# BRAWIJAYA

# BAB I PENDAHULUAN

# 1.1. Latar Belakang

"Malang merupakan salah satu kota di Indonesia yang sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang cukup pesat sehingga membawa pada peningkatan taraf hidup masyarakat. Kota Malang memiliki potensi yang besar di bidang pariwisata, pendidikan, bisnis dan lainnya. Kota Malang layak menjadi tempat *tetirah* (peristirahatan), tempat singgah sekaligus tempat belanja" (Seasite Indonesia, 2010). Hal ini menyebabkan taraf pemuasan pada diri manusia untuk mendapatkan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhannya. Dan secara tidak langsung juga akan menuntut untuk tersedianya berbagai fasilitas pemenuhan kebutuhan yang memadai.

"Kebutuhan pangan merupakan salah satu kebutuhan primer yang dalam perkembangannya bukan lagi sekedar kebutuhan untuk makan dan bertahan hidup. Fungsi ini kemudian berubah, bukan hanya berfungsi sebagai kebutuhan pokok saja, tetapi juga menjadi sarana sosialisasi dan edukasi bagi masyarakat" (Kompas, Sabtu 18 Agustus 2001). "Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya pendapatan masyarakat perkotaan dan gaya hidup masyarakat yang berubah diakibatkan informasi dan iklan di televisi" (Kompas, minggu 30 Januari 2005). Dulunya mereka hanya memasak dan makan di rumah, sekarang ini mereka lebih sering makan di luar (restoran), dengan tujuan untuk sekedar mencari pergantian suasana, untuk hiburan, untuk bisnis, bersilahturahmi dengan rekan kerja atau kerabat dekat dan lain—lain. "Seringkali, dalam pergaulan sehari-hari orang merasa tidak percaya diri bila tidak pernah ke kafe atau restoran" (Kompas, minggu 30 Januari 2005). Perubahan ini membuka peluang yang lebih besar bagi restoran baru.

Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh banyak investor baik dari dalam negeri maupun luar negeri, untuk mengembangkan fasilitas pemenuhan kebutuhan pangan, mulai dari skala kecil hingga skala besar. Akibatnya, di Kota Malang saat ini berdiri berbagai macam jenis tempat makan mulai dari warung, depot, kedai, cafe, dan restoran yang menawarkan berbagai menu masakan baik dari dalam maupun mancanegara, harga, kualitas, fasilitas pendukung lainnya, jenis pelayanan, suasana ruang dalam, dan lain-lain.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi di Kota Malang ini, bisnis makanan dan minuman mengalami perkembangan pesat dan memiliki prospek cerah, tak terkecuali bisnis waralaba restoran cepat saji. Jenis restoran yang menyajikan makanan dengan sangat cepat atau siap saji dikenal dengan sebutan restoran fast food (Emerson, 1989:4). Jenis restoran seperti ini umumnya berada di lokasi-lokasi yang strategis. Di Kota Malang sendiri terdapat banyak rumah makan cepat saji, baik yang memiliki jaringan internasional seperti : Kentucky Fried Chicken, McDonald's, Pizza Hut, Hoka-Hoka Bento maupun nasional seperti: California Fried Chicken, Dundee Fried Chicken.

Restoran cepat saji umumnya merupakan restoran asing yang masuk ke Indonesia dalam bentuk kemitraan bisnis dengan pola franchise. Pihak franchisor mempunyai produk atau jasa yang ingin dijual dan atau memilih untuk tidak memperluas usahanya sendiri, tetapi menjual haknya (paten) untuk menggunakan nama produk atau jasanya kepada franchisee yang menjalankan usahanya secara semi independen. Franchisor menyediakan paket yang mencakup pengetahuan dari usahanya, prosedur operasi, penyediaan produk dan cara-cara promosi penjualan. Franchisee membayar sejumlah uang (royalty fee) kepada franchisor, menyediakan restoran (tempat), mengadakan persediaan dan peralatan operasi. Franchisee membayar royalti yang bervariasi sekitar 8%-15%, dihitung berdasarkan omzet (West, 1980:75). Salah satu restoran yang menggunakan pola bisnis *franchise* adalah KFC (Kentucky Fried Chicken).

