



### **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**

Bisnis kuliner saat ini telah menjadi bisnis yang memiliki persaingan yang sangat ketat. Hal ini merupakan hal yang wajar dikarenakan makanan merupakan kebutuhan dasar dari setiap manusia, sehingga tidak heran bahwa bisnis kuliner sangat banyak digeluti dan diminati oleh masyarakat di setiap golongan. Hal ini dibuktikan oleh Ihsan dan Amir (2013) di dalam bukunya yang berjudul “Sukses Memiliki Restoran Tanpa Modal” yang berpendapat bahwa bisnis kuliner tidak hanya berkembang secara ekonomi, namun penyebarannya juga berkembang pesat ke pelosok daerah, salah satunya adalah kota Yogyakarta.

Yogyakarta terkenal dengan wisata kulinernya bahkan sejak dahulu, dari kaki lima, warung tenda, hingga restoran mewah. Makanan yang disajikan di kota Yogyakarta pun beragam, mulai dari menu khas daerah Yogyakarta seperti gudeg, krecek, dan mie jawa, hingga restoran waralaba multinasional seperti Mcdonalds, KFC, Wendy’s, dan lainnya.

Salah satu bisnis kuliner yang sedang berkembang pesat saat ini adalah ayam goreng. Ayam goreng adalah masakan khas Indonesia yang digemari oleh berbagai kalangan, dari anak kecil, hingga orang tua. Ayam goreng sendiri dihidangkan dengan cara memasak daging ayam yang dipotong, lalu dicampur menggunakan tepung dan kemudian digoreng dalam suhu yang panas. Di Yogyakarta sendiri sudah berdiri beberapa restoran ayam goreng yang terkenal,

yaitu Ayam Mbok Berek, Ayam Goreng Suharti, Ayam Goreng Ny. Suharti, Ayam Goreng Wong Solo, dan restoran ayam goreng lainnya.

Ayam Goreng Suharti pertama kali didirikan oleh Bapak Bambang dan Ibu Suharti pada tahun 1972 oleh di Yogyakarta. Ide awal berdirinya restoran ini adalah karena Bapak Bambang dan Ibu Suharti memiliki latar belakang berjualan ayam dan bumbu bersama-sama. Sejak awal didirikan, Ayam Goreng Ny. Suharti menarik banyak peminat, karena itu terlintas pikiran antara suami dan istri ini untuk membuka sebuah restoran yang bernama Ayam Goreng Ny.Suharti di Jl. Adisucipto no. 208, Yogyakarta atas nama Pak Bambang. Dengan profit yang terus meningkat, maka Pak Bambang akhirnya memberanikan diri untuk membuka cabang di Jakarta dan menjalankan sendiri restoran tersebut, sedangkan Ibu Suharti menjalankan yang di Yogyakarta. Namun Beberapa tahun kemudian, Ibu Suharti memilih untuk membuka restorannya sendiri dengan nama Ayam Goreng Suharti di beberapa kota besar seperti di Yogyakarta, Jakarta, Semarang, dan lain-lain.

Ayam Goreng Suharti memiliki beberapa permasalahan yang ada. Dalam hasil survei yang sudah dibagikan, mayoritas 55% responden tidak mengetahui ada dua restoran yang menggunakan nama Suharti sebagai nama restorannya.

Dari fenomena yang diatas penulis menarik kesimpulan bahwa masyarakat tidak mengetahui restoran Ayam Goreng Suharti adalah restoran yang langsung dikelola oleh Ibu Suharti. Selain itu Ayam Goreng Suharti ini tidak teridentifikasi secara benar, karena adanya kesamaan nama dengan sodara dekatnya yaitu Ayam

Goreng Ny.Suharti. Maka dari itu, penulis akan merencanakan ulang strategi *brand* Ayam Goreng Suharti dan membuat desain logo yang baru.

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perancangan *rebranding* restoran Ayam Goreng Suharti melalui perancangan ulang logo Ayam Goreng Suharti agar masyarakat dapat membedakan restoran manakah yang dikelola oleh Ibu Suharti?
2. Bagaimana perancangan buku standarisasi manual baru Ayam Goreng Suharti?

### **1.3. Batasan Masalah**

Agar penelitian dalam Tugas Akhir ini terarah, maka batasan masalah penulis adalah dimana peneliti akan hanya meneliti Ayam Goreng Suharti.

Segmentasi:

1. Usia : 25-60 tahun
2. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita.

Geografis:

1. Wilayah : Daerah urban di Jakarta.

Psikografis:

1. Gaya hidup : Aktif, suka pergi makan diluar.
2. Kelas Sosial : Menengah keatas.

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

1. Merancang *rebranding* restoran Ayam Goreng Suharti melalui perancangan ulang logo Ayam Goreng Suharti.
2. Merancang buku standarisasi manual yang baru.

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

1. Untuk Penulis:

Memberikan solusi melalui *rebranding* dan logo yang baru yang memiliki ciri khas dan memberikan solusi atas permasalahan yang ada.

2. Untuk Ayam Goreng Suharti:

Memiliki identitas yang jelas dan tersusun.

3. Untuk Universitas Multimedia Nusantara:

Mengetahui bahwa penulis dapat menerapkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari pada saat proses perkuliahan.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA