

PENGARUH FAKTOR FISIK DAN SOSIAL TERHADAP KETERIKATAN TEMPAT DI KAFE DEMANDAILING

INFLUENCE OF PHYSICAL AND SOCIAL FACTORS ON PLACE ATTACHMENT IN DEMANDAILING CAFE

Aubrey Michelle¹, Astrid Kusumowidagdo²

^{1,2}Arsitektur Universitas Ciputra

¹amychelle@student.ciputra.ac.id,

²astrid@ciputra.ac.id

Abstrak : Di era modern ini, setelah berakhirnya masa pandemi, kafe kembali sebagai ruang ketiga menjadi pilihan mayoritas masyarakat perkotaan. Kantor dan rumah tidak lagi menjadi prioritas sebagai tempat untuk mengerjakan tugas kantor maupun tugas sekolah dan kampus. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat persepsi pengunjung terhadap interior kafe DeMandailing di Surabaya Barat apakah faktor fisik dan sosial berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas saat bekerja di dalam kafe. Metode penelitian dilakukan cara studi kasus kepada 100 orang dengan batasan umur 18-40 tahun, dimana mereka mengisi survey untuk mengetahui keterikatan tempat berdasarkan faktor fisik dan faktor sosial. Faktor fisik meliputi kebersihan, aroma, pencahayaan alami, pencahayaan buatan, kenyamanan furnitur, musik dan akustik, dekor yang digunakan, dan faktor sosial meliputi keinginan untuk menetap lama, merasakan kesan kepemilikan, kemampuan untuk merasakan teritorialisasi, memiliki perasaan percaya dan menyegani kepada staff, peningkatan produktivitas, keinginan dan kesempatan untuk bersosialisasi dengan orang lain. Kesimpulan yang didapatkan dari segi faktor fisik, desain dalam kafe berhasil menarik pengunjung untuk masuk dan nyaman untuk bekerja dan bersosialisasi dengan orang lain. Untuk segi faktor sosial juga cukup mendukung, namun masih perlu meningkatkan desain agar menjadi stimuli untuk mendorong kegiatan sosialisasi.

Kata kunci : keterikatan tempat, interior kafe, faktor fisik, faktor sosial.

Abstract : In this modern era, after the end of the pandemic, cafes are back as the third space of choice for the majority of urban communities. Offices and homes are no longer a priority as a place to do office tasks or school and campus assignments. The purpose of this study is to see visitors' perceptions of the interior of DeMandailing cafe in West Surabaya whether physical and social factors affect the increase in productivity while working in the cafe. The research method was carried out by means of a case study to 100 people with an age limit of 18-40 years, where they filled out a survey to determine place attachment based on physical factors and social factors. Physical factors include cleanliness aroma, natural lighting, artificial lighting, furniture comfort, music and acoustics, the decor used, and social factors include the desire to stay long, feeling a sense of belonging, the ability to feel territorial, having feelings of trust for staff, increased productivity, the desire and opportunity to socialize with others. The conclusion obtained in terms of physical factors, the design in the cafe succeeds in attracting visitors to enter and is comfortable to work and socialize with others. In terms of social factors, it is also quite supportive, but still needs to improve the design so that it becomes a stimuli to encourage socialization activities.

Keywords : Place attachment, cafe interior, physical factors, social factors.

1. PENDAHULUAN

Di era modern ini, setelah berakhirnya masa pandemi, kafe kembali sebagai ruang ketiga menjadi pilihan mayoritas masyarakat perkotaan. Kantor dan rumah tidak lagi menjadi prioritas sebagai tempat untuk mengerjakan tugas kantor maupun tugas sekolah dan kampus. Sambil menikmati secangkir kopi, suasana berbeda dan informal menjadikan kedekatan dan keterikatan bagi mayoritas orang (Canolli, 2022).

Kafe sendiri datang dari bahasa Perancis *café* yang dapat diterjemahkan sebagai kopi. Kafe termasuk dalam jenis restoran yang fokus utamanya adalah menjual minuman berbahan dasar kopi dan teh, serta makanan ringan seperti kue dan camilan untuk menemani minuman yang tersedia. Keberadaan kafe dapat berdiri sendiri, maupun menjadi pelengkap berbagai bentuk arsitektur dan fasilitas lainnya seperti museum (Lehto, 2022), kampus hingga berbagai objek tematik seperti *underground* seperti ambulan (Bursa, 2022), serta *upcycling kafe* dan *hipster cafe* (Min & Mamat, 2022).

Di Surabaya sendiri sudah banyak orang yang mendirikan kafe. Menurut data dari situs Surabaya.go.id, setidaknya ada 175 kafe yang terdata. Jumlah ini juga semakin meningkat selama pandemi karena banyak orang yang bekerja dari rumah (*Work From Home*) dan mengalami kejenuhan jika bekerja dari rumah. Pada tahun 2020 terdata adanya 31 unit kafe baru yang berdiri, sementara pada tahun 2021 terdapat kenaikan menjadi 33 unit kafe baru di Surabaya.

Alasan kafe bisa meningkat pesat adalah banyaknya orang yang mulai jenuh dengan suasana kerja yang hanya menetap di kantor atau rumah. Kafe menjadi salah satu tempat yang cocok untuk menghilangkan rasa jenuh ini. Kafe menyediakan banyak hal yang dibutuhkan dalam satu tempat; suasana yang nyaman, makanan ringan, akustik yang mendukung, serta minuman untuk menemani pengunjung dalam melakukan pekerjaan mereka.

Menurut (Waxman, 2006; Janice & Gunawan, 2020) beberapa hal yang membuat kafe nyaman adalah faktor fisik dan sosialnya. Secara fisik ada beberapa hal yang merupakan fokus khusus. Kebersihan merupakan salah satu faktor terpenting untuk membangun kafe karena kebanyakan pengunjung akan melihat terlebih dahulu apa tempat yang akan dikunjungi bersih atau tidak, dan menjadi faktor terbesar untuk pengunjung memutuskan apakah akan masuk ke dalam kafe (Suib & Ismail, 2019). Aroma bisa menjadi sesuatu yang membantu menarik pelanggan atau menjauhkan pelanggan tergantung dengan situasi, aroma dari kue yang baru dimasak dan kopi yang baru diseduh bisa membantu menarik perhatian pengunjung untuk menetap. Pencahayaan yang tersedia dalam kafe baik alami maupun buatan juga mempengaruhi pengunjung yang datang, karena kebanyakan pengunjung ingin bekerja secara efisien dan pencahayaan dalam ruang sangat berpengaruh untuk fokus dalam bekerja (Pujianto et al., 2021). Kenyamanan furnitur juga sangat penting karena furnitur yang tidak nyaman untuk ditempati akan mempengaruhi seberapa lama pengunjung akan menetap di dalam kafe dan apakah mereka akan kembali ke kafe untuk bekerja maupun bersantai. Akustik dan musik yang ada di dalam kafe juga mempengaruhi efisien pengunjung yang ingin bekerja, musik yang dimainkan apa sesuai dengan nuansa kafe atau mungkin kafe memiliki tempat yang menggema sehingga mengganggu jika ada banyak orang berbicara di dalam kafe sekaligus (Trisna & Utami, 2020). Terakhir adalah dekor di dalam kafe, dekorasi yang digunakan bisa meningkatkan produktivitas.

