



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI

#### 3.1. Gambaran Umum

Sate Pasar Lama merupakan restoran yang menawarkan sate daging babi yang sudah berdiri sejak tahun 1998. Selain Sate Pasar Lama, terdapat beberapa restoran sate babi seperti Sate Babi Ko Encung dan Bakut Mumu. Untuk mengembangkan usaha, Sate Pasar Lama harus memiliki identitas visual yang memiliki perbedaan daripada pesaing-pesaingnya.



Gambar 3.1.1 Tampak depan restoran Sate Pasar Lama cabang Gading Serpong  
(Dokumentasi pribadi)

Penulis menggunakan metode kualitatif sebagai metode dasar penelitian. Metode kualitatif yang digunakan terdapat beberapa cara, antara lain sampel, wawancara, *focus group discussion*, observasi, dan studi literatur. Dalam penelitian yang dilakukan, penulis menggunakan cara wawancara, *focus group discussion* dan observasi lapangan.

### **3.2. Wawancara**

Pada tanggal 1 April 2016, penulis melakukan wawancara di Sate Pasar Lama cabang Gading Serpong yang ditujukan kepada pemilik Sate Pasar Lama, Bapak Oky Jayasuriya dan istri dari pemilik Sate Pasar Lama, Ibu Nira. Pertanyaan wawancara berupa sejarah Sate Pasar Lama, upaya peningkatan usaha, media penunjang, dan keunikan yang dimiliki oleh restoran Sate Pasar Lama yang jarang atau tidak dimiliki oleh restoran sate lainnya.

#### **3.2.1. Proses Wawancara**

Penulis menanyakan bagaimana usaha restoran Sate Pasar Lama bermula, kemudian pemilik Sate Pasar Lama menjawab, Sate Pasar Lama berdiri sejak pada tahun 1998 di Jalan Cilangkap No. 9, Pasar Lama, Tangerang. Cabang yang dimiliki Sate Pasar Lama antara lain berada di, Ruko Boulevard Raya - Gading Serpong, Food Temptation - Summarecon Mall Serpong, Kafe Tenda Pasar Modern - BSD City, dan Kafe Tenda Taman Balai Permata - Lippo Karawaci. Sate Pasar Lama tidak lagi membuka cabang di Pasar Lama, karena pemilik memutuskan untuk pindah pada tahun 2004. Sate Pasar Lama juga sempat

membuka cabang di Food Town - Living World Alam Sutera, namun sudah tutup dikarenakan kendala kendala operasional.

Penulis menanyakan apa keunikan yang dimiliki oleh Sate Pasar Lama, kemudian pemilik Sate Pasar Lama menjawab, di Sate Pasar Lama menawarkan kepada pelanggan bahwa sate dapat dipilih pada *freezer* yang terletak di depan meja kasir. Hal ini bertujuan agar konsumen Sate Pasar Lama dapat memilih ukuran daging, kadar lemak daging, serta kesegaran daging pada sate yang belum dimasak. Selain itu, pemilik juga bertujuan untuk memberikan sebuah kesan pasar, karena ketika seseorang berbelanja di pasar, mereka dapat memilih berbagai jenis ukuran maupun tingkat kesegaran daging.

Penulis menanyakan apa upaya yang sedang atau telah dilakukan untuk meningkatkan usaha Sate Pasar Lama, kemudian pemilik Sate Pasar Lama menjawab bahwa beliau sedang berupaya untuk mengembangkan usaha dengan cara membuka sebuah restoran di mal seputar Tangerang. Sejauh ini hanya satu cabang yang berada di mal, namun letaknya di *foodcourt*. Selain dengan cara membuka cabang, pemilik juga mengatakan bahwa akan ada banyak menu tambahan, maka dari itu pemilik juga membutuhkan perancangan ulang untuk menunya, sehingga lebih tertata rapih.

Selain pertanyaan terkait upaya peningkatan usaha, penulis menanyakan mengenai media penunjang yang sedang atau telah digunakan saat ini, pemilik menjawab bahwa beliau menggunakan papan nama (*signage*), menu makanan,

dan beberapa pajangan foto Sate Pasar Lama sebagai hiasan di cabang Gading Serpong.

