

IDENTIFIKASI TERHADAP KETERTARIKAN PENGUNJUNG DI RESTORAN SURABAYA DENGAN PENDEKATAN *SENSE OF PLACE*

Franklin Goenardi^a, Lya^b

^aStudent of Interior Architecture Department, Ciputra University, Uc Town, Citraland, Surabaya 60219, Indonesia.

^bLecturer of Interior Architecture Department, Ciputra University, Uc Town, Citraland,
Surabaya 60219, Indonesia.

Fgoenardi@student.ciputra.ac.id

ABSTRACT

This research is aimed to map factors affecting comfort of restaurant visitors. This research was conducted because many restaurants in Surabaya were only crowded when they were initially opened. The location of this study is divided into three designated areas, restaurants that are inside malls, restaurants within hotels, and ordinary restaurants. This study uses qualitative methods to gather the data. The data shows that people visit restaurant based on the uniqueness of the restaurants.

Keywords: Restaurant; comfort; commercial

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung yang datang ke suatu restoran. Penelitian ini dilakukan karena banyak restoran di Surabaya yang hanya ramai dikunjungi pada awal restoran itu buka. Restoran yang menjadi objek penelitian ini terbagi dalam tiga area yaitu, restoran yang berada di dalam mall, restoran yang berada di dalam hotel, dan restoran yang berdiri sendiri. Melalui metode penelitian terapan yang digunakan utamanya adalah mengetahui tahapan tingkat nyaman pada suatu restaurant, apa yang menjadi solusi desain yang dibutuhkan terhadap masalah yang muncul. Dalam proses identifikasi restoran ini dilakukan pengumpulan data berupa wawancara secara langsung terhadap responden yang sudah melakukan kunjungan ke restoran tersebut dan observasi. Riset ini menggunakan metode kualitatif dalam proses pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunikan dari suatu restoran yang tidak ada ditempat lain membuat orang pada umumnya datang ke restoran tersebut.

Kata Kunci: Restoran; Kenyamanan; Komersial

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiringnya berjalannya waktu kegiatan makan sudah berkembang menjadi gaya hidup dan juga menjadi salah satu hiburan dalam bentuk sarana rekreasi. Kebutuhan di restoran pun berkembang menjadi tempat yang menarik sehingga dapat memberikan kesan terhadap pelanggan yang datang.

Restoran juga tidak lepas dengan kegiatan kuliner yang berkembang di era milenial ini. Kegiatan kuliner pada era milenial merupakan kegiatan yang sudah sering kita jumpai di kehidupan sekitar kita, dari makanan di pinggir jalan hingga makanan di restoran. Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makan maupun minum.

Restoran ada yang berlokasi dalam suatu hotel, kantor maupun pabrik, dan banyak juga yang berdiri sendiri di luar bangunan itu. Dengan seiringnya waktu, bangunan yang berdiri sendiri maupun restoran yang berada di dalam hotel, pabrik, mall, dan lainnya itu juga dituntut semakin nyaman untuk para pengunjungnya, sehingga restoran pada zaman sekarang membutuhkan desain unik yang memberikan kenyamanan dan keunikan yang membuat pengunjung merasa ingin berkunjung lagi ke restoran tersebut. Latar belakang dari desain di suatu restoran juga

berasal dari para pengunjung, dikarenakan para pengunjung yang mendatangi suatu restoran yang tidak hanya untuk menikmati makanan yang disajikan di restoran tersebut, melainkan juga untuk rekreasi dan menikmati kenyamanan restoran tersebut.

Oleh karenanya, restoran yang didatangi oleh pengunjung harus bisa memenuhi kebutuhan yang dicari tersebut. Salah satu cara untuk menjawab keinginan pengunjung tersebut adalah dengan memberikan sentuhan desain yang unik, baik secara arsitektural maupun interiornya.

