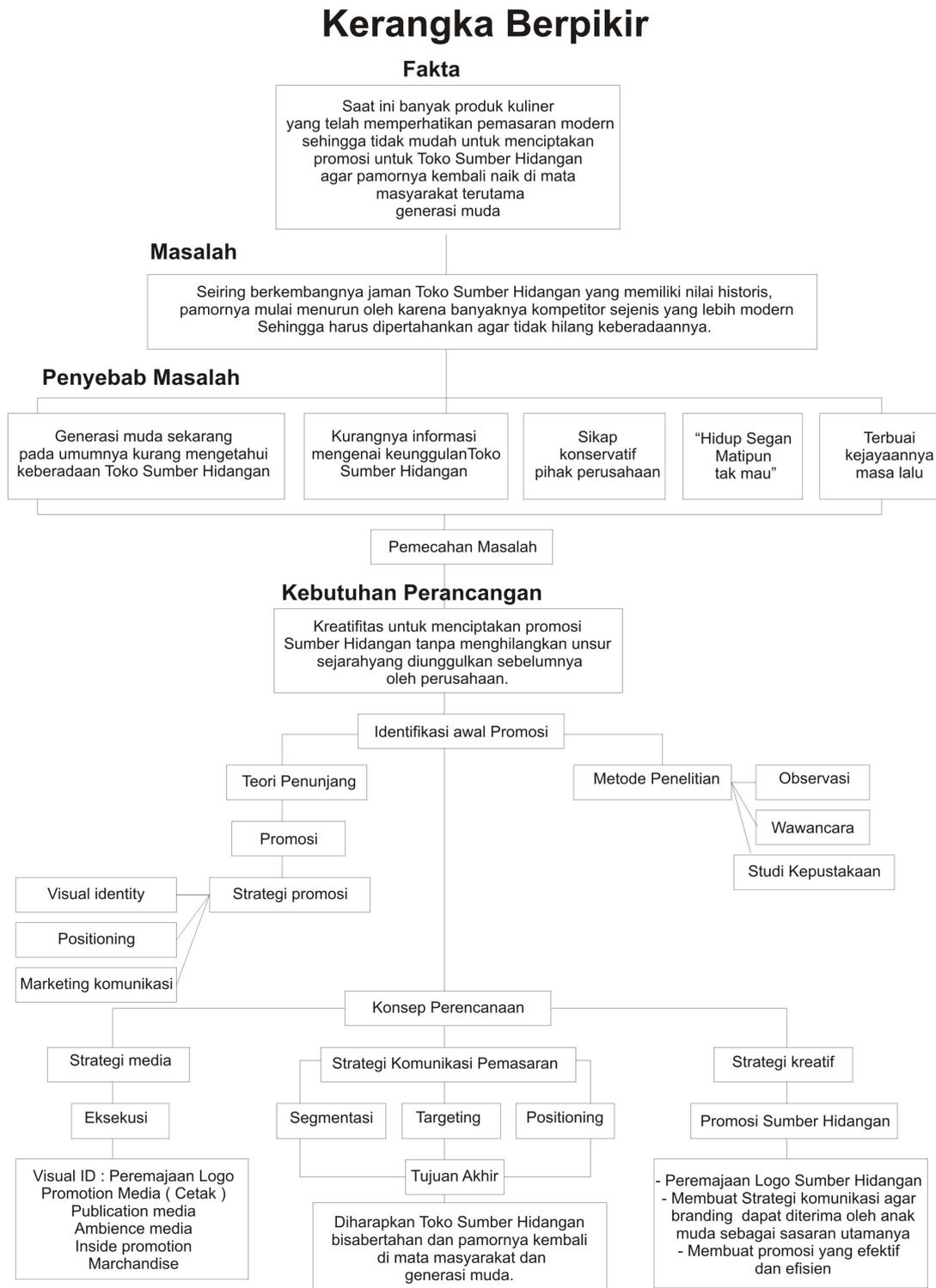


Table 1.1 Sistematika Kerangka Berpikir