

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan eksportir keempat dunia untuk komoditi kopi, dengan peran rata-rata sebesar 4,76 persen terhadap total ekspor dunia. Brazil menempati posisi pertama dengan peran rata-rata sebesar 24,30 persen, diikuti dengan Vietnam sebesar 17,94 persen dan Colombia sebesar 10,65 persen (ICO, 2012). Terdapat lebih dari 50 negara tujuan ekspor kopi Indonesia. Negara tujuan ekspor kopi Indonesia yang utama adalah Amerika Serikat dengan peran pasar rata-rata sebesar 19,35 persen dari total ekspor kopi Indonesia. Diikuti oleh Jepang, Jerman dan Italia, masing-masing dengan peran pasar rata-rata sebesar 14,96; 15,88; dan 6,71 persen (Departemen Perdagangan, 2010).

Tingkat konsumsi kopi per kapita masyarakat Indonesia tergolong sangat rendah dibandingkan dengan negara-negara pengimpor seperti masyarakat Eropa yang rata-rata mengkonsumsi kopi diatas lima kg/kapita/tahun dan Amerika Serikat di atas empat kg/kapita/tahun, sedangkan konsumsi kopi masyarakat Indonesia hanya sebesar 0,45 kg/kapita/tahun (International Coffee Organization, 2011). Rata-rata konsumsi kopi di Indonesia yaitu 0,57 kg per orang per tahun dari umlah penduduk yang diperkirakan 270 juta jiwa dan ada kemungkinan konsumsi domestik akan meningkat. Dengan jumlah konsumsi anak usia 25 tahun adalah 1,83 kg/tahun untuk kopi blend dan konsumsi kelompok umur > 25 tahun rata-rata 3,32 kg/tahun dalam bentuk biji kopi merek (kopi campur). Sedangkan konsumsi kopi di Jember per individu adalah 2,91 kg/tahun per kapita, konsumsi kopi pria 3,83 kg/tahun, dan konsumsi kopi wanita 1,97 kg/tahun (Sutrisno, 2019). Hal ini menyebabkan munculnya persaingan dalam dunia bisnis khususnya di sektor kedai kopi.

Bisnis ini banyak diminati di dunia bisnis karena dipandang selalu dibutuhkan dan menguntungkan, sehingga mendorong banyak pengusaha untuk mencoba bisnis kedai kopi. Dengan persediaan dalam bisnis kedai kopi ini, dapat

meminimalkan kerugian karena bisa mencegah penumpukan bahan baku yang membusuk dan menyebabkan kerugian.

Fenomena yang ditemui yaitu berkembang pesatnya bisnis cafe di kota Jember banyak bermunculan cafe baru dengan konsep yang berbeda. Ketika banyak bermunculan cafe baru, ini akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan. Cafe yang tidak kuat akan dengan mudah di kalahkan oleh pesaingnya. Dilihat dari sisi konsumen saat ini, mereka memiliki banyak alternatif varian dan lebih selektif dalam memilih cafe yang akan dikunjungi. Ketika konsumen menganggap satu cafe tidak memuaskan, maka cafe tersebut akan sangat mudah ditinggalkan. Khususnya untuk kota Jember terdapat beberapa cafe yang terkesan hidup dan mati karena tidak siap menghadapi persaingan. Maka dari itu pelaku bisnis harus mampu mempersiapkan strategi yang tepat untuk merebut pasar dan memenangkan persaingan. Salah satunya mempertahankan aspek yang ditawarkan melalui strategi kualitas pelayanan yang fokus pada bagaimana kita mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumen.



Gambar 1. 1 Loksi Kafe Sini Kopi Mastrip No. 63a
Sumbe: Olahan Pribadi 2022

Kafe Sini Kopi merupakan usaha yang dibangun oleh Mahasiswa Universitas Jember yang didirikan sejak tahun 2018, berada di Kabupaten Jember tepatnya di Jl. Mastrip No 63A, Desa Sumpersari, Kecamatan Sumpersari. Tempat yang strategis berdekatan dengan banyak Universitas membuat kafe ini banyak digemari oleh mahasiswa. Kafe Sini Kopi menyajikan berbagai minuman dingin maupun panas, dengan menu spesialnya yaitu Bold Coffee, Soft Coffee dan Cocoffee.

