

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pesatnya pertumbuhan tempat kopi dalam beberapa tahun kebelakang dapat dilihat sebagai fenomena *third places*, dimana tempat kopi tidak lagi dilihat sebagai tempat membeli dan meminum kopi saja melainkan telah menjadi tempat bekerja, belajar, berkumpul, ataupun sekedar tempat pelarian dari lingkungan monoton di rumah dan tempat kerja. Fenomena ini menjadi tantangan tersendiri bagi Kopi Aroma, brand legendaris dalam pengolahan biji kopi, agar dapat relevan dalam gelombang baru *cafe* dan penikmatnya.

Berdasar hasil survey lapangan perancangan berfokus pada dua permasalahan desain, yaitu memperkenalkan kembali Kopi Aroma, serta alih fungsi bangunan residensial ke fungsi komersial. Merancang fasilitas "*coffee experience*" dipilih agar pelanggan dapat merasakan langsung Kopi Aroma sebagai ruang, tidak lagi sekedar produk. Pendekatan *adaptive reuse* kemudian dipilih dalam menjawab tantangan arsitektural, agar bangunan dapat beralih fungsi dari residensial ke dalam fungsi komersial, tanpa menghilangkan karakteristik utama bangunan. Hal ini juga berguna untuk menyorot langgam art deco kuno pada bangunan lama yang dapat selaras dengan brand Kopi Aroma. Kedua solusi ini penulis pilih berdasar hasil temuan pada jurnal dan literatur terkait sehingga diharapkan mampu menjadi solusi permasalahan desain.

Perancangan fasilitas *coffee experience* berupa *cafe*, *roastery*, serta galeri adalah sarana Kopi Aroma agar lebih relevan dan dikenal oleh generasi baru. Pelanggan kemudian dapat menikmati seduhan produk Kopi Aroma otentik, sembari beraktivitas di ruang *coffee experience* Kopi Aroma. Fungsi lama bangunan residensial juga diangkat, sekalipun telah berubah fungsi menjadi ruang komersial, agar pelanggan dapat merasa seperti berada di rumah melalui tata letak & fungsi tiap ruangan. Kemudian area galeri dirancang melebur agar pelanggan dapat mempelajari Kopi Aroma dengan mudah, tanpa harus meninggalkan aktivitas ngopinya.

Dengan merancang fasilitas *coffee experience* dengan menggunakan pendekatan *adaptive reuse*, diharapkan mampu menjawab permasalahan terkait Kopi Aroma sebagai jenama, sekaligus permasalahan objek arsitekturnya. Sehingga Kopi Aroma kelak dapat dinikmati oleh berbagai generasi dan menjadi pilihan *third places*, agar tidak tenggelam dalam gelombang *cafe* baru di Bandung juga Indonesia.

B. Saran

1. Bagi pengelola Kopi Aroma, penulis berharap perancangan ini dapat menjadi opsi ide dalam mengembangkan model bisnis jenama, terkhusus dalam pendekatan perancangan interiornya.
2. Hasil perancangan ini bukan menjadi sebuah kritik terhadap Kopi Aroma, melainkan usulan yang dipertimbangkan dengan baik dan terbuka untuk penyesuaian dan diskusi.
3. Bagi teman-teman mahasiswa di Institut Seni Indonesia Yogyakarta diharapkan dapat menjadi sumber wawasan dan perspektif baru dalam melakukan perancangan.
4. Bagi mahasiswa desain interior diharapkan dapat lebih sensitif dalam mengembangkan interior yang kontekstual dengan cangkangnya, yaitu arsitektur dan lingkungannya.
5. Bagi penulis, untuk selalu terbuka dengan perspektif lain sehingga dapat meminimalisir bias yang subjektif, khususnya pada aspek-aspek teknis. Dalam hal ini pula penulis sangat terbuka pada kritik dan saran dalam perancangan fasilitas "*coffee experience*" Kopi Aroma.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhastian, I. (2012) *Bandung “Art Deco” - Tipologi Image dan Kebermaknaan Arsitektur*. Jakarta : IPLBI
- Chadios, K. (2005). *The Urban Coffeeshops*. Massachusetts Ave. : MIT
- Choo, E (2019). *Apa Itu Roasting Kopi?* Jawa Timur : Nor Coffee Roaster.
- Commonwealth Australia (2004). *Adaptive Reuse*. Australia : Australian Government.
- Desai, A. (2011). *The Function and Design of Cafes Through Time*. New York : WIM - DEA 1500
- Haristianti, V. (2020). *Kajian Aspek Autentitas dan Lokalitas pada Elemen Interior Starbucks Reserve Dewata*. Bandung : Telkom University
- Katsigris, C., et. al. (1999). *Design and Equipment for Restaurants and Food Service Management View*. Canada : John Wiley & Sons.
- Kilmer, R. , Et. Al. (2014). *Designing Interiors (Second Edition)* New Jersey : John Wiley & Sons
- Kurniawan, A. (2017). *Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Lewis, R. H. (2013). *Re Architecture Adaptive Reuse Buildings (Focus on Interior)* India : Manipal University
- Permadi, G. V. N. P., et. al. (2017). *Karakter Visual Rumah Dinas Kolonial Belanda Pabrik Gula Japtroto-Lumajang*. Malang : Universitas Brawijaya.
- Pradipta, P. P., et. al. (2015). *Gaya Art Deco Pada Revitalisasi Stasiun Selatan Bandung*. Surabaya : Institut Teknologi Sepuluh November.
- PT. David Roy Indonesia. *Coffeesso Coffee Pod Technology: Coffee Handbook*. Jakarta : Coffeesso

Putra, A. P., et. al. (2019). *Bangunan Bersejarah yang Terancam Modernisasi di Kota Bandung Melalui Fotografi Arsitektur*. Bandung : Universitas Pasundan

Rutcosky, K. (2007). *Adaptive Reuse as Sustainable Architecture in Contemporary Shanghai*. Sweden : Lun University.

Septia Ayu, P. (2020). *Analisis Stimulus Pemasaran Produk Kopi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada kafe Semasa Semarang)* Semarang : Universitas Diponegoro



DAFTAR LAMAN

Ayo Bandung 2017. Ridwan Kamil :Bandung Kota Art Deco (https://www.ayobandung.com/bandung/pr-79625990/ridwan-kami_l_bandung-kota-art-deco) 22 April 2022

Caffeinepedia 2021. Jenis Mesin *Roasting*(<https://caffeinepedia.com/2021/11/24/jenis-mesin-roasting/>) 12 April 2022\

First Crack Coffee. What Size Roaster Do I Need?(<https://www.firstcrackequipment.com/what-size-roaster-do-i-need>) 20 April 2022

Probat 2022. Product (<https://www.probat.com/en/products/shop-roaster/>) 21 April 2022