### **3.2.2. Analisa Wawancara**

Berdasarkan proses wawancara, penulis menyimpulkan bahwa restoran Sate Pasar Lama sudah berdiri selama 18 tahun. Dan disayangkan bahwa cabang utama di Pasar Lama dipindahkan ke Gading Serpong, yang kemudian ditutup di Pasar Lama. Namun demikian, Sate Pasar Lama masih memiliki keunikan, yaitu pengunjung dapat memilih daging sate yang belum dimasak. Pada waktu yang tepat, penulis juga merasa beruntung karena dapat melakukan kontribusi kepada pemilik Sate Pasar Lama untuk mengembangkan usaha beliau, dengan cara merancang wajah baru Sate Pasar Lama.

## **3.3. Kuesioner**

### **3.3.1. Proses Distribusi Kuesioner**

Penulis mendistribusikan kuesioner kepada 50 pengunjung restoran Sate Pasar Lama melalui *comment card*, diakhir pengumpulan kuesioner penulis mendapatkan 45 responden. Pertanyaan kuesioner antara lain adalah, kualitas sajian, kenyamanan tempat, kebersihan, waktu menunggu, harga, waktu menunggu, pelayanan, kritik dan saran, dan sebagainya.

Sebelum melakukan proses wawancara, penulis menjelaskan kepada pengunjung mengenai tujuan wawancara dan memberi tahu mengenai apa yang

akan digunakan dari hasil wawancara oleh pengunjung. Kusioner menggunakan *comment card*, yang kemudian dibagikan setelah pengunjung selesai makan.

**“SATE PASAR LAMA”**  
**TANGERANG**  
Sate Babi - Bakut Sayur Asin - Iga Babi Bakar - Bubur Ayam

Kepada pelanggan, Terima kasih telah mengunjungi sate pasar lama, mohon atas waktu Anda untuk berbagi pengalaman kunjungan Anda pada kolom dan pertanyaan dibawah ini.

MATERI PENILAIAN	BURUK	KURANG	CUKUP	BAIK	SEMPURNA
WAKTU MENUNGGU	<input type="checkbox"/>				
PELAYANAN	<input type="checkbox"/>				
KUALITAS SAJIAN	<input type="checkbox"/>				
TAMPILAN SAJIAN	<input type="checkbox"/>				
HARGA	<input type="checkbox"/>				
INTERIOR	<input type="checkbox"/>				
KEBERSIHAN	<input type="checkbox"/>				
KENYAMANAN	<input type="checkbox"/>				

Apakah penggunaan font dan warna dari logo sudah terlalu umum? **YA / TIDAK**  
 Apakah pantas untuk dilakukan pemugaran identitas visual (rebranding)? **YA / TIDAK**  
 Apakah tampilan visual (logo, menu, dll) keseluruhan memiliki nilai estetika? **YA / TIDAK**  
 Tahukah anda bahwa sate pasar lama tidak membuka cabang di pasar lama? **YA / TIDAK**  
 Ketika Anda mengetahui hal tersebut, bagaimana Anda menyadari bahwa Sate Pasar Lama pada cabang ini berasal dari Pasar Lama? Karena di Pasar Lama juga terdapat dagangan sate.

.....

**BAGAIMANA ANDA MENGETAHUI SATE PASAR LAMA?**

MEDIA     POSTER / BROSUR     REKOMENDASI TEMAN  
 MELEWATI     IKLAN MAJALAH     LAINNYA

.....

**KRITIK DAN SARAN**

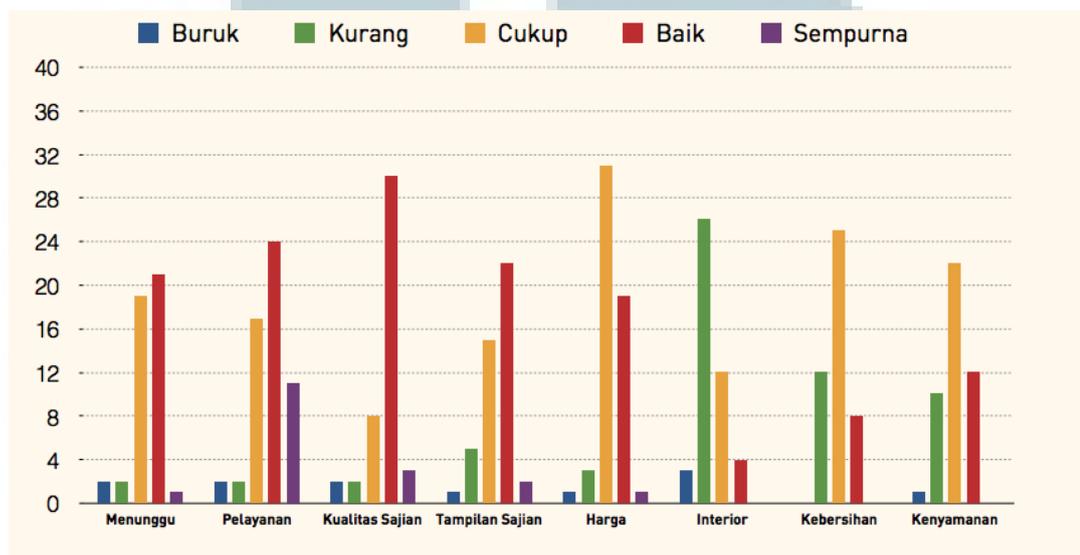
.....

