

## **BAB 2**

### **DATA DAN ANALISA**

#### **2.1 Sumber Data**

Data data dan informasi yang digunakan untuk mendukung proyek TA ini akan diambil dari berbagai sumber, diantaranya:

1. Literatur: buku dan artikel dari media elektronik maupun non elektronik.
2. Wawancara / Interview dengan pihak-pihak terkait.
3. Pengamatan langsung di lapangan.

#### **2.2 Data Umum**

##### **2.2.1 Definisi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata rumah mempunyai arti bangunan untuk tempat tinggal; bangunan pada umumnya (seperti gedung) dan kata makan mempunyai arti memasukkan makanan pokok ke dalam mulut serta mengunyah dan menelannya; memasukkan sesuatu ke dalam mulut, kemudian mengunyah dan menelannya; memasukkan sesuatu ke dalam mulut dan mengunyah-ngunyahnya. Definisi rumah makan atau restoran itu sendiri adalah kedai tempat makan (menjual makanan).

Menurut UU RI No. 34 Tahun 2000, restoran adalah tempat menyantap makanan dan minuman yang disediakan dengan dipungut bayaran, tidak termasuk usaha jenis tataboga atau catering.

Menurut **Marsum WA** (1994), restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada semua tamunya baik berupa makan dan minum.

Secara umum restoran (berasal dari kata kerja bahasa Perancis : *restaurer* yang berarti “*a food with restores*”) adalah tempat dimana kita bisa memesan makanan dan minuman dan menyantapnya di tempat tersebut. (dikutip dari buku *Franchise Guide* oleh **Agustaman**)

### 2.2.2 Bidang Usaha

Menurut **Marsum WA** (1994) ada beberapa tipe restoran, yaitu:

- a. *Table D’hote Restaurant* adalah suatu restoran yang khusus menjual makanan menu *table d’hote*, yaitu suatu susunan menu yang lengkap (dari hidangan pembuka sampai dengan hidangan penutup) dan tertentu, dengan harga yang ditentukan pula.
- b. *Coffee Shop* atau *Brasserie* adalah suatu restoran yang pada umumnya berhubungan dengan hotel, suatu tempat dimana tamu biasa mendapatkan makan pagi, makan siang, dan makan malam secara cepat dengan harga yang relatif murah, kadang-kadang penyajiannya dilakukan dengan cara prasmanan.
- c. Kafetaria atau *Café* adalah suatu restoran kecil yang mengutamakan penjualan *cake* (kue-kue), *sandwich* (roti isi), kopi, dan teh.
- d. *Canteen* adalah restoran yang berhubungan dengan kantor, pabrik, atau sekolah.
- e. *Dining room*, terdapat di hotel kecil (motel), merupakan tempat yang tidak lebih ekonomis daripada tempat makan biasa. *Dining room* pada dasarnya disediakan

untuk para tamu yang tinggal di hotel itu, namun juga terbuka bagi para tamu di luar.

- f. *Inn Tavern* adalah restoran dengan harga murah yang dikelola oleh perorangan di tepi kota.
- g. *Pizzeria* adalah suatu restoran yang khusus menjual *pizza*, kadang-kadang juga berupa *spaghetti* serta makanan khas Italia lainnya.
- h. *Speciality Restaurant* adalah restoran yang suasana dan dekorasi seluruhnya disesuaikan dengan tipe khas makanan yang disajikan atau temanya. Restoran-restoran semacam ini menyediakan masakan Cina, Jepang, India, dan sebagainya. Pelayanannya sedikit banyak berdasarkan tata cara negara tempat asal makanan spesial tersebut.
- i. *Family Type Restaurant* adalah satu restoran sederhana yang menghadirkan makanan dan minuman dengan harga yang tidak mahal, terutama disediakan untuk tamu-tamu keluarga maupun rombongan.