Kini, bisnis dibidang kuliner semakin banyak dan memberikan persaingan yang ketat. Oleh karena itu setiap bisnis kuliner yang berkembang ini diharuskan memiliki keunikan dan keistimewaan yang memberikan ciri khas dan menjadi pembeda ketika dibandingkan dengan bisnis yang ada. Penerapan untuk memberikan pembeda ini dapat melalui dari gaya interior yang berbeda yang dapat dituangkan dalam *brand image* pada restoran tersebut.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa yang menjadi faktor dominan ketika pengunjung merasa nyaman di dalam suatu restoran. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemilik restoran dalam memilih elemen-elemen pendukung yang dapat mempengaruhi minat para pengunjung untuk datang ke restoran tersebut dan yang mempengaruhi betah atau tidaknya para pengunjung yang datang.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah ketertarikan pengunjung dapat mempengaruhi restoran berkembang pada era *millennials* ini.
2. Bagaimanakah karakteristik yang seharusnya diterapkan oleh restoran sehingga para pengunjung dapat betah berada didalam suatu restoran.
3. Bagaimanakah bentuk ideasi dari konsep yang dihasilkan sebagai desain yang berpengaruh pada elemen interior-arsitektur.

1.3 Tujuan dan Sasaran

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Studi desain dan identifikasi elemen-elemen pendukung yang memiliki keterkaitan terhadap kenyamanan pengunjung yang masih dapat digali lagi sehingga berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu elemen pendukung dominan yang berpengaruh pada kenyamanan para pengunjung
2. Mengidentifikasi karakteristik *style* pada bisnis dibidang kuliner
3. Mengemukakan ide atau gagasan pada desain interior ataupun produk untuk elemen interior restoran kuliner ini.

2. MATERIAL & METHODS

2.1 Tinjauan Literatur

Penelitian ini membahas ketertarikan pengunjung dalam melakukan kunjungan terhadap restoran. Terkait ketertarikan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kenyamanan konsumen

yang datang, yaitu

- Makanan dan minuman
Makanan dan minuman yang disajikan dapat dinilai dari kuantitas, kualitas, rasa, penyajian, tekstur, serta aroma
- Pelayanan
Pelayanan dalam suatu restoran juga merupakan pertimbangan dari seseorang dalam mengunjungi restoran.
- Kebersihan dan higienitas
Penilaian kebersihan & higienitas dapat dinilai dari restoran, alat makan, alat masak, kebersihan dapur, serta kebersihan dari lingkungan itu sendiri.
- Suasana
Suasana dalam suatu restoran terbentuk dari dekorasi restoran, pengaturan meja kursi, tingkat suara, suhu ruangan, serta keselarasan antara produk, pelayanan, dan lingkungan
- Harga & nilai uang
Konsumen menilai bahwa apakah pengeluaran konsumen sesuai dengan jenis restoran serta pelayanan yang diterima konsumen.

2.2 METODE PENELITIAN

a. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

Pengambilan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat terbuka. Pertanyaan-pertanyaan yang disusun ini memiliki tujuan untuk menggali lebih dalam apa yang pernah/sedang dirasakan

dan yang sudah dipikirkan oleh para responden terhadap restoran yang sudah pernah/sedang dikunjungi oleh responden ini.

Pelaksanaan pengambilan data melalui wawancara yang dilakukan pada bulan Desember 2019. Data yang diperoleh berasal dari laki-laki dan responden yang memiliki jenis kelamin perempuan.

Sampel penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Pengumpulan data ini menggunakan wawancara sebagai salah satu pertimbangan yang menjadikan responden sebagai bahan penelitian. Setelah pengumpulan data melalui wawancara ini, para responden juga diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang bersifat terbuka mengenai ketertarikan dan motivasi mereka untuk berkunjung ke restoran tersebut beserta opini mereka terhadap faktor fisik dan non-fisik yang ada yang membuat para responden ini betah ataupun tidak betah. Dengan begitu para responden ini dapat menjawab dengan bebas dan tepat sesuai apa yang sudah dirasakan oleh para responden ini.

b. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, terdapat 3 tahapan analisis, yaitu *open coding*, *axial coding* dan *selective coding*. Berikut terdapat 3 tahapan proses analisis data tersebut :

- Tahap *Open Coding* : pada tahapan ini peneliti akan melakukan identifikasi terhadap kata kunci dari jawaban para

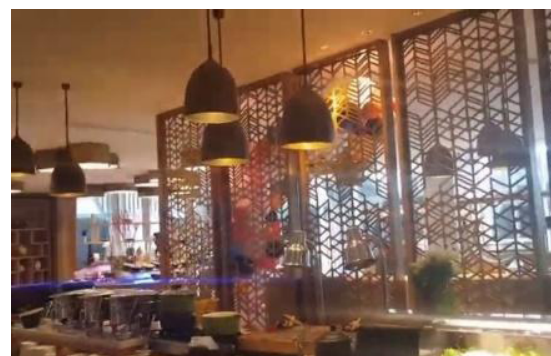
responden terhadap faktor fisik dan non-fisik apa saja yang memiliki pengaruh terhadap faktor betah atau tidaknya di dalam restoran tersebut.

