

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner atau makanan menjadi salah satu bisnis yang selalu ada sepanjang masa, salah satu alasannya karena makanan merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan manusia. Beragam bisnis kuliner yang ada dan beragam pula jenis produk yang disediakan. Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Palembang (2020), perkembangan jumlah usaha restoran atau rumah makan berskala menengah dan besar di Palembang tahun 2017-2018 mengalami peningkatan sebesar 4,2%.

Salah satu bisnis kuliner yang banyak berkembang saat ini adalah kafe. Perkembangan bisnis kafe di Indonesia saat ini khususnya di kota-kota besar semakin berkembang dengan pesat. Banyak bermunculan wirausahawan yang membuka usaha kafe dengan berbagai ide-ide atau konsep-konsep yang dibuat untuk menarik pelanggan dari berbagai kalangan, terutama anak muda. Kafe-kafe terus bermunculan hingga saat ini, termasuk di Kota Palembang. Banyaknya kafe yang bermunculan dengan menyajikan keunikannya tersendiri, pastinya juga mendorong timbulnya persaingan yang sangat ketat untuk dapat menjadi pilihan yang disukai oleh konsumen.

Mempersiapkan dokumen-dokumen penunjang dan melakukan pemasaran sangat diperlukan oleh setiap bisnis. Pada praktiknya, bisnis dan pemasaran merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan. Pemasaran merupakan sebuah strategi bisnis yang mengacu pada aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan penjualan suatu produk yang bertujuan untuk memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan bisnis. Pemasaran juga memiliki peran besar dalam sukses dan lancarnya suatu bisnis. Seorang pelaku bisnis harus mampu merancang pemasaran yang sesuai dan tepat dengan bisnisnya.

Salah satu bagian penting keberlangsungan sebuah bisnis yaitu pelaku bisnis harus dapat memenuhi media penunjang dalam hal komunikasi dan informasi mengenai identitas perusahaan yang dibutuhkan, misalnya mempersiapkan dan

membuat desain kop surat (*letterhead*), bukti transaksi yang akan digunakan, dan juga media promosi, contohnya brosur, poster, *name card*, spanduk, dan *banner*.

Pada saat inilah fungsi desain grafis dalam membuat dokumen-dokumen bisnis dan media promosi sangat diperlukan oleh pelaku bisnis di semua jenis industri, karena selain mengekspresikan sebuah seni, bidang desain grafis juga mempunyai tujuan komersial yang ditampilkan dalam bentuk visual yang baik dan tepat, hal ini membuktikan bahwa peranan desain grafis sangat diperlukan demi kelancaran bisnis yang dijalankan.

Dengan adanya dokumen bisnis dan promosi melalui tampilan desain yang tepat diharapkan dapat membantu mempublikasikan produk yang tentunya bisa menonjolkan karakteristik, serta mampu meningkatkan penjualan dari Kedai Dalu itu sendiri.

Kedai Dalu merupakan sebuah usaha kafe yang berdiri sejak tahun 2020 yang berlokasi di Jl. Residen Abdul Rozak No. 9, Palembang. Kedai Dalu bertujuan menjadi salah satu kafe yang menjadi pilihan utama sebagai tempat berkumpul, bersantai dan menjadi tempat favorit bagi pelanggan yang ingin menikmati sajian makanan dan minuman dengan nyaman dan harga terjangkau.

Banyak bermunculan kafe-kafe dengan berbagai konsep dan promosi yang menarik menjadi tantangan tersendiri bagi Kedai Dalu, hal tersebut membuat Kedai Dalu membutuhkan promosi dan penunjang lain yang efektif untuk dapat bersaing. Ditambah lagi karena kafe ini belum lama berdiri, sehingga promosi yang dilakukan sebelumnya adalah promosi yang dikomunikasikan dari mulut ke mulut dan promosi melalui media sosial (*Instagram*), namun desain media promosi dan dokumen penunjang lainnya masih terbilang sederhana, contohnya bentuk kop surat (*letterhead*) pada Kedai Dalu masih sangat umum, nota yang digunakan merupakan nota yang dibeli di toko dan tidak memiliki ciri khusus misalnya logo kafe ataupun informasi lainnya yang berkaitan dengan Kedai Dalu, media promosi misalnya pembuatan poster dan sebagainya belum pernah dilakukan sebelumnya.