### 2.2.3 *Corporate Identity*

*Corporate identity* adalah suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari *image* dan identitas suatu perusahaan. Sebagai bentuk visual, *corporate identity* menampilkan simbol yang mencerminkan *image* yang hendak disampaikan. Sebagai suatu ekspresi grafis, sebuah identitas perusahaan dapat diciptakan dan mempengaruhi nasib dari perusahaan tersebut. (dikutip dari <http://puslit.petra.ac.id/journals/design>; **Christine Suharto Cenadi**, Dosen Jurusan Desain Komunikasi Visual)

## 2.3 Data Khusus

### 2.3.1 Analisa Rumah Makan Saung Teteh

- Kapan Berdiri : 6 Juni 2005
- Telepon : (021) 844 0425
- Lokasi : Cibubur Point, Raya Alternatif Cibubur Blok A no 1, Cimanggis - Depok, Timur Jakarta, Indonesia (600 meter dari Tol Cibubur kanan jalan).
- Jam Buka : Pk. 10.00 – Pk. 22.30
- Pelayanan : makan di tempat/*dine-in*, *take out*, *delivery*, menerima pemesanan untuk acara-acara tertentu, seperti ulang tahun, arisan, *meeting*, dan sebagainya.
- Pembayaran : *cash*
- Kapasitas : 100 kapasitas kursi (Lantai 1 dan 2)
- Fasilitas : makanan tidak mengandung MSG, bonus puding setiap selesai makan, ruangan dilengkapi dengan *air conditioner*.



**Gambar 2.1** Tampak Depan Rumah Makan Saung Tete



**Gambar 2.2** Bagian Dalam Rumah Makan Saung Tete (Lantai 1)



**Gambar 2.3** Meja Kasir Rumah Makan Saung Tete

Restoran Saung Tete ini memiliki 2 lantai yang berfungsi sebagai tempat makan. Lantai 2 lebih sering digunakan apabila terdapat pemesanan tempat untuk keperluan acara seperti acara-acara ulang tahun, arisan, dan dan sebagainya. Di sepanjang dinding restoran, terdapat berbagai gambar menu makanan.

### **2.3.2 Analisa Item-Item Pendukung**

Item-item pendukung visual Rumah Makan Saung Tete terdiri dari :

### 1. Seragam Pegawai



**Gambar 2.4** Seragam Rumah Makan Saung Tete

### 2. Motor *Delivery*



**Gambar 2.5** Motor *Delivery* Rumah Makan Saung Tete

### 3. Signage



**Gambar 2.6** Signage Rumah Makan Saung Tete

### 4. Nomor Meja



**Gambar 2.7** Nomor Meja pada Rumah Makan Saung Tete

#### 5. Menu Makanan Dinding



**Gambar 2.8** Menu Makanan Dinding Rumah Makan Saung Tete

#### 6. Dekorasi Pintu



**Gambar 2.9** Pintu Masuk Rumah Makan Saung Tete

#### 7. Buku Menu Makanan dan Minuman



Gambar 2.10 Sampul Buku Menu Rumah Makan Saung Tete (Tampak Depan)



Gambar 2.11 Buku Menu Makanan dan Minuman Rumah Makan Saung Tete



Gambar 2.12 Nasi Pepes Komplit (Salah Satu Menu Unggulan)