Dengan semakin banyaknya restoran cepat saji yang menyediakan fasilitas, peralatan dan jenis layanan serupa, maka persaingan antar restoran juga semakin ketat. Tiap-tiap restoran tentu telah memiliki ciri khas atau karakteristik berbeda dengan restoran lain dan berusaha untuk membangunnya sebaik mungkin di mata konsumen. Karakteristik inilah yang akan membedakan satu restoran dengan restoran lainnya yang serupa dan menjadi salah satu alat untuk mempromosikan diri guna merebut hati konsumen.

Karakteristik suatu restoran makanan cepat saji dapat dikenali melalui berbagai hal, misalnya melalui nama restoran, jenis pelayanan restoran dan cara penyampaian pelayanan (gaya khas pelayanan), serta hal-hal fisik lainnya seperti penampilan interior restoran tersebut. Melalui karakteristik ini, pihak pengelola mengharapkan agar citra restoran di mata konsumen sesuai dengan yang apa diharapkan.

Mengkonsumsi makanan dari restoran cepat saji, terutama yang menyediakan menu *Western Style*, semakin sering ditemukan di masyarakat kota-kota besar. Selain jumlah outlet (gerai) restoran-restoran tersebut semakin banyak di berbagai penjuru kota, menu cepat saji umumnya cepat dalam penyajian dan pelayanan yang minimal. Hal ini bertujuan restoran cepat saji memperoleh pelanggan dengan jumlah semaksimal mungkin.

Di sisi lain, salah satu dimensi pelayanan yang turut dipertimbangkan dan dinilai oleh konsumen adalah penampilan produk dan jasa layanan (Zeithami, 1990:25-26). Pada suatu perusahaan makanan cepat saji, salah satu unsur penampilan jasa layanan yang paling dekat dengan pengunjung adalah penampilan ruangan restoran itu sendiri. Tegasnya, interior suatu restoran cepat saji dapat dijadikan sarana bagi pengunjung untuk mengenali karakteristik suatu restoran dan untuk meningkatkan citra restoran tersebut.

Perkembangan restoran di kota-kota besar akhir-akhir ini sangat pesat. Hal ini dikarenakan permintaan masyarakat luas yang semakin meningkat. Restoran cepat saji dikenal menyediakan makanan dan minuman secara cepat. Pada umumnya masyarakat selalu menginginkan segala sesuatu yang bersifat praktis. Karena hal ini dianggap lebih banyak membantu dalam kesibukan mereka masing-masing. Termasuk dalam hal memilih makanan, cenderung lebih memilih makanan cepat saji. Banyaknya restoran cepat saji yang hadir saat ini, merupakan sebuah tantangan besar bagi pengelola restoran. Hal ini dikarenakan semakin banyak persaingan yang muncul, sehingga pengelola harus menetapkan strategi bersaing dan sistem pemasaran yang lebih baik.

Perkembangan restoran cepat saji yang semakin menjamur, selalu diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, serta keberadaannya yang mengikuti perkembangan jaman yang modern sehingga dapat diterima oleh masyarakat, maupun rasa masakannya yang cocok dengan lidah masyarakat setempat.

Dahulu, banyak ditemui pengunjung sebagai konsumen restoran yang memilih menu cepat saji, karena keterbatasan waktu maupun fasilitas untuk menyiapkan makanannya sendiri. Namun saat ini fasilitas keruangan pada restoran cepat saji mengalami pergeseran pemaknaan penggunaan ruang sebagai akibat aktivitas pengunjung yang semakin beragam. Pengunjung saat ini tidak hanya datang, memesan makanan lalu pulang. Namun lebih dari itu, fasilitas dan suasana yang dihadirkan restoran cepat saji turut mempengaruhi aktivitas pengunjung.

Kegiatan pengunjung restoran umumnya melakukan aktivitas makan, minum, berkumpul, mengobrol, dan bersantai. Seperti yang telah disinggung diatas, seluruh aktivitas tersebut merupakan kegiatan manusiawi yang kadang pula perlu diakomodir secara keruangan. Ruang makan pada suatu restoran untuk mengakomodir segala kegiatan tersebut secara keruangan. Ruang makan sebagai salah satu karya arsitektur dirancang untuk mengakomodasi aktivitas pengunjung. Dengan demikian, psikologi manusia sebagai penggunanya harus menjadi salah satu fokus yang diperhatikan dalam proses perancangan (Halim, 2005:33). Sehingga desain yang dihasilkan tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan aktivitas secara fisik saja, namun memberikan kepuasan dan kenyamanan secara psikologis kepada penggunanya.