Kedai Dalu memiliki berbagai pilihan menu baik tradisional dan modern, karena itu Kedai Dalu membutuhkan media promosi dan dokumen penunjang lain yang menarik dengan tetap mencerminkan karakter dari kafe tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perancangan Desain Dokumen Bisnis dan Media Promosi di Kedai Dalu Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang penulis kemukakan adalah **“Bagaimana Perancangan Desain Dokumen Bisnis dan Media Promosi yang tepat dan menarik di Kedai Dalu?”**.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah dan membuat laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang dari perumusan masalah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas penulis adalah perancangan desain dokumen bisnis dan media promosi di Kedai Dalu Palembang menggunakan aplikasi *Microsoft Word 2016* dan *Adobe Photoshop CC*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan desain dokumen bisnis dan media promosi di Kedai Dalu Palembang.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan di bidang desain grafis khususnya mengenai perancangan desain dokumen bisnis dan media promosi.
 - b. Sebagai referensi pada penelitian selanjutnya mengenai perancangan desain dokumen bisnis dan media promosi.
2. Manfaat Praktis

Sebagai referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan perancangan desain dokumen bisnis dan media promosi, khususnya pada Kedai Dalu Palembang.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dari penelitian dilakukan pada Kedai Dalu Palembang yang beralamatkan di Jalan Residen Abdul Rozak No. 9, Kelurahan Kalidoni, Kecamatan Ilir Timur II, Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh penulis langsung dari objek penelitian yaitu Kedai Dalu Palembang dengan cara wawancara untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan laporan akhir ini. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:130) jenis dan sumber analisis data ada dua, antara lain:

1. Data Primer

Data Primer (*Primary data*) mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari tangan pertama oleh peneliti terkait dengan variabel berkaitan untuk tujuan tertentu dari studi. Data primer dalam penyusunan laporan ini didapatkan melalui hasil observasi dan mengolah data dari wawancara langsung dengan Bapak M. Agust Istianto selaku pemilik usaha Kedai Dalu Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder (*secondary data*) mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber literatur yang sudah ada, seperti buku, jurnal atau skripsi. Data sekunder dalam penyusunan laporan ini didapat dari berbagai sumber yaitu buku, artikel ilmiah, internet yang relevan dengan desain grafis, dokumen bisnis dan media promosi.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penulisan laporan akhir ini, yaitu:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2004:203), observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.

b. Wawancara

Menurut Berger dalam Kriyantono (2006:100), wawancara merupakan percakapan antara periset dengan informan. Metode wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan data secara lengkap, mendalam, dan didapat langsung dari sumbernya. Dalam laporan ini hasil wawancara didapatkan langsung dari Bapak Agust Istianto selakpemilik usaha Kedai Dalu Palembang.

2. Riset Kepustakaan

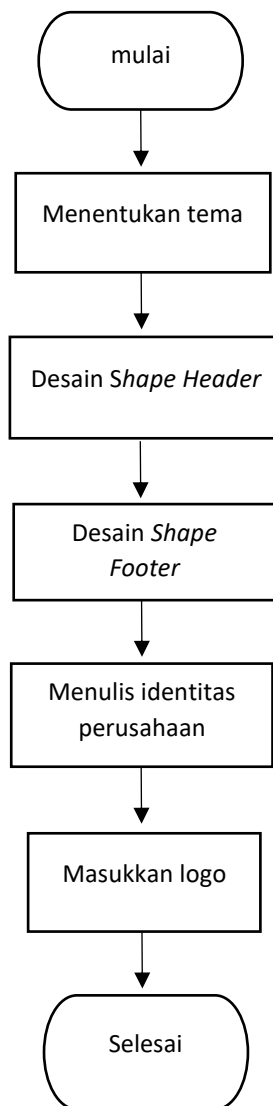
Penulis mengumpulkan dan memperoleh data yang diperlukan dengan mencari keterangan dan informasi berupa literatur-literatur, buku bacaan, dan dokumen lainnya serta media elektronik seperti internet yang berhubungan dengan laporan yang penulis buat untuk melengkapi laporan akhir ini.