Gambar 3.3.1 *Comment Card* yang disebarakan oleh penulis sebagai pengumpulan data (Dokumentasi pribadi)

UMMN

### 3.3.2. Analisa Kuesioner

Berikut adalah hasil survey yang dilakukan oleh penulis kepada pelanggan Sate Pasar Lama terkait dengan waktu menunggu, pelayanan, kualitas sajian, tampilan sajian, harga, interior ruangan, kebersihan, dan kenyamanan.



Tabel 3.3.1 Hasil Survey kepada Pengunjung Sate Pasar Lama  
(Dokumentasi pribadi)

Berdasarkan hasil survey pelanggan Sate Pasar Lama, penulis menyimpulkan bahwa terdapat poin-poin yang masih belum mendapat penilaian sempurna. Sehingga hal ini menjadikan momen yang tepat bagi Sate Pasar Lama untuk menciptakan sebuah wajah baru dengan cara melakukan perancangan Identitas Visual.

### **3.4. Focus Group Discussion (FGD)**

Penulis menjadwalkan untuk melakukan FGD pada hari Rabu tanggal 11 Mei 2016. FGD dilakukan pada sebuah *branding agency* yang bernama SOSJ, terletak di Jalan Jurangmangu Barat No.8 dimana penulis telah melakukan magang sebelumnya. Ricco (penulis), Katarina Monika (*Art Director*), Christa Linggar (*Managing Director*), Michael Chrisyanto (*Marketing & Senior Designer*), Michael Setiadi (*Designer*), Achmad (*Designer*), dan Maria Albesta (*Designer*).

#### **3.4.1. Proses FGD**

FGD dimulai dengan menjelaskan permasalahan yang ada (penggunaan indikasi geografis sebagai merek dagang, penggunaan warna yang umum, penggunaan *font*, dan permasalahan visual lainnya). Kemudian penulis menunjukkan identitas visual Sate Pasar Lama yang belum dirancang oleh penulis.

Christa berpendapat bahwa penggunaan indikasi geografis tidak menjadi masalah meskipun Sate Pasar Lama sudah menutup cabang di Pasar Lama, kemudian penggunaan warna yang umum sebenarnya tidak menjadi masalah apabila *eye catching*. Kemudian penggunaan *font* disarankan menggunakan *font serif*.

Monika berpendapat bahwa penggunaan warna Sate Pasar Lama sebisa mungkin tetap digunakan, namun dengan tingkat kecerahan maupun kontras yang berbeda, sehingga pelanggan yang sudah mengetahui Sate Pasar Lama tidak kebingungan apabila warna yang digunakan tidak lagi sama dengan yang sebelumnya.

Michael Chrisyanto dan Michael Setiadi berpendapat demikian dengan Monika, hanya saja ditambahkan sebuah elemen yang memiliki kesan bahwa Sate Pasar Lama menawarkan hidangan non-halal, dengan cara penambahan karakter huruf Mandarin.

Sedangkan Ahmad dan Maria berpendapat bahwa sebuah elemen yang sederhana akan mendukung perancangan yang akan dilakukan penulis, sehingga tidak hanya mengacu kepada logotype saja.

### 3.4.2. Analisa FGD

Berdasarkan proses FGD yang telah dilakukan penulis, *input* yang telah diberikan oleh peserta FGD (Maria, Monika, Christa, Michael Chrisyanto, Michael Setiadi, dan Achmad) cukup bermanfaat. Maka dari itu penulis memutuskan untuk melakukan penerapan berdasarkan FGD yang telah dilakukan.