Kafe Sini kopi merupakan kedai caffe cup yang dimana memiliki halaman luas namun desain bangunannya hanyalah sederhana. Dimana ada satu ruangan kecil berukuran 2x3 meter yang digunakan sebagai bar atau tempat pembuatan pesanan dan sisanya merupakan bangunan sederhana yang memiliki atap dan berkonsep outdoor. Konsep outdoor sendiri dibuat karena kita bisa menikmati kopi sambil melihat alam terbuka yang dimana konsep ini merupakan konsep pertama dan digunakan pada kedai pertama kafe Sini Kopi

Peneliti disini memilih Kafe Sini Kopi sebagai objek penelitian karena kafe ini terbilang cukup lama berdiri yaitu 3 tahun namun belum bisa mempertahankan konsumennya dibalik maraknya kafe-kafe lain yang bermunculan. Banyak kafe yang bermunculan pada masa pandemii kafe Sini Kopi semakin hari semakin sepi pengunjung. Berbagai cara telah digunakan seperti memberikan kupon diskon dan membuat postingan potongan harga melalui media sosial Instagram. Hal ini dilakukan guna menarik konsumen dan mengenalkan produk Sini Kopi pada para konsumen agar tertarik membeli produk yang mereka tawarkan. Namun hal tersebut terbilang tidak sukses dikarenakan metode menarik pelanggan tersebut tidak efektif dan terkesan membuang-buang biaya operasional kafe.

Dalam setiap bulannya terjadi penurunan pendapatan. Hal ini disebabkan awal masa pandemi dan pasca pandemi perkuliahan maupun sekolah melakukan kegiatan pembelajarannya melalui online secara pribadi dirumah masing-masing siswa atau mahasiswa, hal ini yang membuat kafe Sini Kopi mengalami penurunan penjualan mengingat mayoritas dari konsumen kafe Sini Kopi adalah remaja dan mahasiswa. Untuk mengatasi pendapatan yang semakin menurun Sini Kopi menggunakan berbagai cara untuk tetap menarik dan mempertahankan konsumennya.

Oleh karena itu, perancang komik digital yang bertemakan *Komik Kafe Sini Kopi* adalah salah satu langkah alternatif menyajikan media informasi ke dalam bentuk yang berbeda dan menghibur. Menurut Rohisi (1984: 87), gambar ilustrasi pada komik berkaitan dengan seni rupa, suatu penggambaran melalui elemen rupa untuk lebih menjelaskan dan memerindah sebuah teks, agar dapat dipahami kesan dari cerita yang disajikan kepada pembaca. Melalui media digital juga memiliki kemudahan dalam mengaksesnya, karena dengan seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi komik mulai dinikmati dan populer di media digital karena kemudahan dalam mengaksesnya. Maka dari itu, diharapkan komik digital kafe *Sini Kopi* menjadi bahan promosi yang memuat nilai-nilai jual secara komunikatif dan memiliki kemudahan dalam mengaksesnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana cara mempromosikan kafe Sini Kopi?.
2. Bagaimana rancangan komik yang sesuai untuk meningkatkan pelanggan dalam sebuah media promosi kafe Sini Kopi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Komik sebagai media promosi kafe Sini Kopi
- b. Membuat prototype komik kafe Sini Kopi dan sekaligus sebagai media alternatif promosi bagi kafe Sini Kopi

1.4. Batasan Masalah

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, maka batasan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Teknik penerapan ilustrasi pada komik bersifat dua dimensi.
2. Konsumen komik ini adalah usia remaja 17 - 25 tahun
3. Objek penelitian ini adalah Kafe Sini Kopi.

4. Luaran penelitian ini adalah ilustrasi komik, dengan menggunakan teknik digital illustration.
5. Dipublikasikan pada media digital melalui Line Webtoon.

1.5. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat secara praktis dan teoritis. Manfaat praktis yaitu sebagai berikut.

1. Dapat menghasilkan rancangan komik melalui media digital sebagai media Promosi Kafe Sini Kopi yang bersifat informasi hiburan.
2. Serta manfaat teoritis sebagai berikut.
 1. Sebagai bahan referensi para akademisi program studi Desain Komunikasi Visual UISI.
 2. Sebagai media informasi dan edukasi bagi kalangan remaja dan anak-anak.
 3. Sebagai media promosi kafe melalui karakter komik yang di buat

1.6. Kerangka Penelitian

Penelitian dilakukan dengan melibatkan proses pengolahan latar belakang, data, perancangan karya, eksekusi, dan kesimpulan. Analisis dilakukan diakhir setiap tahapan. Berikut kerangka yang akan digunakan dalam penelitian.

Tabel 1. 1 Kerangka Penelitian