### 2.3.3 Produk Rumah Makan Saung Teteh

#### 2.3.3.1 Makanan

-	Nasi	
	Nasi Timbel Komplit (Goreng/Bakar)	Rp. 22.500,- / Rp. 23.500,-
	Nasi Timbel	Rp. 4.000,-
	Nasi Pepes Komplit (Goreng/Bakar)	Rp. 26.000,- / Rp. 27.000,-
	Nasi Pepes	Rp. 9.000,-
	Nasi Putih	Rp. 3.500,-
	Nasi Goreng Spesial	Rp. 22.000,-
-	Seafood	
	Gurame Goreng (5 Ons / 7 Ons)	Rp. 41.500,- / Rp. 52.500,-
	Gurame Bakar (5 Ons / 7 Ons)	Rp. 41.500,- / Rp. 55.000,-
	Gurame Goreng Cabe Ijo (5 Ons / 7 Ons)	Rp. 45.000,- / Rp. 56.500,-
	Gurame Asam Manis (5 Ons / 7 Ons)	Rp. 45.000,- / Rp. 56.500,-
	Gurame Bumbu Rujak (5 Ons / 7 Ons)	Rp. 45.000,- / Rp. 56.500,-
	Gurame Cobek (5 Ons / 7 Ons)	Rp. 45.000,- / Rp. 56.500,-
	Udang Goreng Tepung	Rp. 27.500,-
	Cumi Goreng Tepung	Rp. 30.000,-
	Cumi Bakar	Rp. 26.000,-
-	Ayam dan Daging	
	Ayam Kampung Goreng	Rp. 11.000,-
	Ayam Kampung Bakar	Rp. 12.000,-

Ayam Kampung Bumbu Ijo	Rp. 14.000,-
Empal Daging	Rp. 11.000,-
- Menu Baru Pendukung	
Ayam Bekakak	Rp. 12.000,-
Sate Ayam Ponorogo	Rp. 20.000,-
Sop Buntut	Rp. 32.500,-
Cumi Lemon	Rp. 25.000,-
Cumi Saos Pedas	Rp. 25.000,-
Lumpia Udang	Rp. 20.000,-
Udang Bakar	Rp. 25.000,-
Pepes Ikan Mas ½ kg	Rp. 28.500,-
Pepes Jamur / Botok Teri	Rp. 7.000,-
Pepes Tahu	Rp. 5.000,-
Pencok Kacang Panjang	Rp. 6.000,-
Oncom Leunca	Rp. 6.000,-
Rujak Penganten	Rp. 17.500,-
Tumis Buncis Telor	Rp. 10.000,-
Tumis Kangkung	Rp. 9.000,-
Tumis Kangkung Terasi Udang	Rp. 13.000,-
Nasi Goreng Ikan Asin	Rp. 20.000,-
Nasi Goreng Pete	Rp. 20.000,-
Nasi Goreng Spesial Saung Teteh	Rp. 23.000,-
Nasi Timbel Komplit Ayam Bekakak	Rp. 24.000,-

Mie Goreng	Rp. 17.500,-
- Buah Segar	
Melon, Semangka, Apel, Nanas, Pepaya.	

### 2.3.3.2 Minuman

- Minuman & <i>Juice</i>	
Aqua	Rp. 3.500,-
Teh Manis	Rp. 2.000,-
Es Teh Tawar /Manis	Rp. 2.500,-
Es Lemon Tea	Rp. 8.000,-
Es Lemon Squash	Rp. 9.000,-
Es Jeruk	Rp. 9.000,-
Es Jeruk Murni	Rp. 12.500,-
Es Kelapa Jeruk	Rp. 11.000,-
Es Kelapa Muda	Rp. 9.000,-
Es Lobi-lobi	Rp. 10.000,-
<i>Juise</i> Strawberry	Rp. 11.000,-
<i>Juice</i> Jambu	Rp. 9.000,-
<i>Juice</i> Tomat	Rp. 8.500,-
<i>Juice</i> Melon	Rp. 8.500,-
<i>Juice</i> Alpukat	Rp. 9.000,-
<i>Fruit Mix Juice</i>	Rp. 8.500,-
<i>Soft Drinks</i>	Rp. 4.000,-
Kopi	Rp. 6.000,-

- |                            |                                     |
|----------------------------|-------------------------------------|
| Kopi Susu                  | Rp. 7.000,-                         |
| Es <i>Capucino</i>         | Rp. 10.000,-                        |
| -                          |                                     |
| Menu unggulan              | : Nasi Pepes Komplit Rp.27.000,00   |
|                            | Nasi Timbel Komplit Rp.23.500,00    |
|                            | Gurame Goreng Cabe Ijo Rp.56.500,00 |
| -                          |                                     |
| <i>Range</i> harga makanan | : Rp.4.000,00 – Rp.56.500,00        |
| -                          |                                     |
| <i>Range</i> harga minuman | : Rp.2.000,00 – Rp.12.500,00        |

### 2.3.4 Analisa Logo Rumah Makan Sunda



**Gambar 2.13** Logo Waroeng Sunda

Logo Waroeng Sunda dilengkapi dengan stilasi rumah diatas huruf “W”, tampil sederhana dengan *typeface script*.



