

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Saat ini pasar kopi di Indonesia makin meningkat, dengan bertambahnya peminat-peminat kopi saat ini yang mendorong banyak dan menjamurnya usaha-usaha pembangunan kedai kopi di setiap sudut kota, salah satunya adalah di kota Bandung. Di kota Bandung sendiri saat ini kedai kopi telah menjadi *trend* di kalangan masyarakatnya, dengan kriteria kedai yang dibangun tidak hanya untuk sekedar minum kopi, tetapi juga sebagai tempat berkumpul. Dengan konsumen yang terdiri dari berbagai sikap, mulai dari yang mampir ke kedai kopi hanya untuk menghabiskan waktu, sekedar minum kopi, berfoto, atau juga konsumen yang mengadakan pertemuan di kedai kopi, bahkan dijadikan sarana untuk menambah relasi. Maka dari itu kedai kopi banyak memiliki peran dan manfaat tersendiri bagi beberapa tipe konsumen.

Seiring perkembangannya kini kedai kopi memiliki peran yang penting, seperti memberikan suatu ruang, seperti ruang untuk berkreasi, berdiskusi, bahkan untuk sekedar hiburan. Hal ini membuktikan bahwa kedai kopi memiliki potensi yang menjanjikan, dan dijadikan lahan bisnis yang menjadi target bagi para pelaku bisnis untuk membangun usaha-usaha tempat berkumpul atau tempat pertemuan dengan konsep yang menarik, inovatif, dan kreatif, dari segi menu atau tempatnya sebagai daya tarik, salah satu contohnya adalah SWG Coffee.

SWG Coffee adalah kedai kopi yang dibangun pada November 2015 ini mengambil konsep yang sedikit berbeda, kedai kopi ini menonjolkan sisi desain arsitektur yang khas dengan berkonsep minimalis ditambah nuansa gelap hitam dan putih, dan dinding kaca di sekeliling ruangan menambah kesan hangat, tenang, dan elegan. SWG Coffee dibangun tidak hanya memberikan cita rasa kopi yang baik, tetapi juga menawarkan fasilitas yang memberikan kenyamanan pada konsumen yang datang, dengan suasana yang nyaman juga dengan pelayanan yang sangat baik.

Selain itu karena konsep desain kedainya yang menarik ini sering kali mendorong para pengunjung untuk melakukan pemotretan atau hanya sekedar *selfie*, namun tidak hanya dijadikan sebagai tempat pemotretan tetapi juga digunakan sebagai tempat pertemuan bagi para komunitas foto maupun komunitas-komunitas lain, yang tidak jarang juga dijadikan sebagai tempat penyelenggaraan acara, seperti *photo hunting* atau acara bermusik. Selain itu juga SWG Coffee memiliki menu kopi yang tidak kalah nikmat dengan menyajikan pelayanan terbaik bagi para konsumen yang datang, selain itu SWG Coffee juga menyediakan berbagai fasilitas yang menarik sebagai pendukung untuk melengkapi kebutuhan dan aktivitas dari para konsumen yang datang.

Oleh karena itu kedai kopi kini menjadi salah satu daya tarik yang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari, dengan adanya berbagai tipe konsumen membuat persaingan usaha menjadi sesuatu hal yang harus diperhatikan untuk para pengusaha dalam menjalankan dan mempertahankan usahanya. Pada saat ini SWG Coffee sudah berdiri lebih dari dua tahun, dengan demikian SWG Coffee ingin menjadikan kedai kopinya menjadi kedai kopi yang diminati bagi masyarakat kota Bandung maupun wisatawan luar Bandung.

Dengan keunikan tempat dan berbagai menu yang variatif tidak menjadikan SWG Coffee menjadi kedai yang banyak diminati, dikarenakan makin banyaknya kompetitor-kompetitor yang bermunculan, dan juga dengan banyaknya pembangunan usaha-usaha kedai kopi baru yang dijadikan tempat favorit yang membuat menurunnya pengunjung kedai SWG Coffee. Oleh sebab itu dalam persaingan usaha agar tetap menjaga eksistensi dan meningkatkan pengunjung serta penjualan membutuhkan sebuah iklan komersil untuk dapat terus berkembang menjadi kedai kopi yang banyak diminati.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas maka dapat teridentifikasi permasalahan sebagai berikut :

- SWG Coffee merupakan kedai kopi yang sudah dua tahun lebih berdiri.

- Makin banyaknya kompetitor kedai-kedai kopi lain yang di bangun.
- Kurang dikenal dan diminatinya SWG Coffee
- Kurangnya promosi dari SWG Coffee.

### **I.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas maka dapat dirumuskan masalahnya adalah bagaimana mempromosikan SWG Coffee, selain sebagai kedai kopi dengan pelayanan yang baik, SWG Coffee juga menyediakan berbagai menu dan fasilitas yang mendukung aktivitas dari para konsumen yang datang.

### **I.4 Tujuan & Manfaat Perancangan**

Tujuan perancangan adalah untuk mempromosikan kepada masyarakat luas khususnya di kota Bandung mengenai SWG Coffee, agar tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen dan penjualan, sehingga dapat terus berkembang dengan menjadi kedai kopi yang diminati dari banyaknya kedai-kedai kopi yang di bangun saat ini.

### **I.5 Batasan Masalah**

Dalam permasalahan tersebut agar dapat mencapai hasil yang baik sesuai target yang di inginkan, maka batasan masalahnya tertuju pada SWG Coffee itu sendiri sebagai daya tarik. Dengan perlu dikembangkan dalam suatu proses pembuatan iklan atau promosi karena dengan sajian kopi dan suasana tempatnya bisa menjadi peluang besar bagi SWG Coffee untuk bisa menjadi kedai kopi yang banyak diminati bagi masyarakat luas terutama di kota Bandung.