



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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Chinese food merupakan salah satu makanan yang memiliki beragam masakan. Makanan ini sudah dikenal di kalangan masyarakat Indonesia terutama wilayah Jabodetabek. *Chinese food* menjadi berasal dari budaya Cina yang akhirnya masuk ke Indonesia dan menjadi makanan yang digemari oleh masyarakat Indonesia, dengan rasanya yang khas sehingga membuat masyarakat Indonesia menyukai makanan ini. *Chinese food* menjadi populer di Indonesia dan salah satu restoran yang memiliki beragam masakan yaitu Red Bean yang telah berdiri sejak tahun 2003.

Sebagai salah satu restoran *chinese food*, Red Bean ingin menonjolkan produk kacang merah. Sayangnya kacang merah di Red Bean tidak banyak disukai oleh masyarakat Indonesia sehingga Red Bean tidak mengeluarkan produk kacang merah itu kembali. Dilihat dari logo Red Bean, logo Red Bean terdiri dari simbol kacang merah dan mangkok sehingga membuat masyarakat salah persepsi akan produk dari Red Bean. Berdasarkan hasil kuisisioner yang saya bagikan masyarakat yang belum pernah makan di Red Bean sering mengira bahwa Red Bean menjual *dessert*, padahal Red Bean menjual *Chinese Food*. Gambar mangkok yang tertera di logo Red Bean sering membuat masyarakat mengira bahwa Red Bean menjual mie atau bakso. Meskipun sudah berdiri sejak tahun 2003, Red Bean saat ini sedang mengalami persaingan yang ketat. Dengan adanya restoran-restoran *chinese food* yang menyajikan makanan dengan kualitas yang

baik dan dengan harga yang terjangkau membuat omset penjualan Red Bean jadi menurun. Dengan adanya kompetitor-kompetitor tersebut, dikhawatirkan akan mengancam eksistensi Red Bean di mata konsumen. Berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan pada 28 Februari 2018 terhadap Budi Widodo selaku HRD Red Bean di ruko Jalur Sutera Timur 6A No. 29-10. Beliau mengatakan pengunjung Red Bean semakin lama semakin menurun. Sedangkan, ia mempunyai target ingin menaikkan tingkat penjualan pada tahun ini. Beliau juga mengatakan bahwa usia konsumen yang datang berkisar 30an keatas, sedangkan ia mempunyai target ke konsumen yang lebih muda yaitu berusia kisaran 21-30 tahun.

Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis konsumen konsumen yang berusia 21-30, sebagian besar mengatakan harga yang dipatok oleh Red Bean cenderung tinggi dengan kualitas makanan yang terbilang biasa saja. Beberapa konsumen yang belum pernah datang ke restoran ini juga mengatakan bahwa restoran ini menjual produk *dessert* padahal Red Bean menjual *chinese food*. Para calon target pasar juga sering salah persepsi terhadap Red Bean. Para konsumen yang sudah pernah datang ke Red Bean menyatakan bahwa harga yang dipatok Red Bean juga tinggi jadi terkadang konsumen memilih untuk datang ke kompetitor Red Bean. Menurut Kotler (2005) dalam bukunya “*According to Kotler*”, perlu adanya membuat perancangan ulang supaya citra dan identitas visual Red Bean dapat dikenal masyarakat luas dan mengetahui apa produk yang dijual dari Red Bean.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari tugas akhir ini yaitu “Bagaimana Perancangan ulang identitas visual Red Bean Resto untuk dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor?”

1.3. Batasan Masalah

Dari permasalahan-permasalahan yang sudah dibahas sebelumnya, diperlukan batasan masalah yaitu :

- a. Perancangan ini mencakup penguatan identitas dari Red Bean agar dikenal oleh kalangan masyarakat.
- b. Perancangan ini akan disegmentasikan pada :

1. Demografis :

- Gender : wanita dan pria yang berusia 21-30.

Kelas sosial-ekonomi : menengah ke atas.

2. Geografis :

Perancangan ini dibatasi pada wilayah Jakarta dan Tangerang.

3. Psikografis :

Pria dan wanita yang menyukai makanan *chinese food*.

4. *Behaviours*

Pria dan wanita yang menyukai kuliner dan senang menghabiskan waktu untuk berkumpul dengan keluarga dan teman-teman.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah :

Merancang Identitas Visual Red Bean agar mampu berkembang dan bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang sudah ada.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Pengumpulan data bertujuan untuk menyelesaikan masalah. Untuk mempermudah mendapatkan data maka ada 2 metode yang dilakukan, yaitu :

1. Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada pihak Red Bean yang berlokasi di Jakarta dan Tangerang.

2. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara meneliti secara langsung terhadap objek yang ingin diteliti.

3. Metode Penelitian Kepustakaan

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data lewat buku – buku, makalah dan artikel

4. Metode Penelitian Lapangan

Metode ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan masalah yang akan diteliti dengan cara menyebarkan kuisioner.

1.6. Metodologi Perancangan

Setelah melakukan pengumpulan data, maka penulis bisa membuat alternatif-alternatif logo sesuai dengan identitas Red Bean. Selanjutnya dari alternatif-alternatif tersebut akan dipilih salah satu alternatif yang paling utama. Pada proses perancangan maka, akan terjadi perubahan-perubahan supaya hasil rancangan yang didapat akan lebih maksimal.