

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minum kopi adalah salah satu kebiasaan masyarakat Indonesia sejak dahulu. Orang-orang dapat mengonsumsi kopi dengan membuatnya sendiri di rumah atau pergi ke kedai kopi. Seiring dengan perkembangan zaman, kedai kopi sekarang berkembang dan terkenal dengan sebutan *coffee shop*. Ketua Badan Perwakilan Daerah Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) menyebutkan pada tahun 2017 makin menjamurnya aneka ragam kedai kopi terutama di kota Jakarta, Bali, Bandung, dan Yogyakarta.

Perkembangan *coffee shop* mulai menjamur di Indonesia dimulai dengan dibukanya gerai Starbucks di Indonesia. Dengan adanya Starbucks sebagai *coffee shop* dimana menyediakan konsep *coffee shop* yang dapat menjadi tempat yang nyaman untuk orang melakukan aktivitas seperti *kongkow* atau tempat melakukan pekerjaannya yang dikenal sebagai *working space*. Oleh karenanya banyak bermunculan *coffee shop* dengan konsep serupa. Namun kebanyakan *coffee shop – coffee shop* di Indonesia cenderung hanya menyediakan kopi dengan racikan modern seperti Espresso, Cappuccino, Americano dan lain-lain, sehingga hal ini membuat racikan-racikan kopi asal Indonesia kurang dikenal masyarakat.

Indonesia juga dicatat oleh ICO (*International Coffee Organization*) sebagai produsen kopi terbesar ke-4 di dunia, tapi sangat disayangkan kopi origin Indonesia kurang dikenal oleh masyarakat Indonesia sendiri. Selain itu juga minimnya masyarakat yang mengenal racikan khas Indonesia yang begitu beragam, seperti kopi tubruk (dimana kopi ini dibuat dengan kopi yang ditumbuk kasar dengan cara tradisional lalu kopi dan gula didihkan secara bersamaan) dan kopi joss (dimana pembuatannya yaitu dengan memasukkan kopi panas ke dalam gelas yang berisi arang atau bara api). Menurut Laskary Andaly Metal Bitticaca peraih gelar *World Queen of Coffee* di Kolombia

mengatakan bahwa masyarakat dunia mulai mengetahui bahwa Indonesia memiliki banyak jenis kopi yang nikmat. Berdasarkan data dari Kementerian Luar Negri (Duta Besar RI untuk Selandia Baru), Data UNComtrade menunjukkan ekspor kopi Indonesia ke Selandia Baru tahun 2016 mencapai lebih dari 500 ton dengan nilai US\$2,6 juta. Para pengusaha kopi di Selandia Baru memuji kopi Indonesia yang disebut memiliki cita rasa khas dan tekstur kental serta keasaman lebih segar dibanding kopi dari negara lain. Di Indonesia terdapat beberapa kopi yang telah dikenal di pasar kopi internasional yaitu Kopi Gayo, Kopi Java, Kopi Toraja, Kopi Bali Kintamani, dan Kopi Wamena.

Bali dengan wisata alam yang menawan menjadi salah satu tujuan utama pelancong domestik maupun mancanegara. Terdapat 30 ribu pesawat hilir mudik di bandar udara I Gusti Ngurah Rai, Denpasar Bali. Oleh karenanya potensi Bali untuk menyambut pada wisatawan dalam memperkenalkan kopi origin Indonesia terbuka lebar. Kopi Kintamani atau kopi Bali adalah salah satu kopi Indonesia yang telah mendapat sertifikat Geographical Indication (GI) secara resmi pada tahun 2008, sehingga potensi Indonesia sebagai produsen kopi sangat terbuka lebar.

Coffee Center yaitu tempat dimana individu dapat mendapat pengalaman untuk belajar mengenai *Coffee Origini* di Indonesia. *Coffee center* menyediakan perjalanan untuk mengetahui pengetahuan kopi mulai dari penanaman kopi (*farming*), panen biji kopi (*harvesting*), pemanggangan biji kopi (*roasting*), hingga bagaimana meracik kopi tersebut. Individu juga dapat merasakan beragam jenis kopi Indonesia dengan beragam racikan pula hingga individu dapat merasakan *flavor* dan *aroma* yang khas pada setiap jenis kopi dan macam racikan khas Indonesia, dimana hal ini dikenal sebagai *testing session*.

Oleh karena itu, perancang ingin menyediakan *Coffee Center* yang memfasilitasi untuk konsumen dan komunitas pecinta kopi sebagai penghubung pengenalan kopi terhadap masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka identifikasi masalah yang akan dibahas ialah sebagai berikut.