Restoran cepat saji Kentucky Fried Chicken merupakan salah satu bisnis waralaba cepat saji asing yang saat ini telah dikenal luas dan dominan. KFC merupakan satu merk waralaba di Indonesia dengan pemilik tunggal PT. Fastfood Indonesia Tbk yang didirikan oleh Gelael Group (www.kfcindonesia.com). Hingga saat ini KFC telah memiliki hingga ± 307 outlet di seluruh Indonesia (Wikipedia, 2010). Di Kota Malang sendiri, hingga saat ini jumlah outlet restoran cepat saji asing dengan jumlah terbanyak adalah Kentucky Fried Chicken (Data Pemkot Malang, 2010). Lebih terperinci, dalam website resmi KFC (www.kfcindonesia.com) dijelaskan lokasi outlet KFC di Malang terdiri dari 1 outlet merupakan bangunan berdiri sendiri, sedangkan 3 outlet yang lain berada dalam satu bagian dengan pusat perbelanjaan.

Dari informasi tersebut, dapat diketahui bahwa keberadaan outlet-outlet KFC di Malang berada dalam lokasi yang berbeda. Dari hal itu, akan timbul pertanyaan apakah dengan lokasi keberadaan outlet yang berbeda, restoran KFC tetap menampilkan ciri khas/karakteristik yang sama antara outlet satu dengan yang lain, atau justru berbeda? mengingat seluruh outlet KFC menggunakan sistem waralaba/franchise dalam satu perusahaan. Persamaan dapat terlihat dari nama restoran, logo, warna dominan, jenis perabot yang ditampilkan, atau yang lain. Sedangkan perbedaan antar outlet dapat timbul dari usia berdirinya outlet tersebut, kapasitas ruang, fasilitas yang disediakan atau yang lain.

Salah satu persamaan dan perbedaan outlet KFC dapat dilihat melalui perwujudan desain interior restoran cepat saji pada perwujudannya. Perwujudan interior outlet KFC

sebagai ciri khas/karakteristik KFC pada penelitian ini akan dianalisis melalui masing-masing elemennya secara umum, yaitu elemen visual (lantai, dinding, langit-langit, wama, pengkondisian ruang dan lain-lain). Perwujudan desain elemen-elemen interior tersebut hanya sebatas dilakukan pengamatan terhadap kondisi eksisting.

Elemen ruang yang paling dekat dengan pengguna ruang pada ruang makan restoran adalah perabot dan sirkulasi. sehingga secara khusus penelitian ini akan menganalisis penerapan jenis perabot dan penataan sirkulasi yang terdapat pada masing-masing outlet KFC. Selain itu, sebagai pengguna utama ruang makan, aktivitas pengunjung yang berbeda juga dilakukan observasi dan *mapping*. Penelitian ini bertujuan utama untuk mengetahui apakah perwujudan desain interior restoran KFC saat ini terutama pada perwujudan sirkulasi ruang dan jenis perabot yang digunakan apakah masih memunculkan karakteristiknya sebagai restoran cepat saji yang dapat mengakomodasi aktivitas pengunjung yang semakin berkembang.

#### 1.2. Identifikasi Masalah

Adapun yang menjadi identifikasi permasalahan antara lain:

- 1. Pola aktivitas pengunjung restoran cepat saji saat ini cenderung mengalami pergeseran mengikuti perkembangan gaya hidup, sebagai akibat pengaruh fasilitas dan suasana interior yang dihadirkan restoran cepat saji. Disamping itu, restoran cepat saji identik dengan pelayanan minimal dan penyajian cepat, guna memperoleh jumlah pelanggan maksimal. Oleh sebab itu, timbul pertanyaan apakah penampilan interior restoran cepat saji KFC saat ini sudah mengikuti perubahan pola aktivitas pengunjung namun tetap menampilkan karakteristiknya sebagai restoran cepat saji.
- 2. Masih kurang diperhatikannya penataan sirkulasi pada ruang makan utama restoran KFC yang disesuaikan dengan jumlah perabot dan kapasitas ruang makan utama namun tetap dapat menampilkan ciri khas/karakteristik KFC sebagai restoran cepat saji.

