

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, kafe pertama kali muncul tahun 1878. *Café* tertua di Indonesia bernama Tek Sun Ho, didirikan Liaw Tek Soen. Sebenarnya kedai kopi sudah banyak berdiri di negeri ini sejak empat abad silam. Pada 1696, India mengirimkan benih kopi Arabica (Jakarta) untuk ditanam, tapi gagal tumbuh akibat banjir (Damaya, 2019). *Café* yang sebelumnya hanya menyediakan menu utama yaitu minuman kopi, kini telah dimodifikasi layaknya restoran yang menyediakan beragam makanan.

Kedai kopi atau biasa disebut *café* merupakan tempat makan dan minum yang disiapkan dengan cepat saji yang memiliki suasana santai atau non-formal. *Café* juga merupakan sebuah jenis restoran yang biasanya hanya menyediakan tempat duduk indoor maupun outdoor. Kebanyakan *café* juga hanya memiliki menu yang lebih sedikit dibandingkan dengan restoran, Sebagian besar *café* tidak menyajikan makanan berat namun lebih fokus pada makanan ringan seperti kue, sandwich, dan minuman saja.

Perkembangan pada dunia kuliner di Indonesia khususnya di bidang *café* dan *coffee* semakin maju ke arah yang lebih baik. Dapat diperhatikan dengan banyaknya *café* yang memiliki tema dan konsep yang semakin menarik. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah kedai kopi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah kopi di Indonesia meningkat tiga kali lipat, dari 1.083 gerai pada tahun 2016,

menjadi 2.937 gerai pada tahun 2019. Angka tersebut terus bertambah, ditambah dengan terjadinya pandemic covid-19 yang menurut Kompas.com ternyata *coffee shop* mengalami peningkatan dari segi penjualan, karena terjadi penjualan kopi secara online dan take away. Menurut CNN Indonesia orang yang datang ke *café* bisa menghabiskan waktu selama 1,5 – 2 jam. Namun dengan berjalannya waktu jika yang datang ke *café* dapat tinggal berlama-lama dengan hanya membeli 1 minuman dan makanan, maka ini akan menjadi kerugian bagi *café* tersebut.

Café bukan hanya tempat untuk duduk santai, bercengkrama dan menikmati sebuah hidangan, namun *café* menjadi pilihan alternatif untuk mengerjakan sebuah pekerjaan (kantor, sekolah, dan lainnya), hingga melakukan perbincangan mengenai bisnis dan melakukan tugas kelompok, karena *café* menyediakan koneksi wifi yang dapat meningkatkan aktivitas pengunjung agar lebih produktif, tidak hanya wifi namun juga ada beberapa *café* yang menyediakan buku menjadi salah satu fasilitas yang disediakan, tidak hanya buku namun juga memiliki *private room* dan memiliki *coworking area* yang membuat pengunjung lebih produktivitas dengan santai. *Café* juga dapat digunakan sebagai tempat event beberapa komunitas. Pengunjung *café* tidak hanya datang untuk duduk bersantai, bercengkrama, atau hanya menikmati sebuah hidangan, ada pula yang datang karena desain interior yang menarik perhatian, seperti *café* yang bertema biophilic, clean, futuristik, kpop dan lainnya.

Tujuhari *Coffee* merupakan *café* yang menyediakan tempat untuk pengunjung dapat melakukan kegiatan produktivitas pengunjung. *Tujuhari Coffee* sudah berdiri sejak tahun 2019. Kedai kopi ini memiliki ruang serbaguna dan beralamat di Jl. Wijaya II, Grand Wijaya Center B 8-9, RT.6/RW.1, Pulo, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

Buka setiap hari, pada pukul 09.00-21.00, berada dibelakang kantor Polres Metro Jakarta Selatan, berdekatan dengan The Darmawangsa Square yang berada sebrang jalan Tujuhari Coffee, dikelilingi oleh restoran makanan Jepang dan Korea, berdekatan pula dengan café seperti Kopi Galo, Saksama *Coffee*. Tujuhari *Coffee* berada di ruko yang memiliki dua lantai, Tujuhari Coffee berada di lantai pertama dan lantai kedua terdapat photo studio yang pengelolaannya berbeda.