Beberapa orang memilih kafe yang dikunjungi berdasarkan kopi yang dibuat, namun ada beberapa individu yang berkunjung karena keterikatan sosial mereka kepada komunitas yang berada di dalam kafe (Michael & Abdul Rahman, 2022). Mengunjungi kafe ini termasuk dalam kegiatan mereka sehari-hari dan akan merasakan sesuatu yang kurang jika tidak mengunjungi tempat kafe tersebut. Keterikatan sosial tersebut bisa memunculkan rasa ingin menetap lama di dalam kafe, menimbulkan rasa memiliki tempat untuk kembali seperti rumah sendiri, memiliki satu tempat duduk tersendiri di dalam kafe yang menjadi

tempat mereka merasa nyaman, mengenal dan memiliki kepercayaan yang tinggi kepada staff yang bekerja, peningkatan produktivitas dalam pekerjaan karena rasa nyaman, dan lebih ingin bersosialisasi dengan orang sekitar karena rasa nyaman menurunkan kewaspadaan kepada orang tidak dikenal.

Desain cafe, menjadi keunikan dan keunggulan untuk memberikan proses keterikatan tersebut (Panjaitan, 2016). Banyak cara yang digunakan mulai dari mencari lokasi dengan pemandangan yang cantik, interior cafe yang cocok untuk dibuat foto, hingga menu yang unik (Lee, 2019). Kenyamanan dalam café juga mendorong keinginan berlama-lama dan juga terjadinya keterikatan tempat (Waxman, 2006).

Sehingga, untuk riset ini dapat dihipotesakan sesuai dengan riset Waxman, terdapat beberapa hal yaitu faktor fisik dan sosial yang berpengaruh pada keterikatan tempat. Faktor fisik terdiri dari kebersihan (Waxman, 2006; Kim & Bachman, 2019), aroma (Waxman, 2006; Xiao et al., 2020; Luca & Botelho, 2020), pencahayaan buatan (Waxman, 2006; Candra et al., 2022), kenyamanan furnitur (Waxman, 2006; Candra et al., 2022), musik dan akustik (Waxman, 2006; Nusairat et al., 2020; Kuusinen, 2021), dan dekor yang digunakan dalam kafe (Waxman, 2006; Nusairat et al., 2020). Faktor sosial terdiri dari keinginan untuk menetap lama, merasakan kesan kepemilikan, kemampuan untuk merasakan teritorialisasi, memiliki perasaan percaya staff, peningkatan produktivitas, dan keinginan dan kesempatan untuk bersosialisasi dengan orang lain selama di dalam kafe. Faktor sosial memberikan pengalaman intangibel pada proses menikmati suasana café. Pengalaman ini dapat mendorong keterikatan tempat (Waxman, 2006; Wu & Chang, 2023). Baik faktor fisik dan sosial dapat diduga berpengaruh pada keterikatan tempat. Di mana lokasi obyek akan menjadi kebaruan dalam konteks penelitian ini.

Penelitian ini akan bermanfaat sebagai landasan teori untuk tulisan selanjutnya sekaligus desain interior kafe. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan pengunjung pada faktor-faktor fisik dan sosial dan keterikatan tempat pada kafe DeMandailing. Pernyataan di atas merupakan problema atau pertanyaan penelitian yang ingin dijawab dalam penelitian ini.

2. KASUS STUDI DAN METODE PENELITIAN

Kebaruan penelitian ini adalah pada obyek yang diteliti yaitu contoh sampel tunggal yaitu Cafe De Mandailing yang terletak di Surabaya Barat. Pemilihan kafe ini sebagai contoh sampel karena kecenderungan orang yang pergi ke kafe lebih banyak berasal dari Surabaya Barat, serta letaknya yang cukup strategis karena dekat dengan hotel, sekolah dan juga universitas.

Penelitian mempergunakan studi kasus bahwa studi kasus adalah investigasi yang menyelidiki fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2017). Studinya menyoroti penggunaan studi kasus pertanyaan penelitian utama adalah pertanyaan "bagaimana" "mengapa", ketika penulis memiliki sedikit atau tidak ada kendali atas peristiwa perilaku dan bahwa penelitian berfokus pada fenomena kontemporer. Dia juga mendefinisikan tiga jenis studi kasus yang digunakan untuk tujuan penelitian: studi kasus penjelasan, studi kasus deskriptif dan studi kasus eksplorasi. Penelitian menggunakan studi kasus karena menurut Yin (2014), karakteristik tersebut penting karena desain dan analisis

studi kasus cenderung menciptakan tantangan terbesar bagi orang yang melakukan studi kasus.

Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada 62 pengunjung Cafe DeMandailing dengan batasan usia 18-40 tahun. Aspek yang menjadi variabel di penelitian ini adalah aspek fisik dan sosial (Waxman, 2006). Indikator fisik sendiri terdiri dari kebersihan, aroma, pencahayaan alami, pencahayaan buatan, kenyamanan furnitur, musik dan akustik, dekor yang digunakan. Indikator sosial sendiri terdiri dari keinginan untuk menetap lama, merasakan kesan kepemilikan, kemampuan untuk merasakan teritorialisasi, memiliki perasaan percaya staff, peningkatan produktivitas, keinginan dan kesempatan untuk bersosialisasi dengan orang lain. Selain itu juga dipergunakan metode observasi dan dokumentasi untuk mendukung kuesioner.

Skala yang dipergunakan adalah skala likert. Skala Likert menggunakan beberapa pertanyaan untuk mengukur jawaban individu dimana terdapat pilihan 5 poin untuk setiap item yaitu; sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

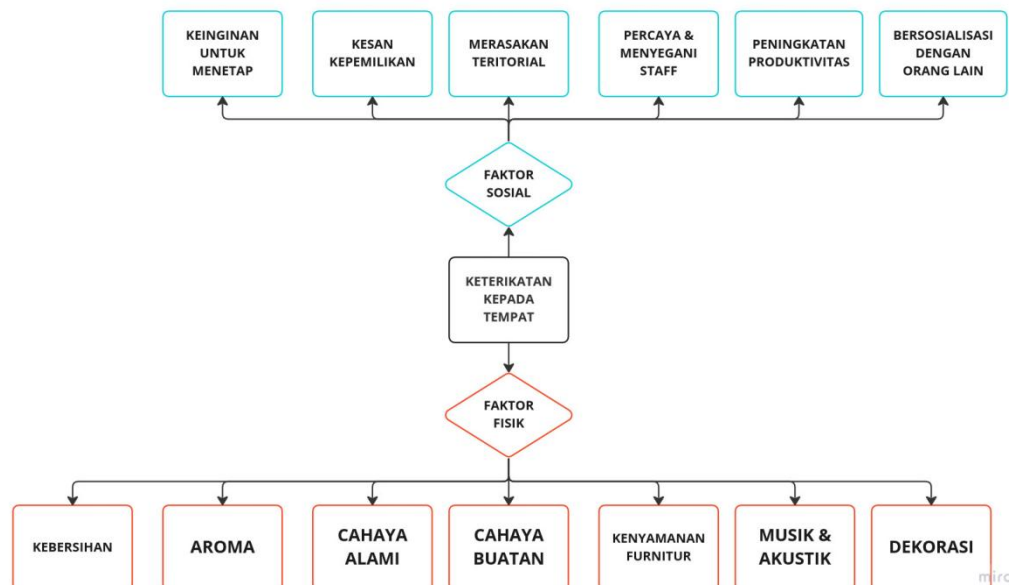


Diagram 1. Skema Faktor Fisik dan Sosial
Sumber: olahan pribadi dari (Waxman, 2006)

