

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Malang adalah Kota terbesar kedua di Provinsi Jawa Timur yang berada di daerah pegunungan dengan suhu berkisar 18 – 22 °C. Hal ini menjadikan Kota Malang sebagai tempat proses belajar dan mengajar yang nyaman serta menjadi pilihan remaja dari berbagai daerah di seluruh Indonesia untuk melanjutkan studinya. Oleh karena itu, Kota Malang mendapat julukan sebagai Kota Pendidikan (BPK Perwakilan Prov. Jatim, 2015). Berdasarkan data Dinas Pendidikan Kota Malang (2015), jumlah instansi pendidikan di Kota Malang untuk rentang usia remaja cukup banyak, yaitu 72 SMA/SMK, 13 MAN, dan 12 Perguruan Tinggi. Hal ini sejalan dengan data Badan Pusat Statistik Kota Malang (2015) yang menunjukkan proyeksi jumlah remaja yang terdapat di Kota Malang pada tahun 2017 total sebanyak 189.403 remaja yang terdiri dari 93.476 remaja putra dan 95.927 remaja putri.

Jumlah remaja di Kota Malang yang cukup banyak ini menunjukkan bahwa adanya kebutuhan lain yang harus dipenuhi oleh remaja, yakni kebutuhan sosial untuk berkumpul dalam suatu kelompok. Berkumpul adalah salah satu bentuk perilaku individu di dalam suatu komunitas atau kelompok. Berkumpul juga merupakan salah satu bentuk perilaku sosial. Menurut Weismann (1981), sosialisasi adalah kemampuan manusia dalam melakukan interaksi pada suatu *setting*. Perilaku sosial dapat dihubungkan dengan *setting* tempat duduk dan meja dari ruang publik, jarak antara setiap individu, perilaku non-verbal seperti *gesture* tubuh, kontak mata, ekspresi yang menunjukkan kualitas sosialisasi antar individu.

Kebutuhan sosial ini memberikan peluang bagi pengusaha dalam membangun bisnis yang menyediakan fasilitas bagi para remaja dalam hal sosialisasi. Salah satu bisnis yang saat ini berkembang adalah bisnis kuliner baik itu resto maupun kafe. Berdasarkan data dari Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO) Malang, pada tahun 2015 bisnis kafe mengalami pertumbuhan sebesar 30 persen jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Data yang disajikan oleh APKRINDO menjadi bukti bahwa saat ini kafe menjadi salah satu tren di kalangan remaja. Kafe menjadi salah satu tujuan bagi remaja untuk berkumpul dan menghabiskan waktu. Mereka lebih banyak menghabiskan waktu di dalam kafe baik

itu untuk makan dan minum ataupun hanya nongkrong dan berkumpul bersama dengan teman-temannya jika dibandingkan dengan tempat lainnya. Tren ini kemudian dimanfaatkan oleh para pengusaha kafe untuk berlomba dalam memberikan pelayanan dan fasilitas yang dibutuhkan oleh para pelanggan khususnya para remaja yang menjadi konsumen mayoritas sebuah kafe. Dengan pelayanan yang lebih baik maka pengunjung cenderung memilih kafe tersebut untuk dijadikan tujuan dalam mengahibiskan waktu dan nongkrong.

Humas APKRINDO Malang, Daniel Indrapribadi mengatakan, tercatat kenaikan 30 persen itu didominasi oleh kafe. Jika ada 10 tempat baru, maka 7 adalah kafe dan 3 restoran. Dikutip dari sumber yang sama, pada tahun 2017 setidaknya di Kota Malang terdapat 400 kafe dan resto, dan jumlah ini akan terus meningkat. Fakta diatas dapat menjadi gambaran bagaimana bisnis dibid 1 ini sangat menjanjikan dan berkembang pesat sehingga para pemilik usaha harus dapat memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggan.