- Tahap *Axial Coding* : pada tahapan ini peneliti akan mulai membuat kategori-kategori dari kata kunci yang telah diperoleh pada tahapan sebelumnya. Tahapan ini berfungsi mengurangi kemungkinan (pengisian data secara bersama-sama sehingga ada beberapa jawaban yang mengikut jawaban temannya, sehingga hasilnya kurang valid).
- Tahap *Selective Coding*: proses ini dilakukan dengan mendeskripsikan hubungan antar kategori-kategori yang sudah dibuat pada tahapan sebelumnya, yang hubungan antar kategori ini dilakukan dengan analisis korespondensi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui dari proses penelitian dengan mengikuti alur *design thinking* yang sudah didapatkan maka diperoleh pemahaman sebagai berikut

a. Tahapan Eksplorasi



Gambar 1. 209 Dining Sumber: [www.youtube.com/watch?v= RGBdhK1Wvno](https://www.youtube.com/watch?v=RGBdhK1Wvno)



Gambar 2. Pengunjung di restaurant Kamikamu
Sumber: www.youtube.com/watch?=-CqnT3uY0TjM



Gambar 3. Pengunjung di restaurant Grand Royal Pakuwon Trade Center
Sumber: www.youtube.com/watch?v=oDRXfplqkOc

eksplorasi data melalui sumber-sumber data yaitu *paper*, *place* dan *person*, yang dilakukan melalui wawancara terhadap responden yang sudah pernah mengunjungi restoran, karena *memories & experience* (Kusumowidagdo, 2015) merupakan faktor penting, dimana para responden sudah merasakan suasana restoran yang memberikan suasana yang nyaman terhadap para pengunjung-pengunjungnya.,

Peneliti juga melakukan beberapa kunjungan terhadap tempat-tempat dimana sasaran penelitian ini diteliti. Hasil pengamatan dan hasil wawancara terhadap responden yang sudah

dilakukan oleh peneliti ini menyatakan bahwa 209 Dining, Kamikamu, Grand Royal yang merupakan perwakilan dari usaha kuliner yang membuat restoran di dalam hotel, restoran yang berdiri sendiri dan restoran yang ada di dalam mall, memiliki gaya desain dengan kesan luxury sehingga banyak orang yang datang ke sana untuk makan bersama-sama merayakan sesuatu, dikarenakan setelah melakukan kegiatan makan-makan tersebut, biasanya para pengunjung melakukan foto-foto di depan restoran tersebut, dikarenakan terdapat area yang.

Dari pemilihan desain furnitur hingga interior pada restoran terdapat hubungan antara desain yang diterapkan di interior ruangan tersebut dengan makanan yang disajikan oleh restoran tersebut, sehingga suasana restoran tersebut memiliki rasa yang sudah tersampaikan, meskipun belum melihat menu makanan yang akan disajikan. Menurut responden, spot foto di bawah ini memiliki kepopuleran tersendiri dikalangan para responden yang datang.



Gambar 4. Spot foto yang terkenal pada 209 Dining
Sumber: www.youtube.com/watch?v=RGBdhK1Wvno



Gambar 5. Pengunjung dari restorant Kamikamu
Sumber: www.youtube.com/watch?v=CqnT3uY0TjM



Gambar 6. Pengunjung dari restorant Grand Royal Pakuwon Trade Center. Sumber: www.youtube.com/watch?v=oDRXfplqkOc

b. Tahapan Ideasi, visualisasi, dan evaluasi

Tahapan ini merupakan tahapan penuangan ide dari para desainer terhadap visualisasi gambar yang tidak memiliki batas. Hal yang menjadi pembatas pada ide gagasan adalah bagaimana agar inovasi yang dimiliki restoran tersebut menjadi suatu identitas dari restoran itu.