3. HASIL DAN TEMUAN

A. Karakteristik Responden

Kuesioner dibagikan kepada 100 pengunjung kafe DeMandailing yang mempunyai batasan umur 18-40 tahun, dimana hasil survey mendapatkan pengunjung kafe kebanyakan berusia 18-24 tahun dengan hasil 32%, diikuti dengan usia 25-31 tahun dengan hasil 38% dan usia 32-40 tahun sebesar 30%. Hasil didapatkan melalui survei lapangan dengan pengunjung yang sedang berada di kafe DeMandailing. Hal ini dapat dilihat pada diagram 2 di bawah ini:

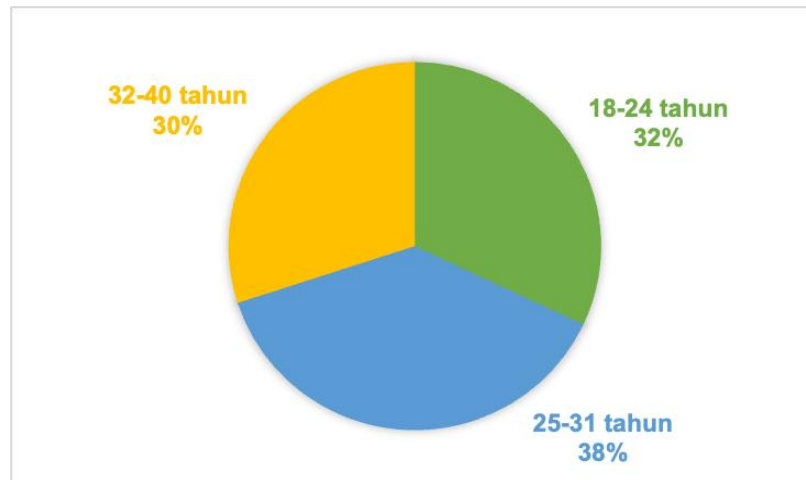


Diagram 2. Usia Responden
Sumber: Olahan Pribadi

B. Faktor Fisik

1) Kebersihan Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan kebersihannya secara dominan 54% cukup baik untuk faktor fisiknya. Kemudian 41% merasa kebersihan kafe tersebut sangat baik. Kondisi tersebut didukung dengan staff yang cepat dalam membersihkan piring dan gelas kotor yang sudah selesai digunakan oleh pengunjung, serta material furnitur yang digunakan menggunakan bahan yang gampang dibersihkan. Hasil penelitian didukung oleh pernyataan Suib & Ismail (2019) yang menunjukkan bahwa desain dan kebersihan kafe berpengaruh sangat signifikan terhadap selera konsumen. Secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 3 di bawah ini:

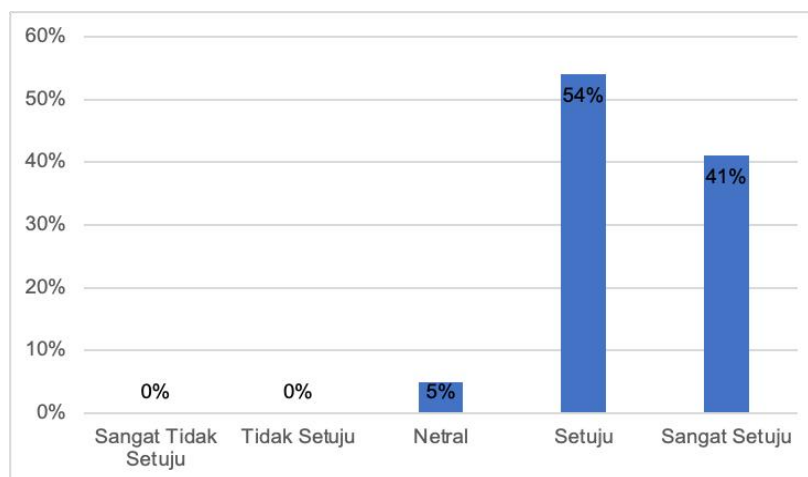


Diagram 3. Kebersihan dalam Kafe
Sumber: Olahan Pribadi

2) Aroma dalam Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan aroma dalam kafe secara dominan 45% cukup baik untuk faktor fisiknya. Kemudian 44% merasa aroma dalam kafe tersebut sangat baik. Kondisi tersebut didukung dengan penempatan area dapur terpisah dengan area pengunjung, dimana pengunjung lebih diarahkan di lantai 2 terutama untuk pengunjung

yang datang bersama teman dan disediakan hanya beberapa duduk di lantai 1. Dan secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 4 di bawah ini:

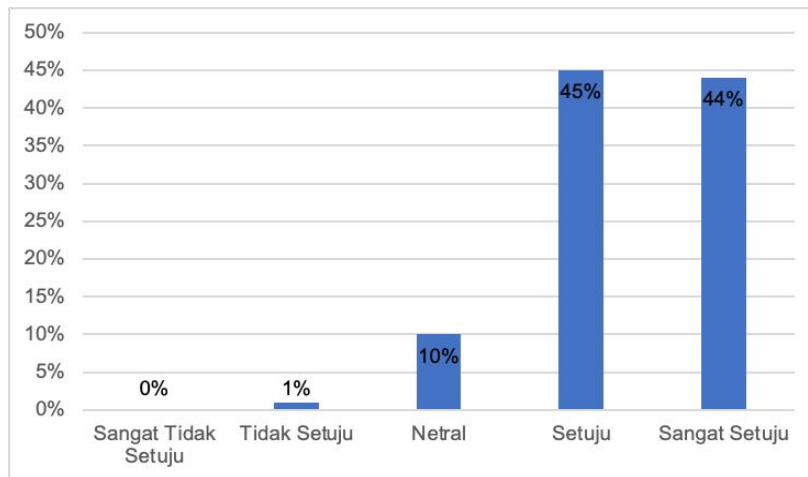


Diagram 4. Aroma dalam Kafe
Sumber: Olahan Pribadi

3) Pencahayaan Alami dalam Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan pencahayaan alami dalam kafe secara dominan 66 % cukup baik untuk faktor fisiknya. Kemudian 21 % merasa pencahayaan alami dalam kafe tersebut sangat baik. Kondisi tersebut didukung dengan adanya jendela besar di lantai 2 dimana area makan pengunjung lebih dominan, dimana menurut Pujiyanto et al. (2021) sinar matahari alami memiliki berbagai manfaat bagi tampilan ruang, kesehatan dan psikologi. Orang yang bekerja dalam cahaya alami lebih santai dan tidak terlalu stres. Hal ini dikarenakan sinar matahari dapat meningkatkan serotonin dalam tubuh manusia, yang merupakan hormon yang berfungsi memberikan rasa nyaman dan senang. Secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 5 di bawah ini:

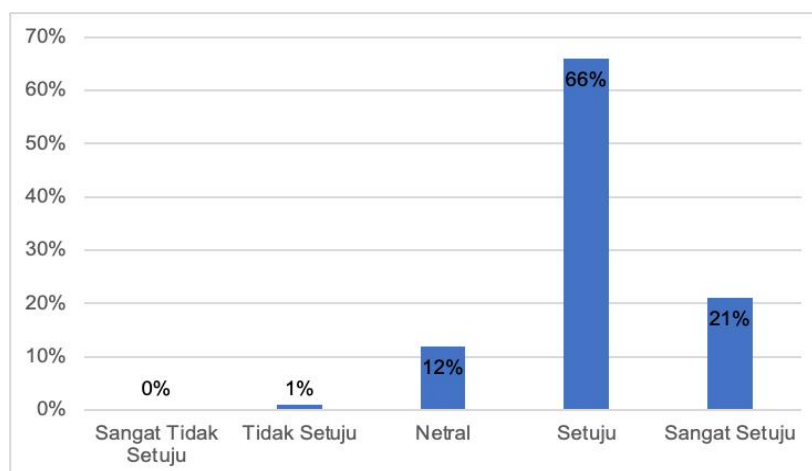


Diagram 5. Pencahayaan Alami dalam Kafe
Sumber: Olahan Pribadi

4) Pencahayaan Buatan dalam Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan pencahayaan buatan dalam kafe secara dominan 65 % cukup baik untuk faktor fisiknya. Kemudian 24 % merasa pencahayaan buatan dalam kafe tersebut sangat baik karena menggunakan lampu kuning yang didukung dengan pernyataan Pujiyanto et al. (2021) dimana pencahayaan buatan pada kafe lebih cocok menggunakan warna warm atau kekuningan. Tipe warna lampu ini dapat memberikan suasana hangat, nyaman serta lembut dari pancaran cahayanya sehingga cocok untuk keperluan bersosialisasi dan bekerja pada kafe. Dan secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 6 di bawah ini:

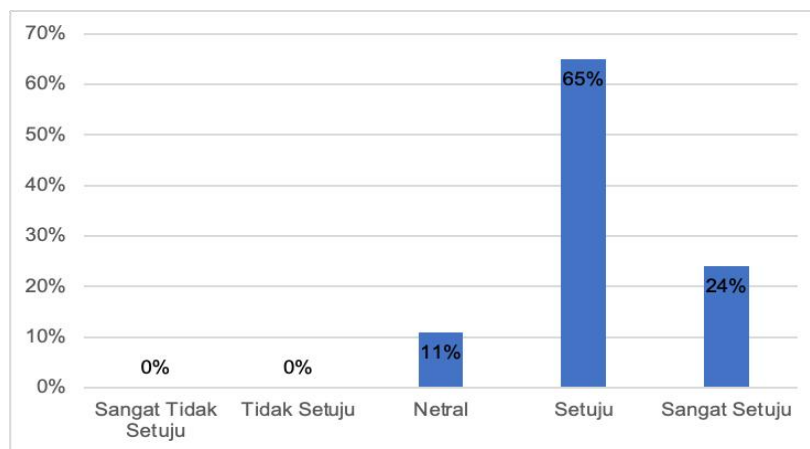


Diagram 6. Pencahayaan Buatan dalam Kafe

Sumber: Olahan Pribadi

5) Kenyamanan Furnitur yang Disediakan dalam Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan kenyamanan furnitur dalam kafe secara dominan 50 % cukup baik untuk faktor fisiknya. Kemudian 37 % merasa kenyamanan furnitur dalam kafe tersebut sangat baik. Kondisi tersebut didukung dengan model dan bahan yang digunakan di dalam kafe cocok untuk bersantai maupun fokus terhadap pekerjaan, dimana banyak pengunjung yang lebih memilih untuk duduk di sofa lantai 2 karena lebih nyaman, dan secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 7 di bawah ini.

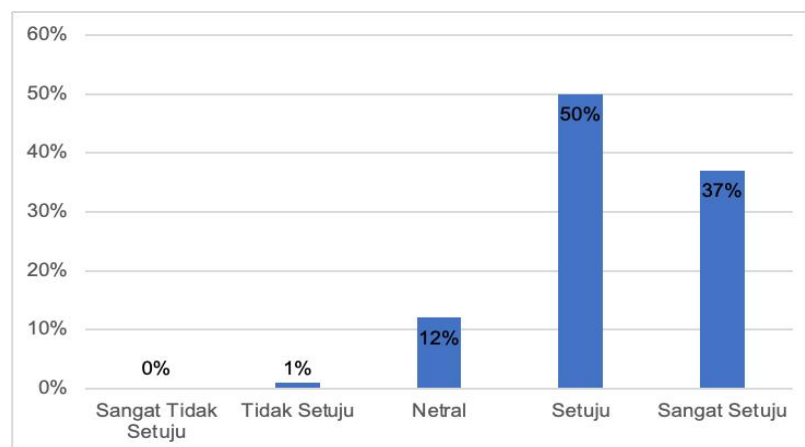


Diagram 7. Kenyamanan Furnitur yang Disediakan dalam Kafe

Sumber: Olahan Pribadi

6) Musik dan Akustik dalam Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan musik dan akustik dalam kafe secara dominan 50 % cukup baik untuk faktor fisiknya. Kemudian 23 % merasa musik dan akustik dalam kafe tersebut sangat baik dan netral. Berdasarkan Trisna & Utami (2020) indoor ambience dapat menjadi faktor penentu sebagai penunjang performa dan kenyamanan kerja. Kondisi tersebut didukung dengan adanya musik yang dimainkan dalam kafe dalam volume yang tidak terlalu keras sehingga bisa dibuat sebagai background noise tetapi masih bisa didengar untuk orang yang ingin menikmati musik. Dan secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 8 di bawah ini:

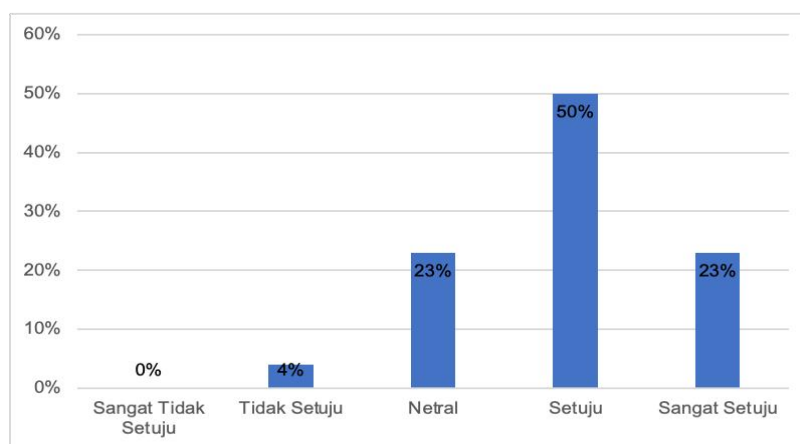


Diagram 8. Musik dan Akustik dalam Kafe
Sumber: Olahan Pribadi

7) Dekor yang Digunakan dalam Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan dekor dalam kafe secara dominan 48 % cukup baik untuk faktor fisiknya. Kemudian 34 % merasa dekor dalam kafe tersebut sangat baik. Kondisi tersebut didukung dengan adanya banyaknya hiasan bernuansa tanaman; secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 9 di bawah ini:

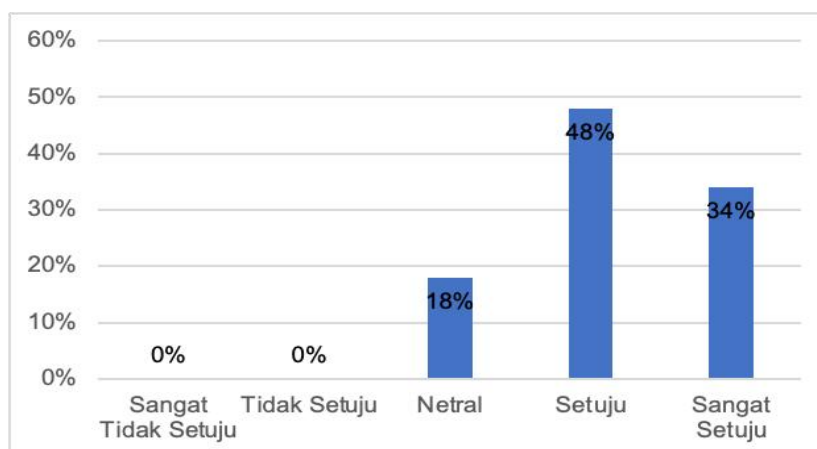


Diagram 9. Dekor yang Digunakan dalam Kafe
Sumber: Olahan Pribadi

C. Faktor Sosial

1) Keinginan untuk Menetap Lama di dalam Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan keinginan untuk menetap dalam kafe secara dominan 49 % setuju untuk faktor sosialnya. Kemudian 31 % sangat setuju akan persepsi keinginan untuk menetap lama dalam kafe. Secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 10 di bawah ini:

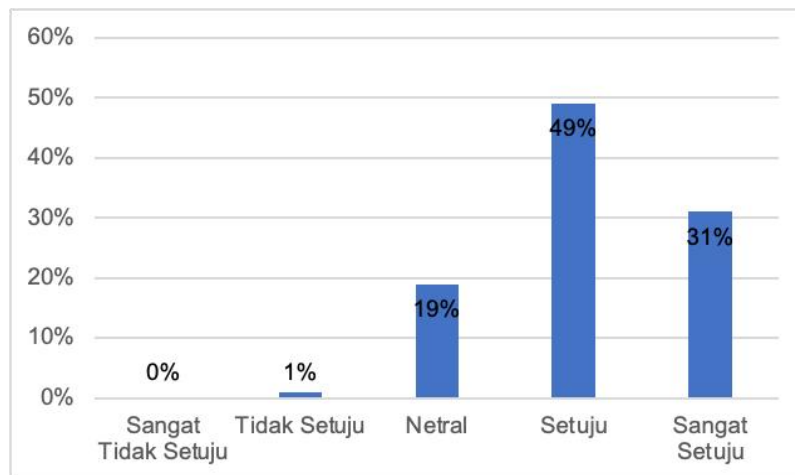


Diagram 10. Keinginan untuk Menetap Lama di dalam Kafe
Sumber: Olahan Pribadi

2) Merasakan Kesan Kepemilikan di dalam Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan merasakan kesan kepemilikan dalam kafe secara dominan 42% setuju untuk faktor sosialnya. Kemudian 28% netral akan persepsi merasakan kesan kepemilikan dalam kafe. Secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 11 di bawah ini:

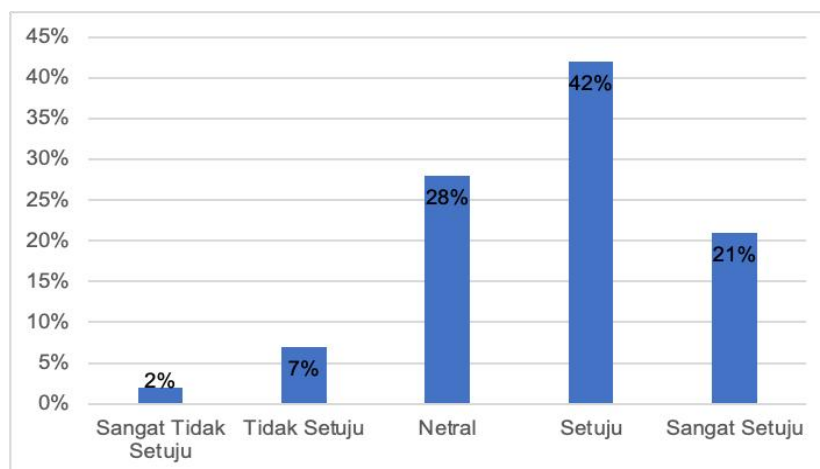


Diagram 11. Merasakan Kesan Kepemilikan di dalam Kafe
Sumber: Olahan Pribadi

3) Kemampuan untuk Merasakan Teritorialisasi dalam Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan kemampuan untuk merasakan teritorialisasi dalam kafe secara dominan 41 % setuju untuk faktor sosialnya. Kemudian 30 % netral akan persepsi keinginan untuk menetap lama dalam kafe. Secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 12 di bawah ini:

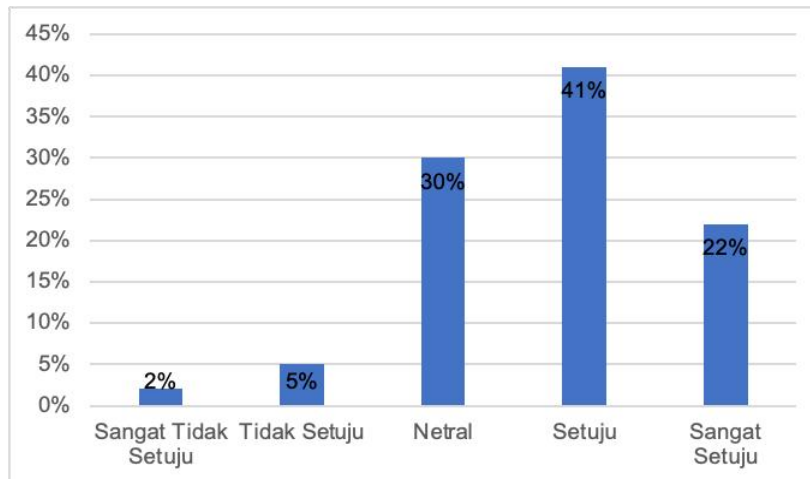


Diagram 12. Kemampuan untuk Merasakan Teritorialisasi di dalam Kafe
Sumber: Olahan Pribadi

4) Memiliki Perasaan Percaya dan Menyegani kepada Staff Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan memiliki perasaan percaya dan menyegani staff dalam kafe secara dominan 49 % setuju untuk faktor sosialnya. Kemudian 25 % netral akan persepsi memiliki perasaan percaya dan menyegani dalam kafe. Secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 13 di bawah ini:

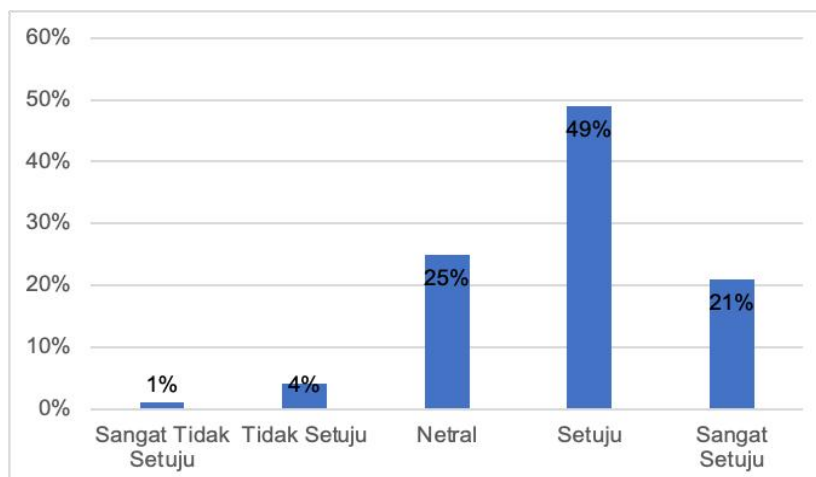


Diagram 13. Memiliki Perasaan Percaya dan Menyegani kepada Staff Kafe
Sumber: Olahan Pribadi

5) Terdapat Peningkatan Produktivitas Saat Berada di kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan terdapat peningkatan produktivitas dalam kafe secara dominan 52 % setuju untuk faktor sosialnya. Kemudian 22 % netral akan persepsi terdapat peningkatan produktivitas dalam kafe. Secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 14 di bawah ini:

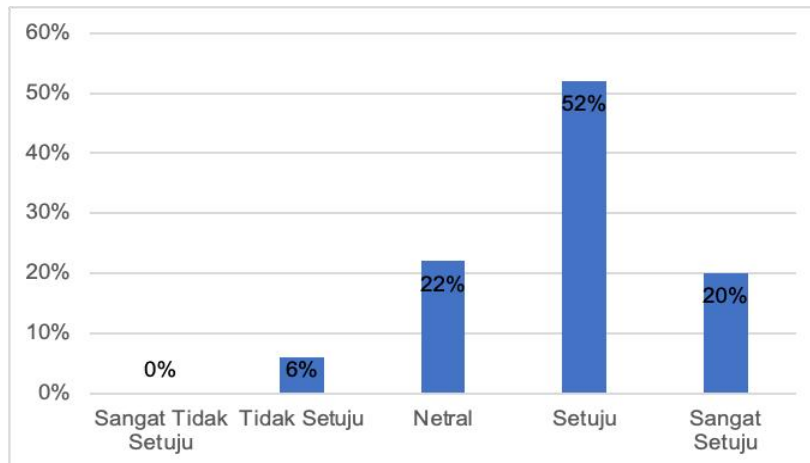


Diagram 14. Terdapat Peningkatan Produktivitas Saat Berada di Kafe
Sumber: Olahan Pribadi

6) Keinginan dan Kesempatan untuk Bersosialisasi dengan Orang Lain Bertambah Saat Berada di Kafe

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, dipersepsikan keinginan untuk bersosialisasi dengan orang lain dalam kafe secara dominan 42 % setuju untuk faktor sosialnya. Kemudian 22 % netral akan persepsi keinginan untuk bersosialisasi dengan orang lain dalam kafe. Secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 15 di bawah ini:

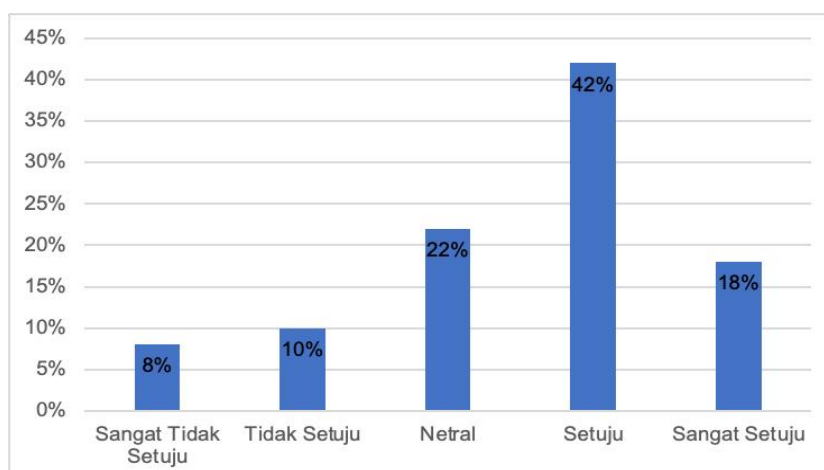


Diagram 15. Keinginan dan Kesempatan untuk Bersosialisasi dengan Orang Lain Bertambah Saat Berada di Kafe
Sumber: Olahan Pribadi.

D. Keterikatan Tempat

1) Desain Kafe Menaikkan Minat untuk Beraktivitas Lebih Lama

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, desain kafe menaikkan minat untuk beraktivitas lebih lama dipersepsikan secara dominan 46 % setuju untuk keterikatan tempat. Kemudian 32 % sangat setuju akan persepsi desain kafe menaikkan minat untuk beraktivitas lebih lama. Secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 16 di bawah ini:

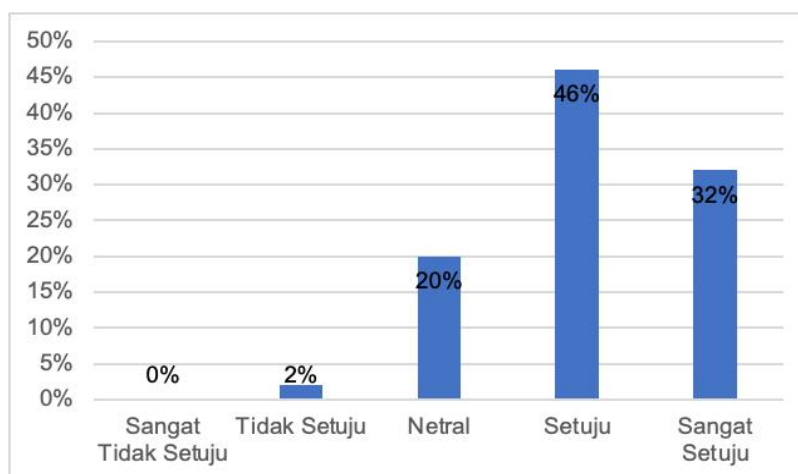


Diagram 16. Desain Kafe Menaikkan Minat untuk Beraktivitas Lebih Lama
Sumber: Olahan Pribadi

2) Keinginan untuk Datang ke Kafe Lagi

Kafe ini, sesuai persepsi pengunjung, keinginan untuk datang ke kafe lagi dipersepsikan secara dominan 47 % setuju untuk keterikatan tempat. Kemudian 42 % sangat setuju akan persepsi keinginan untuk datang ke kafe lagi. Secara lebih detail dapat dilihat pada diagram 17 di bawah ini:

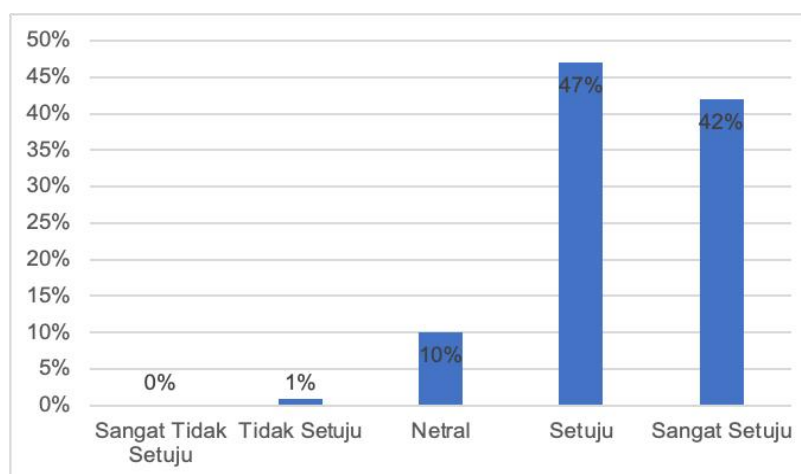


Diagram 17. Keinginan untuk Datang ke Kafe Lagi
Sumber: Olahan Pribadi

4. DISKUSI/PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Dari data yang telah diperoleh, pengunjung kafe DeMandailing rata-rata berusia 26 tahun dengan pengunjung terbanyak berusia 24 tahun. Pengunjung yang ada pada kafe DeMandailing banyak yang menilai atmosfer dari kafe sangat baik.



Gambar 1. Foto Keberagaman Pengunjung.
Sumber: Dokumen Pribadi.

