

## **BAB I**

### **Pendahuluan**

#### **1.1 Latar Belakang**

Jakarta sebagai ibukota yang tak pernah sepi dari kunjungan wisatawan, baik dalam ataupun luar negeri memiliki banyak potensi kekayaan kuliner yang dapat menjadi daya tarik wisata. Dikarenakan adanya ketertarikan masyarakat di bidang kuliner maka peluang usaha dibidang kuliner juga relatif tinggi (Lila Muliani, 2019).

Bisnis kuliner di Indonesia dimulai pada tahun 1970-an yang ditandai dengan munculnya beberapa restoran cepat saji (fastfood). Perkembangan sektor usaha industri makanan dan minuman di Indonesia pun semakin berkembang dengan pesat. Dan ini membuat para pengusaha di bidang kuliner memunculkan berbagai macam konsep yang ditawarkan untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan baik dari usia, pendidikan, penghasilan dan gender (Dhian Tyas, 2018).

Restoran yang sudah lama berdiri maupun restoran-restoran yang baru dibuka berusaha untuk mengenalkan atau menawarkan menu-menu baru agar dapat diterima dengan baik oleh para pembeli atau konsumen. Contohnya Ragusa Es Italia merupakan salah satu kedai atau restoran es krim tradisional bergaya ala Italia yang digolongkan dalam kategori good average karena dalam pembuatannya yang tidak menggunakan bahan pengawet apapun dan menggunakan susu sapi murni. Ragusa Es Italia sendiri sudah berdiri sejak tahun 1932, yang bahkan lebih tua dari kemerdekaan Indonesia.

Kedai Ragusa Es Italia yang berada di Jalan Veteran 1 Nomor 10 ini bisa meraup omzet Rp.75.000.000 per-bulan. Pemilik dari Ragusa Es Italia ini tidak hanya menjual rasa, tetapi dari penyajian yang unik, inovasi rasa, serta banyaknya porsi bisa menjadi faktor banyaknya pengunjung kedai tersebut.

Berdasarkan hasil survei yang telah disebar kepada 77 responden, sebanyak 36 responden menyatakan tidak pernah mendengar Ragusa Es Italia. Adapun diantara 41 responden yang pernah mendengar Ragusa Es Italia, hanya sebanyak 22 responden yang sudah mencicipinya. Mayoritas dari responden yang pernah mencicipi Ragusa Es Italia menyatakan bahwa mereka menyukai Ragusa Es Italia karena memiliki rasa yang unik dan berbeda dengan es krim pada umumnya, karena memiliki rasa yang tidak terlalu manis serta tidak mengandung bahan pengawet. Ketertarikan dari para responden inilah yang menjadi alasan utama penulis dalam mengangkat Ragusa Es Italia sebagai topik pembahasan dalam pembuatan Video Capstone Project Storytelling.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang topik Video Storytelling, perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana sejarah terbentuknya Ragusa Es Italia?
2. Apa yang menjadi ciri khas dari Ragusa Es Italia?
3. Apa strategi yang dilakukan oleh Ragusa Es Italia dalam mempertahankan loyalitas pelanggan selama hampir 90 tahun ?

### **1.3 Tujuan storytelling**

Berdasarkan judul dan permasalahan dalam penelitian ini, maka tujuan penulisan yang akan dicapai adalah :

1. Mengetahui sejarah terbentuknya Ragusa Es Italia.
2. Mengetahui ciri khas dari Ragusa Es Italia.
3. Mengetahui strategi yang dilakukan oleh Ragusa Es Italia dalam mempertahankan loyalitas pelanggan selama hampir 90 tahun.

#### 1.4 Target Audiens

Ragusa Es Italia merupakan kedai es krim yang masih terus berkembang sejak tahun 1932. Kedai ini juga diminati oleh semua kalangan masyarakat. Dengan membuat *storytelling* yang membahas mengenai Ragusa Es Italia ini, penulis berharap dapat menyebarluaskan dan memperkenalkan Ragusa Es Italia kepada masyarakat Indonesia, terutama di kalangan remaja hingga dewasa yang berusia antara 17 hingga 35 tahun. Berdasarkan hasil survei yang telah disebar kepada 77 responden, dapat diketahui bahwa responden berusia 17-35 tahun yang mayoritas berstatus pelajar/mahasiswa dan orang dewasa. Sebanyak 96,1% dari para responden berdomisili di Jabodetabek. Sebanyak 93,5% dari keseluruhan responden tersebut menyatakan bahwa mereka tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang sejarah Ragusa Es Italia .





