

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Kota Cimahi merupakan sebuah kota di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini terletak diantara kota Bandung dan kabupaten Bandung. Dalam jabarprov.go.id (2013) “Kota Cimahi pada awalnya diarahkan untuk dapat berfungsi sebagai kota pendidikan militer karena di kota ini banyak terdapat pusat pendidikan militer.” Tidak hanya dikenal sebagai kota pendidikan militer, kota Cimahi juga terkenal dengan wisata kulinernya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), wisata berarti bepergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan sebagainya); bertamasya; piknik. Sedangkan kuliner berarti berhubungan dengan masak-memasak. Salah satu kawasan yang menjadi tempat wisata kuliner kota Cimahi adalah jalan Raden Demang Hardjakusumah. Di jalan tersebut banyak sekali penjual makanan dan minuman, mulai dari yang tradisional seperti awug dan cendol, hingga yang modern seperti burger dan minuman bersoda. Tidak hanya itu, di jalan tersebut juga banyak terdapat rumah makan, salah satunya adalah Saung Si Kucrit.

Saung Si Kucrit adalah salah satu rumah makan di jalan Raden Demang Hardjakusumah yang sudah ada sejak tahun 2016. Lokasinya sangat strategis karena di jalan Raden Demang Hardjakusumah terdapat Kantor Pemerintahan kota Cimahi yang membuat jalan tersebut menjadi jalan yang sibuk dan ramai. Tempat ini memiliki konsep rumah makan lesehan yang menggunakan dinding dari bilik dan tempat makan yang dibuat seperti saung, tempat makannya luas dan terdapat kolam ikan didepan saung. Harga makanan di Saung Si Kucrit mulai dari Rp. 15.000,- sampai dengan Rp. 30.000,-. Rumah makan tersebut ramai pengunjung pada hari libur seperti hari sabtu dan minggu atau tanggal merah. Tidak hanya pada hari-hari tersebut, pada bulan puasa juga Saung Si Kucrit biasanya mendapat banyak pemesanan tempat untuk acara buka puasa bersama.

Menurut hasil wawancara dengan pemilik Saung Si Kucrit yaitu ibu Wiwin Wulan Jayani Dewi pada tanggal 9 November 2017, pada hari-hari kerja pengunjung Saung Si Kucrit tidak lebih dari tiga puluh pengunjung setiap harinya. Dimana dalam satu pekan hanya pada hari-hari diakhir pekan saja pengunjung bisa mencapai 30 orang. Pernyataan pemilik Saung Si Kucrit tersebut diperkuat dengan data yang diberikan dalam bentuk tabel mengenai jumlah pengunjung sejak tahun 2016 sampai dengan tahun 2018, dimana pada data tersebut terjadi penurunan jumlah pengunjung Saung Si Kucrit. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Saung Si Kucrit, tempat tersebut bisa menampung sampai dengan 100 orang pengunjung berusia dewasa. Dengan pernyataan dari pemilik Saung Si Kucrit yang menyatakan bahwa jumlah pengunjung Saung Si Kucrit perharinya tidak sampai 30 orang, maka hanya 30% saja kapasitas pengunjung Saung Si Kucrit yang terpenuhi. Namun begitu pernah beberapa kali kapasitas Saung Si Kucrit penuh 100% pada akhir pekan, tetapi pada hari-hari kerja sangat sedikit pengunjungnya.

Selain terjadi penurunan jumlah pengunjung, pengunjung Saung Si Kucrit juga hanya didominasi oleh orang dewasa berusia 26 tahun sampai dengan 45 tahun, data tersebut didapatkan dari hasil kuesioner terhadap para pengunjung Saung Si Kucrit. Kategori-kategori usia tersebut berdasarkan kategori usia menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia tahun 2009. Sedikit informasi yang bisa didapatkan tentang Saung Si Kucrit baik diinternet maupun media cetak, sedangkan media sosial hanya menggunakan Instagram dan hanya aktif selama dua hari sejak postingan pertama. Hal tersebut membuat pengunjung Saung Si Kucrit didominasi oleh orang yang pernah berkunjung, dan orang yang diajak oleh teman atau saudaranya.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka masalah yang muncul adalah sebagai berikut:

- Saung Si Kucrit sepi pengunjung pada hari-hari kerja, sehingga daya tampung pada hari kerja kurang terpenuhi ketimbang pada akhir pekan.

- Terjadi penurunan jumlah pengunjung Saung Si Kucrit, hal ini secara otomatis akan menyebabkan penurunan omset.
- Pengunjung Saung Si Kucrit hanya didominasi oleh orang dewasa, padahal Saung Si Kucrit bisa memiliki pangsa pasar yang lebih luas.
- Promosi Saung Si Kucrit di media sosial yang hanya aktif selama 2 hari, menyebabkan pengunjungnya didominasi oleh orang yang pernah berkunjung, dan orang yang diajak oleh teman atau saudaranya.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana meningkatkan pangsa pasar Saung Si Kucrit menjadi lebih luas serta meningkatkan jumlah pengunjung lebih banyak?

I.4 Batasan Masalah

Batasan objek lebih difokuskan pada perancangan media promosi Saung Si Kucrit. Batasan subjek lebih difokuskan pada masyarakat umum, khususnya di Kota Cimahi dan Kota Bandung. Tempat berlangsungnya perancangan media promosi Saung Si Kucrit adalah di Kota Cimahi dan Kota Bandung.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan dilakukannya perancangan ini adalah memperluas pangsa pasar Saung Si Kucrit yang sebelumnya hanya didominasi oleh orang dewasa saja menjadi lebih luas lagi serta meningkatkan jumlah pengunjung Saung Si Kucrit. Sedangkan manfaat dari perancangan ini adalah menambah calon pengunjung serta dengan perancangan ini masyarakat mudah mendapatkan informasi mengenai Saung Si Kucrit.