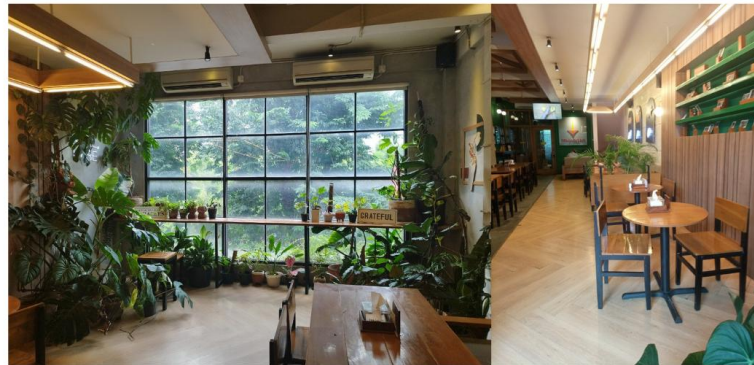
B. Faktor Fisik

Dari data yang diperoleh, pengunjung kafe DeMandailing rata-rata cukup setuju bahwa kualitas faktor fisik dalam kafe membuat mereka lebih tertarik untuk menetap lama di dalam kafe dan menjadikan kafe sebagai third space untuk mengerjakan tugas mereka dan masyarakat untuk bersosialisasi. Temuan-temuan ini pada dasarnya mendukung temuan terdahulu oleh (Waxman, 2006)

Kebersihan dalam kafe berdasarkan data yang diperoleh cukup bagus, dapat disimpulkan dari hasil data bahwa staff yang bekerja termasuk cepat dalam membersihkan meja yang kotor sehingga pengunjung lain tidak merasa terganggu dan meja dapat digunakan oleh pengunjung selanjutnya secepat mungkin tanpa harus menunggu. Kebersihan memang memberikan dampak pada kenyamanan pengunjung dan hal ini ditemukan pula oleh (Kim & Bachman, 2019).

Aroma dalam kafe untuk lantai 2 lebih cenderung beraroma parfum ruangan karena jauh dari area kitchen dan bar. Untuk lantai 1 masih bisa mencium bau kopi yang diseduh karena dekat dengan bar. Aroma dapat mempengaruhi kenyamanan dan perasaan yang menyenangkan dalam café, sehingga dapat mempengaruhi perilaku, hal ini sejalan dengan penelitian (Xiao et al., 2020; Luca & Botelho, 2020).

Pencahayaan alami bisa masuk dengan baik ke dalam kafe karena kafe memiliki jendela yang luas di lantai dua dan menggunakan jendela dan pintu kaca untuk lantai 1. Pencahayaan buatan dalam kafe menggunakan lampu berwarna kekuningan dengan beberapa hiasan lampu LED. Pencahayaan dapat membuat suasana lebih nyaman dan memberikan pengalaman yang memorable (Souki et al., 2022).



Gambar 2. Foto Pencahayaan Alami (Kiri) dan Buatan dalam Kafe (Kanan).
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Di lantai dua, terdapat tiga sofa panjang dimana per area sofa terdapat dua meja persegi panjang dan satu meja bulat yang bisa digunakan untuk pengunjung yang pergi bersama teman dan kerabat. Selain itu juga disediakan dua meja bulat untuk pengunjung yang ingin duduk sendirian atau berdua. Selain itu juga disediakan beberapa meja bulat kecil di lantai 1 dan satu meja persegi panjang. Untuk kenyamanan furnitur berdasarkan hasil data cukup bagus, karena terdapat dua bahan dalam pemilihan furnitur yang menyesuaikan kebutuhan pengunjung. Pemilihan furnitur berpengaruh pada kenyamanan dalam ruang (Candra et al., 2022).

Musik yang sering dimainkan dalam kafe lebih ke arah lagu inggris pop yang sedang populer di media sosial. Musik memang memberikan pengaruh pada pengunjung pada ruang komersial (Choo et al., 2021; Kuusinen, 2021) Dekorasi di dalam kafe bernuansa natural dengan banyak hiasan tanaman, berwarna earth tone dan menggunakan kayu sebagai material utama, yang dapat membantu meningkatkan produktivitas. Dekorasi dan desain memberikan dampak estetika secara visual ke dalam restoran dan berpengaruh pada perilaku konsumennya (Nusairat et al., 2020).

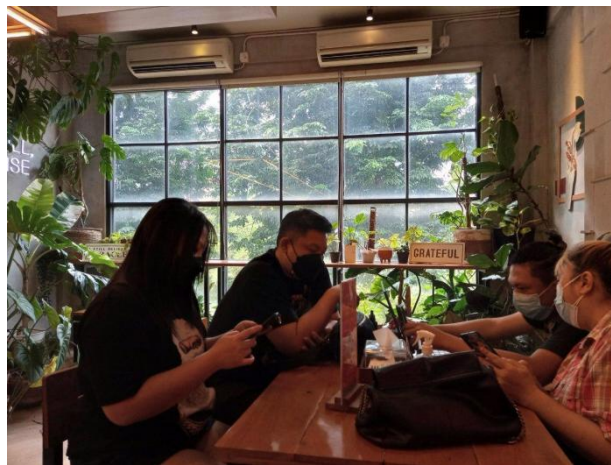


Gambar 3. Hiasan di dalam Kafe Bernuansa Alami
Sumber : Dokumentasi Pribadi

C. Faktor Sosial

Dari data yang diperoleh, pengunjung kafe DeMandailing rata-rata memilih netral untuk faktor sosial dalam kafe. Faktor sosial yang ditemukan memang dapat mempengaruhi

keterikatan tempat (Wu & Chang, 2021). Hal ini didukung dengan pernyataan (Waxman, 2006) terhadap orang memilih kafe karena keterikatan terhadap komunitas di kafe. Keinginan untuk menetap lama, merasakan kepemilikan, merasakan teritorialitas (Yu et al., 2021), memiliki perasaan percaya pada staff, terdapat peningkatan produktivitas dinilai cukup baik. Namun desain tidak mendorong sosialisasi dengan orang lain. Pengunjung pergi mengunjungi kafe untuk bekerja atau sekedar bertemu dengan teman atau kerabat, namun untuk hal berinteraksi sesama pengunjung maka, pengunjung lebih memilih untuk tidak berinteraksi. Pengunjung lebih senang untuk menggunakan fasilitas di dalam kafe untuk mengerjakan tugas mereka daripada berinteraksi dengan orang yang mereka tidak kenal.



Gambar 4: Foto Pengunjung Kafe

Beberapa peningkatan yang dapat dirancang adalah memberikan pemisah secara transparan di area zona makan dan mengadakan event-event khusus. Faktor-faktor sosial yang ditemukan mendukung riset (Waxman, 2006), kecuali untuk keinginan bersosialisasi dengan pengunjung lain. Pengunjung memilih bersosialisasi dengan kelompoknya sendiri.

D. Keterikatan Tempat

Dari data yang diperoleh, pengunjung kafe DeMandailing rata-rata sangat setuju bahwa mereka memiliki keterikatan dengan kafe yang membuat mereka mau untuk berkunjung kembali ke kafe karena adanya peningkatan minat untuk beraktivitas. Temuan ini juga mendukung riset (Waxman, 2006; Wu & Chang, 2023).

E. Implikasi Desain

Demikian temuan-temuan di atas, dapat memberikan simpulan untuk desain interior café secara umum dan dapat diterapkan; antara lain dapat dicermat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Implikasi Desain dan Manajerial

Faktor Fisik	Saran Desain
Kebersihan	Menggunakan material interior yang mudah untuk perawatannya dan tidak berpori besar. Sedikit mempergunakan aksesoris.