- a. Kurangnya area *Coffee Center* yang menyediakan tempat pembelajaran pengenalan kopi origin Indonesia (sejarah, cara menanam, dan memproduksi)
- b. Sedikitnya kesadaran masyarakat Indonesia untuk melestarikan kekayaan alam Indonesia dimana kopi Indonesia menjadi salah satu terbaik di Dunia.
- c. Kurangnya *Coffee Center* yang memberikan sentuhan tradisonal Indonesia, dengan suasana yang edukatif dan interaktif.

1.3 Ide Perancangan

Menciptakan *Coffee Center* dengan edukasi kopi yang dapat memperkenalkan beragam kopi asal Indonesia. Lokasi berada di Bali tepatnya di GYM, Fitness & Beauty Salon (New World Grand Bali Resort), Pecatu – Bali. Selain itu juga *Coffee Center* tersebut terdapat pengunjung berupa *café* yang menyajikan olahan kopi yang terutama asli dari Indonesia dan pelanggan pun diperbolehkan untuk belajar meracik kopinya sendiri.

Perancangan yang ingin diterapkan pada *Coffee Center* yaitu memberikan informasi yang dapat mengedukasi mengenai kopi, dimana *Coffee Center* tersebut akan memperkenalkan beragam kopi asal Indonesia tetapi tetap kontemporer dan merancang dari permasalahan dimana konsumen membutuhkan kenyamanan fasilitas. Berlokasi di Bali sehingga pada konsep ruang dapat memiliki bukaan dan beragam *view* menarik yang dapat dijadikan nilai tambahan bagi *Coffee Center* tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada perancangan ini sebagai berikut.

- a. Bagaimana menerapkan tema *Taste and Aromas* dengan konsep *Coffee Origin* pada perancangan Sabang – Merauke *Coffee Center* di Pecatu, Bali.
- b. Bagaimana menerapkan program ruang; baik sirkulasi, sistem display dan pencahayaan agar sesuai dengan *Coffee Center*?
- c. Bagaimana merancang interior *Coffee Center* yang dapat merancang desain dengan memberikan suasana yang rileks, interaktif dan edukatif?

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan perancangan sebagai berikut.

- a. Menerapkan tema “*Taste and Aromas*” dengan konsep “*Coffee Origin*” pada perancangan interior Sabang - Merauke *Coffee Center* di Pecatu - Bali.
- b. Merancang sirkulasi dan pencahayaan dengan memaksimalkan alam terkecuali kebutuhan khusus layaknya; museum.
- c. Menciptakan suasana ruang yang membuat pengunjung *Coffee Center* merasakan konsep yang diaplikasikan pada keseluruhan ruangan.

1.6 Manfaat Perancangan

Berdasarkan manfaat yang didapat dari perancangan *Coffee Center* dikota Bali yaitu

- a. Bagi Perancang
Wawasan dan pengetahuan mengenai perancangan *Coffee Center* beserta kopi Indonesia semakin luas. Dapat mengenal baiknya kopi Indonesia.
- b. Bagi Pengunjung
Menjadi tempat yang memiliki fasilitas yang nyaman dan mendapatkan edukasi tentang asal dan jenis kopi Indonesia.

1.7 Ruang Lingkup Perancangan

Agar perancangan *Coffee Center* dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka permasalahan perancangan yang diangkat perlu dibatasi variabelnya.

Inilah batasan dalam perancangan *Coffee Center* yaitu

1. Merancang interior *coffee center* dengan fasilitas *museum*, *coffee class*, dan area *public* maupun *private*.
2. Area perancangan meliputi ruang tunggu, ruang rapat, bar, dan dapur.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah pembuatan *Coffee Center*, ide dan gagasan yang ingin diterapkan pada *Coffee Center*, identifikasi masalah, ide perancangan, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, ruang lingkup perancangan *Coffee Center*, dan sistematika penulisan laporan perancangan.

BAB II STUDI LITERATUR

Pada bab ini akan membahas mengenai sejarah kopi, jenis kopi, pengertian kopi, pengertian *coffee shop*, *coffee center*, *coffee class*, organisasi ruang pada *coffee center*, standar ergonomis pada *coffee center*, pengertian *mini-gallery*, standar ergonomis pada *mini-gallery*.

BAB III COFFEE CENTER

Berisi tentang pengimplementasian konsep dan tema, penjelasan lokasi, data-data lokasi, karakter dan aktivitas *user*, *bubble diagram*, *matrix*, *zoning-blocking*, dan studi *image* pada perancangan *Coffee Center*.

BAB IV PERANCANGAN INTERIOR SABANG – MERAUKE COFFEE CENTER

Sabang – Merauke *Coffee Center* yaitu tempat dimana individu dapat mendapat pengalaman untuk belajar mengenai kopi di Indonesia

BAB V SIMPULAN

Pengunjung dapat tertarik belajar kopi dan mengeksplor salah satu kekayaan Sumber Daya Alam Indonesia