Gambar 3.4.1 FGD yang dilakukan di SOSJ  
(Dokumentasi pribadi)

### 3.5. Observasi

#### 3.5.1. Observasi Eksisting

Untuk mengetahui kompetitor Sate Pasar Lama, penulis melakukan observasi eksisting. Di wilayah Tangerang, terdapat berbagai restoran sate seperti; Sate Khas Senayan, Sate Mak Syukur, Sate Babi Ko Encung, Bakut Mumu, dan lainnya.



Gambar 3.5.1 Kompetitor Sate Pasar Lama  
(Dokumentasi pribadi)

Jika Sate Pasar Lama dibandingkan dengan kompetitor lainnya, semisal Sate Khas Senayan, Sate Pasar Lama cukup tertinggal jauh. Hal ini dikarenakan belum adanya sistem manajemen restoran yang baik. Berikut dibawah ini adalah tabel SWOT Sate Pasar Lama jika dibandingkan dengan para kompetitor.

SWOT	
<p><b>Strength</b></p> <p>Berani hadir di pusat perbelanjaan</p> <p>Sudah berdiri 17 tahun.</p>	<p><b>Weakness</b></p> <p>Pemilik kurang memperhatikan desain interior dan grafis pada elemen visual</p> <p>Kebersihan kurang dijaga</p>
<p><b>Opportunity</b></p> <p>Menghadirkan sebuah restoran yang memiliki konsep visual dan nilai estetika yang baik</p>	<p><b>Threats</b></p> <p>Babi dianggap haram bagi umat muslim, maka target hanya terbatas untuk non-muslim</p>

Tabel 3.5.1 Tabel SWOT Sate Pasar Lama  
(Dokumentasi pribadi)

### 3.5.2. Observasi Lapangan

Penulis melakukan observasi dengan mengunjungi restoran Sate Pasar Lama di cabang Gading Serpong selama 5 hari berturut-turut (hari Rabu-Minggu). Observasi yang telah dilakukan penulis bertujuan untuk melakukan perhitungan omzet Sate Pasar Lama secara hitungan kasar. Perhitungan ini pada nantinya akan digunakan sebagai pertimbangan sebagai acuan dalam menentukan harga jasa perancangan identitas visual Sate Pasar Lama dan *budgeting* terhadap pengaplikasian media.

Sate Pasar Lama dapat menampung sebanyak 120 pengunjung. Sate Pasar Lama biasanya ramai pada hari Jumat sampai Minggu pada jam makan siang dan jam makan malam, rata-rata pengunjung per harinya adalah 70 pengunjung.

Sedangkan pada hari Senin sampai Kamis ramai pada jam makan pagi-siang, rata-rata pengunjung per harinya adalah 100 pengunjung. Menu yang ditawarkan Sate Pasar Lama adalah sate daging manis, sate daging biasa, sate sam can, sate urat, sate usus, sate hati, sate kulit, iga babi panggang, bakut sayur asin, dan bubur ayam. Kisaran harga per tusuk sate adalah Rp5.000,00 – Rp6.500,00, harga bubur ayam adalah Rp15.000,00, sedangkan harga iga babi panggang adalah Rp55.000,00, dan kisaran harga bakut sayur asin adalah Rp28.000,00 – Rp35.000,00. Menu favorit Sate Pasar Lama adalah sate daging manis, iga babi panggang, dan bakut sayur asin. Bergantung dari menu yang dipesan, rata-rata konsumen mengeluarkan uang sebanyak Rp20.000,00 – Rp60.000,00.

Secara perhitungan kasar yang dilakukan oleh penulis, omzet yang diperoleh Sate Pasar Lama di cabang Gading Serpong, berdasarkan pengeluaran rata-rata konsumen pada hari Senin sampai hari Kamis adalah (4 hari \* Rp40.000,00 \* 4 minggu \* 70 orang) = Rp44.800.000,00. Sedangkan pada hari jumat sampai hari Minggu (3 hari \* Rp40.000,00 \* 4 minggu \* 100 orang) = Rp48.000.000,00. Apabila total omzet dari hari Senin sampai hari Minggu dijumlahkan, maka total omzet per bulannya adalah Rp44.800.000,00 + Rp48.000.000,00 = Rp92.800.000,00 per bulan atau Rp1.113.600,00 per tahun.