Pertumbuhan kafe yang begitu pesat menuntut para pemilik kafe untuk selalu berinovasi baik dalam hal hidangan maupun suasana kafe atau *store atmosphere* yang menjadi wadah bagi remaja, keluarga, maupun wisatawan dalam memenuhi kebutuhan bersosialisasi. Dengan adanya inovasi, maka pengunjung dapat merasa lebih nyaman dan terpenuhi kebutuhan bersosialisasi dan sesuai dengan yang mereka inginkan.

Pengunjung saat ini tidak hanya melihat bagaimana suatu kafe atau resto menyajikan makanan dan minuman, tetapi suasana makan yang nyaman dan menarik menjadi salah satu pertimbangan pengunjung dalam memilih kafe dan resto sebagai tempat makan dan menghabiskan waktu. Suasana kafe atau *store atmosphere* juga menjadi identitas sebuah kafe dan resto. Kotler (1973) berpendapat bahwa kualitas toko dapat dilihat melalui dekorasi toko dan atmosfernya. Atmosfer toko merupakan media komunikasi secara terselubung yang dapat menunjukkan kualitas dari kafe dan resto tersebut, sehingga Kotler (1973), menyatakan atmosfer dapat berfungsi sebagai alat membujuk konsumen agar menggunakan jasa atau membeli barang yang ada dan bertahan lebih lama didalam kafe.. Kondisi *store atmosphere* kafe yang baik dapat memberikan kesan yang positif kepada para pengunjung, begitu juga sebaliknya *store atmosphere* yang buruk dapat memberikan pengaruh yang negatif terhadap pengunjung, dengan kata lain kondisi *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap perilaku pengunjung.

Salah satu kafe yang ada di Kota Malang yang memiliki permasalahan *store atmosphere* adalah kafe *La Aquanos*. Suasana eksisting Kafe *La Aquanos* terbilang cukup unik, dengan perpaduan area terbuka dan semi tertutup dengan mengedepankan konsep anak muda dan kekinian menjadikan Kafe ini unik jika dibandingkan dengan kafe lainnya. Namun secara arsitektural kondisi fisik dari kafe *la aquanos* memiliki beberapa kekurangan, seperti warna perabot yang kusam, material lantai yang kurang sesuai, kondisi beberapa perabot yang rusak, material pelapis dinding yang tidak sesuai menjadikan kondisi fisik arsitektural kafe kurang menarik. Kondisi fisik bangunan yang kurang menarik berbanding terbalik dengan banyaknya pengunjung yang datang. Kafe ini cukup digemari oleh pengunjung terutama oleh anak muda, fenomena ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah pengunjung kafe pada malam hari. Melihat dari fenomena yang ada terdapat faktor tertentu yang memengaruhi kondisi kafe *la aquanos*.

Kondisi fisik arsitektural memiliki kaitan dengan *store atmosphere*. Karena semua elemen dari *store atmosphere* merupakan elemen yang berkaitan dengan elemen arsitektural. Kondisi fisik arsitektural yang kurang menarik menjadikan *store atmosphere* kurang baik. Kondisi store atmosfer dapat memberikan pengaruh pada pengunjung karena saat ini pengunjung juga melihat aspek suasana dan kenyamanan sebagai pertimbangan dalam memilih kafe. *Store atmosphere* yang baik dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap pengunjung, begitu juga dengan *store atmospher* yang buruk dapat memberikan pengaruh yang negatif terhadap perilaku pengunjung.

Penelitian yang mengkaji atau membahas pengaruh *store atmosphere* terhadap perilaku pelanggan atau pengunjung sudah banyak dilakukan. Penelitian ini banyak dilakukan dalam dunia ekonomi dan bisnis, sebagai contoh adalah penelitian yang dilakukan oleh Meldarianda, dkk (2010), Kusumawidagdo (2010) dan sukma, dkk (2012). Penelitian yang sudah dilakukan oleh ketiga peneliti merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa survey dan kuisioner. Hasil dari penelitian terdahulu yang sudah dilakukan menunjukkan terdapat hubungan antara *store atmosphere* dan perilaku pengunjung. Penelitian yang sudah dilakukan kemudian dijadikan acuan dalam penelitian ini, karena terdapat kemiripan objek dan tema yang dibahas. Dalam penelitian ini dipilih Kafe *La aquanos* sebagai objek penelitian untuk melihat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap perilaku pengunjung.