Ideasi oleh desainer, dilakukan dengan menggali berbagai macam literatur untuk menjadi dorongan dalam menghasilkan ide-ide inovatif yang baru.

Pada zaman sekarang ini, banyak akses internet yang dapat menjadi penghubung dengan segala bentuk objek-objek yang sudah pernah dibuat.

Dari objek tersebut akan diubah menjadi sketsa gambar dalam bentuk 2D yang mengacu pada tujuan penelitian yaitu mengemukakan gagasan ide dari suatu produk baru pada dunia interior dan arsitektur.

Gagasan yang berupa ide skematik tersebut akan disempurnakan menjadi gambar yang lebih sempurna melalui bantuan komputer dalam bentuk rendering 3D dimensi yang memunculkan karakteristik dari suatu material dan pemilihan warna yang dipilih. berikut ini merupakan beberapa contoh aplikasi dari ide inovatif untuk interior dan arsitektur yang bisa dikembangkan sebagai alternatif fungsi selain menjadi hiasan dekoratif.



Gambar 7. Aplikasi Kesan Ruang di Bawah Laut
Sumber: www.youtube.com/watch?v=qBiiYfuOfsU



Gambar 8. Aplikasi alat-alat toilet pada interior restaurant Modern Toilet, Shilin, Taiwan.
Sumber: <https://nrai.org/from-toilet-to-snakes-crazy-theme-restaurants-around-the-world/>

KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapat dari penelitian yaitu karakteristik desain yang membuat minat pengunjung datang ke restoran adalah karena keunikan berupa *view* / suasana yang bagus dengan adanya dekorasi berupa *spot* yang menarik pada suatu restoran, yang dapat meningkatkan minat para pengunjung untuk datang. Pengunjung yang datang ingin melakukan *update status* bahwa mereka telah mengunjungi tempat tersebut dan melakukan foto-foto di area yang memiliki *spot* foto yang unik. Beberapa faktor seperti faktor kebersihan dan pelayanan juga merupakan faktor yang diperhatikan tetapi kurang dominan, selama pelayanan dan kebersihannya cukup terawat maka pengunjung lebih fokus pada makanan, harga, dan adanya area *spot* foto.

DAFTAR RUJUKAN

- Utomo, T. N. P., Indrawan, S. E., Ciputra, U., Material, K., & Kerajinan, S. (n.d.). ARSITEKTUR INTERIOR BERBASIS KARAKTERISTIK MATERIAL SENI KERAJINAN TROWULAN, 5–21.
- Bramwell, C. K. (2014). Sense of place. *Gay Men at Midlife: Age Before Beauty*, (2011), 109–118.
- Santoso, D. A., Aprilia, A., Kristanti, M., Perhotelan, M., & Petra, U. K. (2014). Meal experience. (2002), 179–190.
- Pousette, A., Larsman, P., Hemlin, S., Kauth, M. R., Sullivan, G., Blevins, D., ... Logan, J. (2014). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.
- Implementation Science, 39(1), 1–15. <https://doi.org/10.4324/9781315853178>
- Makanan, K., Dijajakan, Y., Di, P., Sdn, L., & Samarinda, K. (2014). Penyuluhan Hygiene Sanitasi Makanan Dan Minuman, Serta Kualitas Makanan Yang Dijajakan Pedagang Di Lingkungan Sdn Kota Samarinda. *Penyuluhan Hygiene Sanitasi Makanan Dan Minuman, Serta Kualitas Makanan Yang Dijajakan Pedagang Di Lingkungan Sdn Kota Samarinda*, 10(1), 64–72. <https://doi.org/10.15294/kemas.v10i1.3071>
- Kusumowidagdo, A., Rembulan, C. L., & Sachari, A. (2015). Sense of place among adolescents: Factors influencing the place attachment on shopping malls. *Hubs-Asia*, 10(1), 97-106.
- Hughes, C. W., Wunsch, C., & Zlotnicki, V. (2000). Satellite peers through the oceans from space. *Eos*, 81(7), 68. <https://doi.org/10.1029/00EO00046>
- Pradiko, R. O. (2013). Analisis kebutuhan kenyamanan. 2(1), 1–18.
- Sugiarto, B. U., & Subagio, H. (2014). Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–14. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/2318>