#### 1.3. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, maka dapat diperoleh rumusan masalah yaitu:

Bagaimana hubungan desain interior antara sirkulasi dan perabot dengan pola aktivitas pengunjung restoran cepat saji?

#### 1.4. Pembatasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan masalah adalah sebagai berikut :

- 1. Restoran cepat saji yang digunakan sebagai objek penelitian adalah seluruh restoran cepat saji Kentucky Fried Chicken yang berada Kota Malang.
- 2. Penelitian difokuskan pada hubungan desain interior antara sirkulasi dan perabot dengan pola aktivitas pengunjung pada ruang makan restoran cepat saji Kentucky Fried Chicken yang berada di Kota Malang.
- 3. Penelitian mengenai desain interior Kentucky Fried Chicken meliputi pengamatan/observasi terhadap perabot, sirkulasi, dan pola aktivitas pengunjung restoran cepat saji.
- 4. Waktu penelitian mengenai desain interior terutama pada sirkulasi, perabot dan pola aktivitas pengunjung restoran cepat saji Kentucky Fried Chicken dilaksanakan dan dikhususkan pada tahun ajaran 2009/2010.

# 1.5. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

# 1.5.1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk pendokumentasian sebuah proses sebab akibat atau mekanisme yang terjadi akibat adanya sirkulasi dan perabot dengan aktivitas pengunjung pada ruang dalam restoran.

# 1.5.2. Kegunaan Penelitian

- 1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai wawasan dan pengetahuan tambahan tentang perwujudan desain interior restoran cepat saji, terutama pada restoran KFC yang berbeda dengan restoran pada umumnya.
  - b. Memberi pengetahuan mengenai elemen-elemen yang harus diperhatikan dalam perancangan restoran cepat saji.
  - c. Sebagai kajian lebih dalam mengenai desain suatu interior restoran yang harus dipandang secara luas dan dalam, karena perwujudan desain mempunyai keterkaitan dengan beberapa hal. Seperti halnya desain penataan perabot dan sirkulasi dapat mempengaruhi pola aktivitas pengunjung.

# 2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pembelajaran, apakah perwujudan desain interior restoran cepat saji KFC saat ini sudah sesuai dengan perkembangan pola aktivitas pengunjung saat ini sebagai pengguna utama ruang restoran.

### 1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi menggambarkan isi dan uraian dari masing-masing bab pembahasan. Adapun cakupan isi tiap-tiap pembahasan antara lain :

# BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama kajian, membahas tentang latar belakang kajian mengenai Kota Malang yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan pesat pada beberapa bidang khususnya perkembangan bisnis restoran cepat saji serta aktivitas dan perubahan gaya hidup masyarakat terhadap ruang makan restoran cepat saji KFC, kemudian identifikasi masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan kontribusi penelitian.

# BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab kedua kajian, menguraikan teori-teori dan pustaka yang dijadikan acuan dalam proses penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga kajian, menguraikan rancangan penelitian yang akan digunakan, meliputi definisi operasional, populasi dan sampel penelitian, waktu penelitian, metode pengumpulan data yang diperoleh melalui observasi/survey lapangan, observasi partisipatif, wawancara, dokumentasi, data dari perpustakaan dan dari internet, serta pola unit analisis yang diteliti dan metode analisis data.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat kajian, mengenai deskripsi objek penelitian, kondisi fisik bangunan tiap outlet KFC, analisis jenis restoran cepat saji KFC, sirkulasi yang mencakup

analisis entry area, konfigurasi jalur, dan lay out (denah), perabot yang mencakup analisis meja makan dan tempat duduk, serta pola aktivitas pengunjung yang mencakup karakteristik pengunjung, tahapan aktivitas, fasilitas yang digunakan, periode waktu, dan pola sirkulasi pengunjung dan karyawan pada ruang makan.

# BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima kajian, berisikan kesimpulan dari pembahasan-pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya. Simpulan ini merupakan uraian jawaban dari rumusan masalah berdasarkan analisa hasil kajian. Serta saran-saran yang dapat dikemukakan dalam perancangan obyek desain.