Pada penelitian ini peneliti melihat bagaimana perilaku dan aktivitas remaja dipengaruhi oleh store atmosfer dan pengaruh yang ditimbulkan oleh kondisi *store*

atmosphere terhadap perilaku pengunjung terutama dalam hal interaksi dengan menggunakan teknik *behavioral mapping*. Setelah melakukan pemetaan, penulis membagikan kuisisioner terhadap pengunjung. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat diketahui faktor yang memberikan pengaruh. Faktor yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* pada perilaku pengunjung adalah elemen pembentuk *store atmosphere*. Dari hasil penelitian dapat diketahui elemen *store atmosphere* yang paling berpengaruh terhadap perilaku pengunjung. Hasil dari penelitian dapat menjadi pedoman dalam menciptakan kondisi *store atmosphere* yang baik bagi pengunjung.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Pertumbuhan jumlah remaja ataupun pelajar mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menjadi tantangan bagi pihak pemerintah maupun swasta untuk dapat menyediakan fasilitas yang mendukung aktivitas dan memberikan dampak yang positif bagi remaja/pelajar.
2. Pertumbuhan jumlah kafe menandakan bahwa kafe menjadi pilihan dalam pemenuhan kebutuhan dikalangan remaja dan pelajar. Namun, belum dapat diketahui sejauh mana kafe dapat memenuhi kebutuhan dan memberikan dampak positif bagi remaja/pelajar.
3. Kondisi *store atmosphere* yang dimiliki oleh kafe dapat memberikan dampak terhadap pengunjung. *Store atmosphere* yang baik dapat memberikan dampak yang positif terhadap pengunjung, sedangkan *store atmosphere* yang buruk dapat memberikan dampak negatif terhadap pengunjung.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Bagaimana hubungan *store atmosphere* terhadap perilaku pengunjung di kafe *La Aquanos*?
2. Apa saja komponen *store atmosphere* yang mempengaruhi pola perilaku pengunjung pada Kafe *La Aquanos*?
3. Bagaimana *store atmosphere* dapat mendukung proses interaksi pengunjung di kafe *La Aquanos*?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Lokasi penelitian berada di Kafe *La Aquanos* dengan konsentrasi atau fokus terhadap observasi lapangan aktivitas pengunjung remaja di dalam area makan kafe.
2. Subjek pengamatan terdiri dari pengunjung *La Aquanos* pada rentang waktu pengamatan.
3. Pengamatan dilakukan pada *weekend* dan *weekday* di bulan April 2018 dengan durasi pengamatan dua jam saat makan pagi (07.00-10.00), makan siang (11.00-15.00) dan malam hari (19.00-22.00).

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap pola perilaku pengunjung pada Kafe *La Aquanos*.
2. Mengetahui komponen *store atmosphere* yang mempengaruhi pola perilaku pengunjung pada Kafe *La Aquanos*.
3. Menghasilkan tatanan *store atmosphere* yang mendukung interaksi pengunjung *La Aquanos*.