### Gambar 2.14 Logo Bumbu Desa

Logotype Bumbu Desa tampil serasi dengan *icon* cabai merah, terlihat pada lekukan huruf-hurufnya seperti pada huruf “M” dan “A” dibuat menyerupai lekukan cabai merah tersebut.



### Gambar 2.15 Logo Sambara

Logo Sambara tampil sederhana seperti tulisan tangan dan nuansa etnik dengan gambar perempuan desa menjadi simbol dari Sambara.



### Gambar 2.16 Logo Dapur Sunda

Demikian juga dengan logo Dapur Sunda dengan simbol “akang” Sunda sebagai ciri khas dari rumah makan ini.



### Gambar 2.17 Logo Cibiuk

Logo Cibiuk tampil tradisional, dilengkapi dengan stilasi rumah dan ulekan. Dengan slogan “Rajanya Sambal”, rumah makan ini menekankan pada kekhasan sambal “oncom” khas Cibiuk sebagai daya tarik konsumen.



**Gambar 2.18** Logo Mang Kabayan

Ilustrasi Mang Kabayan menjadi ciri khas dari rumah makan ini. Tampil dengan typeface script yang sederhana sesuai dengan kesederhanaan seorang Kabayan.

### 2.3.5 Analisa Branding Activation

Selama 4 tahun berdiri, Rumah Makan Saung Tete telah melakukan beberapa promosi, yaitu :

- Memuat iklan pada beberapa majalah khusus wilayah Cibubur.
- Menyebarkan brosur di daerah perumahan sekitar Cibubur.
- Beberapa kali pernah dijadikan *setting* tempat untuk syuting sinetron.

### 2.3.6 Analisa Logo Saung Tete dan Aplikasinya

#### 2.3.6.1 Analisa Logo



**Gambar 2.19** Logo Rumah Makan Saung Tete

Menurut pemilik, pada awal pembentukan nama Saung Tete yang digunakan sebagai nama Rumah Makan tidak mengandung arti atau filosofi tertentu, pemilik hanya mencari suatu kata dalam bahasa Sunda dan tercetuslah nama Saung Tete.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, dalam bahasa Sunda, Saung itu mempunyai arti bangunan kecil seperti rumah di sawah atau di kebun, sedangkan Tete mempunyai arti panggilan kepada kakak perempuan.

Logo ini, selain dari namanya yang sudah tampil dalam bahasa sunda, dirasa kurang kuat dan belum efektif dalam menunjukkan kekhasan dari restoran Sunda itu sendiri. Menurut sumber dari pemilik, unsur keterbacaan logo terkadang salah ditafsir oleh pengunjung, ada yang membaca stilasi gambar ikan yang dimaksudkan sebagai huruf S itu sebagai huruf W, jadi sering dibaca pengunjung sebagai Warung Tete.

Penggunaan warna dirasa cukup menarik perhatian. Logo dengan warna kuning tampil kontras diatas warna merah. Sebagai salah satu warna primer, kuning adalah warna dengan efek yang kuat, sehingga secara psikologis warna ini sangat efektif

diterapkan pada hal-hal yang membutuhkan motivasi dan menaikkan mood. Warna kuning juga memiliki beberapa makna positif salah satunya yaitu segar (dikutip dari buku *Color Basic*, Anne Dameraia). Demikian pula dengan warna merah, dalam lingkaran warna, merah adalah warna paling panas dan memiliki gelombang warna paling panjang sehingga warna inilah yang paling cepat tertangkap mata. Warna merah ini juga berasosiasi pada sesuatu yang membangkitkan selera dan semangat yang membara (dikutip dari buku *Color Basic*, Anne Dameraia).