Tujuhari *Coffee* sering digunakan oleh beberapa komunitas untuk mengadakan event, ini dibuktikan oleh Tujuhari sudah bekerja sama dengan salah satu komunitas catur yang bernama Wijaya Catur, yang selalu diadakan setiap hari Kamis. Kegiatan yang dilakukan di Tujuhari *Coffee* memerlukan *layout* atau penataan yang cukup fleksibel, namun untuk salah satu *area* atau salah satu *furniture* yang permanent membuat area tersebut kurang efektif, jika ingin membuat event yang cukup besar atau yang dapat menampung banyak orang. Area tersebut juga secara psikologis membuat orang lain merasa terintimidasi, karena area tersebut berada dipojok area Tujuhari *Coffee*, memiliki tempat duduk yang didesain seperti panggung, jika digunakan hanya dapat melihat satu arah saja. *Space* antar kursi juga berdekatan yang membuat pengunjung kurang nyaman untuk berlalu lalang.

Dengan penjelasan yang sudah ada, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dialami Tujuhari *Coffee* adalah tempat yang kurang memadai dan *layout* yang kurang fleksibel untuk mengadakan event yang cukup besar atau yang dapat menampung banyak orang. Pengunjung Tujuhari *Coffee* tidak hanya sekedar datang untuk mengikuti event, bercengkrama, dan menikmati kopi namun juga ada pengunjung yang datang untuk mengerjakan pekerjaan kantor ataupun tugas, tidak

adanya tempat yang lebih privat ini membuat pengunjung yang ingin mengerjakan pekerjaan kantor atau tugas terganggu karena kegiatan yang dilakukan di Tujuhari *Coffee*.

Website Tujuhari *Coffee* tertulis tujuannya sebagai merek kopi baru yang berfokus untuk membantu bangsa dalam membentuk budaya produktif baru, budaya kopi Tujuhari *Coffee* adalah *symbol* gaya hidup modern, progresif, dan produktif. Agar dari tujuan Tujuhari *Coffee* tercapai sebagai tempat alternatif untuk orang-orang lebih produktif maka salah satu solusi yang dapat ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang sudah ada, Tujuhari *Coffee* perlu melakukan perubahan besar agar dapat lebih mendukung para pengunjung mencapai gaya hidup yang lebih produktif, yang dapat mendukung aktivitas event yang diadakan di Tujuhari *Coffee*.

Dari permasalahan yang sudah ada, maka solusi ruang dalam bentuk proyek Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Desain Interior dengan Konsep Japandi di Tujuhari *Coffee* di Jakarta Selatan”. Agar dapat mewujudkan tujuan dari Tujuhari *Coffee*, yang mendukung penuh bagi pengunjung untuk melakukan aktivitas seperti mengerjakan pekerjaan, bercengkrama, bersantai dengan menikmati kopi dan event yang dilaksanakan secara maksimal. Bukan hanya yang membutuhkan fasilitas saja, namun juga kenyamanan bagi pengunjung. Untuk membuat rasa nyaman bagi pengunjung, didukung dengan *Connecting* konsep Japandi. Tujuan utama dari konsep Japandi kenyamanan, ketenangan dan kehangatan. Yang menggambarkan suasana yang akan terjadi di Tujuhari terdapat rasa kenyamanan, ketenangan di beberapa area dan kehangatan dari berbagai interaksi pengunjung dan pekerja di Tujuhari *Coffee*.

Rasa menyenangkan dengan melakukan kegiatan seperti event, ataupun interaksi antar pengunjung.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *Tujuhari Coffee* yang dapat mendukung produktivitas pengunjung dengan tema dan konsep yang digunakan dan merancang tata letak ulang (*re-layout*) secara maksimal untuk event yang dilakukan dan pengunjung yang datang di dalam *Tujuhari Coffee* dengan suasana nyaman?

1.3 Tujuan Perancangan

1. Membuat tema dan konsep pada interior untuk mendukung kegiatan yang ada pada *café*, dengan mengakomodasi ruang yang dibutuhkan.
2. Membuat tata letak ulang (*re-layout*) agar dapat memberikan kenyamanan pengguna atau pengunjung dengan memperhatikan *ergonomic furniture*, penggunaan bahan *furniture*, sirkulasi pengguna, sirkulasi penghawaan dan pencahayaan.
3. Memberikan tempat atau area yang lebih luas agar kebutuhan pengunjung dan pemilik dapat terpenuhi.