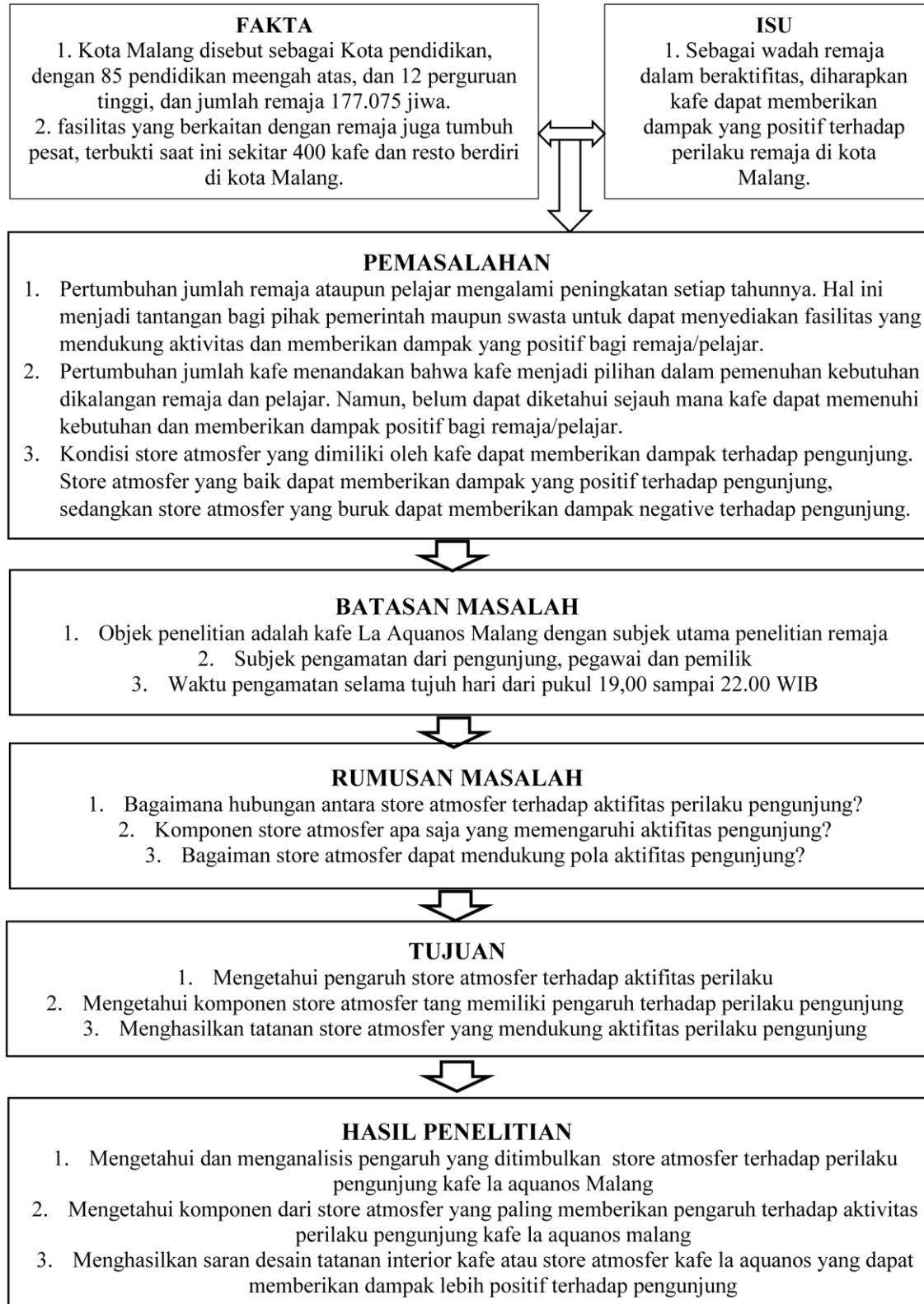
1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Memberikan data informasi mengenai hubungan *store atmosphere* dan aktivitas pengunjung.
2. Menjadi bahan evaluasi dan improvisasi sebagai rujukan dalam hal desain atau konsep ruang pada kafe yang menjadi objek penelitian dan kafe lainnya.

1.7 Diagram Alur Pemikiran

Alur pemikiran penelitian disajikan dalam bentuk Diagram Alur Pemikiran seperti Gambar 1.1 berikut,



Gambar 1.1. Diagram alur pemikiran