### 2.3.6.2 Aplikasi Logo

Item-item pendukung visual Rumah Makan Saung Tetej terdiri dari :

1. Seragam Pegawai



**Gambar 2.20** Logo pada Seragam Rumah Makan Saung Tetej

2. Motor *Delivery*





**Gambar 2.21** Logo pada Motor *Delivery* Rumah Makan Saung Tete

### 3. Dekorasi Pintu



**Gambar 2.22** Logo pada Dekorasi Pintu Masuk Rumah Makan Saung Tete

### 4. Buku Menu



**Gambar 2.23** Logo pada Sampul Buku Menu Rumah Makan Saung Tete

### 2.3.7 Target Konsumen

Demografi :

- Usia : Keluarga (semua umur) terutama 20-50 tahun
- Gender : Pria dan Wanita
- Pekerjaan : Pelajar, Pengusaha, Karyawan
- Tingkat Sosial : Menengah hingga menengah keatas

Geografis :

- Domisili : Jakarta, Cibubur, dan sekitarnya.
- Iklim : Tropis

Psikografis :

- Mobilitas tinggi, aktif, dinamis
- Menyukai makanan khas Sunda
- Sering mengunjungi rumah makan dan mencari tempat untuk berkumpul bersama keluarga atau teman.

### 2.3.8 Analisa Kompetitor

Melalui wawancara dengan pemilik Restoran Saung Tete, diketahui bahwa Restoran Mang Kabayan dan Rumah Makan Cibiuk sebagai kompetitor. Dimana para kompetitor ini lebih dahulu mendirikan usahanya dan sudah memiliki *image* tersendiri di mata masyarakat.

## 1. Rumah Makan Mang Kabayan



Rumah Makan Mang Kabayan hadir pula di dekat Rumah Makan Saung Tete, lokasi 300 meter dari pintu Tol Cibubur. Logo khas dengan ilustrasi Mang Kabayan itu sendiri yang membentuk brand image yang kuat di mata masyarakat.

## 2. Rumah Makan Cibiuk



Rumah Makan Cibiuk yang berkantor pusat di Jl. Raya Cibiuk, Garut ini telah memiliki banyak cabang dan juga menerapkan sistem waralaba. Maka Rumah Makan ini hadir pula di dekat Rumah Makan Saung Tete, tepatnya berseberangan dengan Rumah Makan Saung Tete. Rumah Makan Cibiuk ini mempunyai menu unggulan sambal oncom khas Cibiuk yang menjadikannya berbeda dengan restoran lainnya.

### 2.3.9 SWOT

- *Strength* (Kekuatan) :
- Hidangan gurame cabe ijonya yang membuat unik dan berbeda daripada rumah makan sunda lainnya.

- Menyediakan aneka cita rasa khas masakan Sunda.
  - Tersedia tempat parkir khusus di depan rumah makan.
  - Harga relatif terjangkau untuk target konsumen rumah makan Saung Tete.
- *Weakness* (Kelemahan) :
- Identitas visual yang ada kurang efektif dalam mencerminkan kekhasannya.
  - Kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan.
- *Opportunity* (Kesempatan) :
- Mengunggulkan makanan tradisional khas Sunda.
  - Lokasi rumah makan dekat dengan pintu Tol dimana pintu Tol tersebut merupakan akses masuk daerah Cibubur.
  - Tingkat konsumtif masyarakat masih tinggi dalam mencari dan mencoba masakan-masakan baru.
- *Threat* (Ancaman) :
- Kompetitor yang berlokasi dekat dengan rumah makan Saung Tete yang juga menyediakan masakan sejenis.
  - Munculnya rumah makan baru yang mengusung makanan sejenis.