1.4 Batasan dan Ruang Lingkup Penelitian

1.4.1 Batasan

Terdapat tiga aspek dari perancangan fasilitas ini, sebagai berikut:

1.4.1.1 Aspek Demografis

Perancangan *Café* ini memiliki kriteria secara umum yaitu:

- Jenis kelamin: wanita, pria

- Usia; 15 – 50 Tahun karena pada usia 15 tahun merupakan usia berkembang yang rata – rata pada usia tersebut keinginan untuk mencari tau sesuatu hal lebih besar, lalu 50 tahun merupakan masa – masa usia yang masih produktif.
- Kelas finansial: Menengah dan menengah keatas.

1.4.1.2 Aspek Psikografis

Fasilitas café ini untuk:

1. Pengunjung yang datang untuk melihat atau menikmati event dengan nyaman.
2. Pengunjung yang menginginkan lebih nyaman untuk mengerjakan pekerjaannya.
3. Pengunjung yang ingin mengerjakan pekerjaannya dengan teman-teman atau lebih banyak orang lagi.
4. Agar para komunitas yang datang dapat membuat event yang sesuai dengan harapannya.

1.4.2 Ruang Lingkup

Perancangan ini fokus pada fasilitas untuk memenuhi produktivitas pengunjung yang melingkupi: *café (indoor, outdoor)*, *private area* (dapat digunakan pengunjung jika area atau ruangan yang lebih privasi), *area event* dan *area multifungsi*. Ruangan khusus yang dipilih adalah *café (indoor)*, *private room*, *area event* uraian pekerjaannya sama seperti yang diatas namun ditambah dengan detail furniture, detail interior, 3D rendering, animasi video 3D, skema warna dan material. Batasan untuk ruangan yaitu ruangan staff, dapur, toilet, yang hanya dirancang besar ruangan saja tanpa detail furniture, material, dan gambar kerja lainnya.

1.5 Sistematika Perancangan

Terdapat dua tipe metode dalam pengumpulan data saat merancang desain interior *Tujuhari Coffee*, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Dimulai dengan pengumpulan data secara kualitatif dengan menggunakan metode survey proyek yang menghasilkan data mengenai perilaku manusia yang kemudian dapat dianalisis dengan mengidentifikasi masalah. Lalu, tahap berikutnya dengan wawancara agar mendapatkan data tambahan. Tahap terakhir adalah data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan dengan data konkrit, data penelitian ini berupa angka yang akan diukur menggunakan statistic sebagai alat uji penghitungan, lalu akan dikombinasi dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono,2018;13). Data kuantitatif didapat dengan menyebarkan pertanyaan yang dibuat menjadi kuesioner lalu dibagikan pada target, hasil kuesioner tersebut digunakan sebagai data perancangan yang sudah dianalisis.

Metode perancangan yang digunakan mengambil referensi metode dari Rosemary Kilmer. Dua tahapan yang ada dimulai dengan tahap analisis dimana desainer menghasilkan proposal ide untuk memecahan masalah yang ada. Tahap kedua merupakan tahap sintesis yang mana desainer akhirnya mengolah hasil proposal tersebut untuk dijadikan perancangan desain sebagai bentuk pemecahan masalah (Ardianti,2017)

Hasil dari analisis data yang sudah didapatkan akan dimanfaatkan untuk perancangan interior *Tujuhari Coffee*. Mulai dari pembuatan tabel aktivitas dan fasilitas dan program ruang (bubble diagram, matriks, sirkulasi, zoning, dan blocking). Lalu, pembuatan konsep dengan menggunakan referensi foto konsep, warna dan material.

Referensi yang didapat akan disatukan menjadi moodboard yang menjadi arahan pada saat mendesain. Lalu tahapan berikutnya proses gambar kerja yaitu: *furniture layout plan, floor plan, wall plan, ceiling plan, mechanical and electrical plan, elevation, section, dan furniture detail*. Dari gambar kerja hasilnya akan ditransfer menjadi 3D beserta dengan video animasi 3D sebagai visualisasi yang lebih nyata dengan batasan ruangan yang sudah ditentukan.