1.5.4 Analisis Data

Dalam penyusunan laporan akhir ini, penulis akan menerapkan teknik analisis data deskriptif kualitatif, menurut Menurut Sugiyono (2007:1) dalam Ditha (2018:13-14), metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

1.6 Alur Perancangan Desain

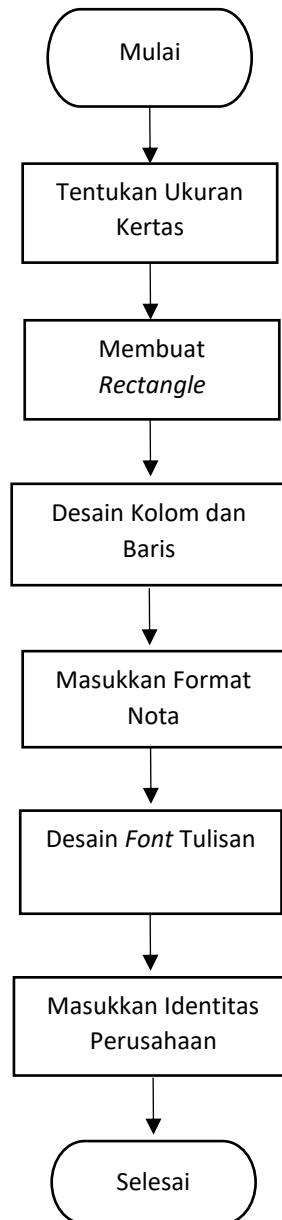
- a. Perancangan desain dokumen bisnis yaitu Kop Surat (*letterhead*) menggunakan fasilitas *Microsoft Word 2016*.



Gambar 1.1 Alur Perancangan Kop Surat

Sumber: Data Olahan, 2022

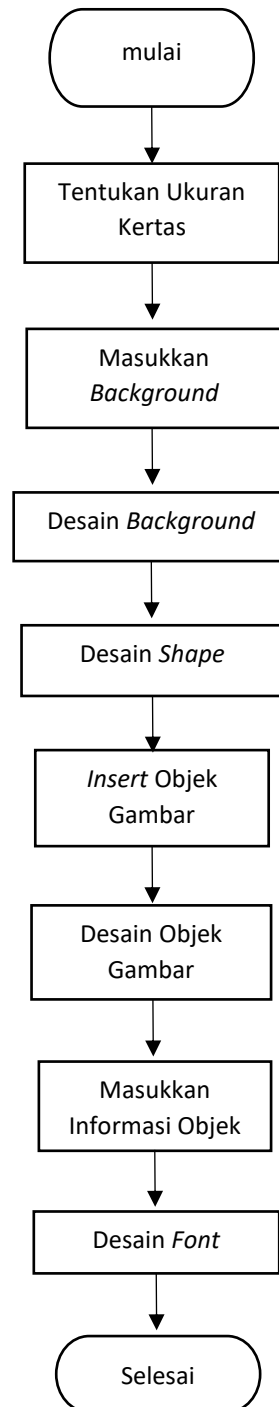
- b. Perancangan desain dokumen bisnis yaitu nota atau bukti transaksi atas pembelian/penjualan suatu produk menggunakan fasilitas *Adobe Photoshop CC*.



Gambar 1.2 Alur Perancangan Nota

Sumber: Data Olahan, 2022

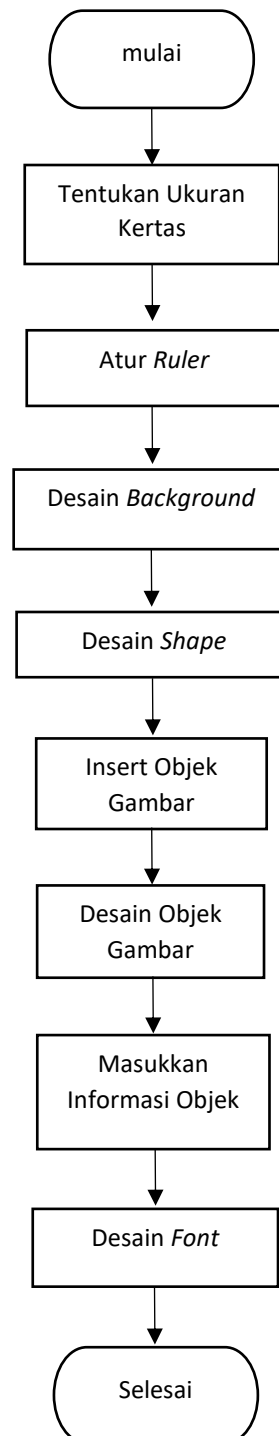
- c. Perancangan desain media promosi poster menggunakan fasilitas *Adobe Photoshop CC*.



Gambar 1.3 Alur Perancangan Poster

Sumber: Data Olahan, 2022

- d. Perancangan desain media promosi brosur menggunakan fasilitas *Adobe Photoshop CC*.



Gambar 1.4 Alur Perancangan Brosur
Sumber: Data Olahan, 2022