Faktor Fisik	Saran Desain
Aroma	<p>Pengaturan alur sirkulasi agar mempermudah pekerja untuk membersihkan tempat lebih cepat. Memisahkan merokok agar bau asap tidak mengganggu pengunjung.</p> <p>Memperhatikan ventilasi di area merokok, toilet dan dapur</p>
Pencahayaan Alami	<p>Aroma kopi menjadi aroma yang disukai. Penguatan aroma ruangan dengan kopi alami merupakan daya tarik kafe. Memberikan banyak bukaan seperti jendela besar di area yang sering terkena sinar matahari,</p>
Pencahayaan Buatan	<p>Memberikan shading seperti dekorasi tanaman di jendela jika sinar matahari yang masuk terlalu banyak dan mengganggu kenyamanan pengunjung, sehingga pengunjung tetap dapat mendapatkan cahaya alami tanpa merasa terganggu dengan glare dari sinar yang masuk. Memberikan cahaya artifisial sebagai bantuan pencahayaan terutama pada daerah yang kurang sinar matahari.</p>
Kenyamanan Furnitur	<p>Menggunakan lampu berwarna warm atau kekuningan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung dalam kafe Kenyamanan furnitur di bagian material dan ergonomi meja dan kursi harus diperhatikan.</p>
Musik & Akustik	<p>Memberikan speaker di area pengunjung sebagai indoor ambience untuk menunjang kenyamanan dengan volume yang tidak terlalu keras.</p>
Dekorasi	<p>Memberikan peredam suara kepada area yang menggemakan agar suara musik dari speaker dan suara orang yang berbicara tidak mengganggu pengunjung lain. Menggunakan dekorasi yang sesuai dengan tema yang dipilih untuk ambience kafe. Memberikan dekorasi tanaman alami untuk meningkatkan kenyamanan visual pengunjung.</p>

Tabel 2. Faktor Sosial dan Saran Manajerial

Faktor Sosial	Saran Manajerial
Keinginan untuk menetap lama	Memberikan fasilitas yang lengkap untuk kebutuhan bekerja dan bersantai seperti ruang merokok terpisah, toilet, furnitur yang nyaman, wi-fi, outlet listrik yang banyak dan dekat dengan tempat duduk, temperature yang nyaman.

Faktor Sosial	Saran Manajerial
Merasakan kesan kepemilikan	Ada privacy melalui jarak, elemen interior dan konfigurasi yang mendukung.
Kemampuan untuk merasakan teritorialisasi	
Memiliki perasaan percaya pada staff	Budaya ramah pada café, penggunaan nama panggilan, seragam staff, keramahan staff dan pelayanan yang baik.
Peningkatan produktivitas	Menggunakan pencahayaan alami dan tanaman sebagai dekorasi untuk meningkatkan produktivitas dan kenyamanan pengunjung. Memberikan banyak bukaan agar sinar matahari bisa masuk ke dalam kafe dan memberikan lampu warna kekuningan untuk area yang tidak bisa dijangkau sinar matahari.
Keinginan dan kesempatan untuk bersosialisasi	Melengkapi sarana fisik lainnya yang memberikan kenyamanan Memberikan banyak tempat duduk yang bisa digunakan untuk orang banyak untuk mendukung pengunjung yang datang untuk bersosialisasi dengan seting kelompok, juga diperhatikan musik, pencahayaan dan elemen suasana yang mendukung.

5. KESIMPULAN

Dalam segi faktor fisik (kebersihan, aroma, pencahayaan alami, pencahayaan buatan, kenyamanan furnitur, musik dan akustik, dekorasi) desain dalam kafe berhasil menarik pengunjung untuk masuk dan membuat mereka nyaman untuk bekerja maupun bersosialisasi dengan orang lain. Namun untuk segi faktor sosial (keinginan untuk menetap lama, merasakan kepemilikan, merasakan teritorialitas, memiliki perasaan percaya pada staff, terdapat peningkatan produktivitas), cukup membuat tertarik pengunjung. Namun demikian masih perlu untuk dapat meningkatkan desain yang dapat mendorong para pengunjung untuk bersosialisasi.

Saran penelitian ke depan, penelitian dapat diperluas dengan beberapa objek lain atau responden yang berbeda segmen. Eksplorasi lebih lanjut dapat dicoba dengan metode kualitatif lebih dalam, atau *mixed method*.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Bursa, N. (2022). Mobile Grounds: from Ambulant Café to Take Away Coffee. *Dublin Gastronomy Symposium*, 1(1), 63–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.21427/28ca-xc54>
- Candra, S., Pandean, E. T., Harisson, J., & Sutanto, S. (2022). The Impact of Sensory Experience on the Buying Behavior of Coffee Shop Visitors in Indonesia. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 34(2), 214–234. <https://doi.org/10.1080/08974438.2022.2043980>

- Canolli, A. (2022). ‘All They Do Is Drink Coffee.’ Notes on Café Culture in Prishtina, Kosova. *Folk Life*, 60(1), 4–18. <https://doi.org/10.1080/04308778.2022.2043645>
- Choo, B. J. K., Cheok, T. S., Gunasegaran, D., Wan, K. S., Quek, Y. S., Tan, C. S. L., Quek, B. K., & Gan, S. K. E. (2021). The Sound of Music on The Pocket: A Study of Background Music in Retail. *Psychology of Music*, 49(5), 1381–1400. <https://doi.org/10.1177/0305735620958472>
- Janice, & Gunawan, T. (2020). Sense of Place in the Atmosphere Resort Cafe as Oase in City Center of Bandung Jl. Lengkong Besar. *Jurnal RISA (Riset Arsitektur)*, 04(01), 66–80. <https://doi.org/10.26593/risa.v4i1.3687.66-80>
- Kim, H., & Bachman, J. R. (2019). Examining Customer Perceptions of Restaurant Restroom Cleanliness and Their Impact on Satisfaction and Intent to Return. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(2), 191–208. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1596002>
- Kuusinen, L. (2021). *The Influence of Background Music on Consumer Buying Behavior in A Casual Dining Restaurant*. Bachelor’s Thesis. Haaga-Helia University of Applied Sciences.
- Lee, S. (2019). The Current Issues of Cafe Trend in Malaysia. *Culinary Science & Hospitality Research*, 25(9), 59–66. <https://doi.org/10.20878/cshr.2019.25.9.008>
- Lehto, N. (2022). *Sara Hildèn Art Museum: Experiential Store Cum Café* [Bachelor’s Thesis. LAB University of Applied Sciences]. <https://www.theseus.fi/handle/10024/747777>
- Luca, R. De, & Botelho, D. (2020). Olfactory Priming on Consumer Categorization, Recall, and Choice. *Psychology and Marketing*, 37(8), 1101–1117. <https://doi.org/10.1002/mar.21342>
- Michael, & Abdul Rahman. (2022). Kafe dan Gaya Hidup: Studi pada Pengunjung Kafe di Wilayah Barombong Kota Makassar. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(10), 3796–3806. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i10.1548>
- Min, C. J., & Mamat, M. J. (2022). Upcycling and The Hipster Cafe: A Case Study in Penang. *International Journal of Engineering, Management and Humanities (IJEMH)*, 2(6), 78–86.
- Nusairat, N. M., Hammouri, Q., Al-Ghadir, H., Ahmad, A. M. K., & Eid, M. A. H. (2020). The Effect of Design of Restaurant on Customer Behavioral Intentions. *Management Science Letters*, 10(9), 1929–1938. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.021>
- Panjaitan, S. W. (2016). Analisa Konsep Desain Interior terhadap Segmentasi Pada Pengunjung Sebuah Kafe. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 2(1), 23–34. <https://doi.org/10.22303/proporsi.2.1.2016.23-34>
- Pujianto, T. R., Vallery, V., & Soetanto, C. (2021). Perancangan Kafe di Era New Normal. In M. Sa’id & R. D. Noorizki (Eds.), *Prosiding Seminar Nasional Psikologi Dan Ilmu Humaniora (SENAPIH)* (Issue April, pp. 251–262). Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Malang.

- Souki, G. Q., Oliveira, A. S. de, Guerreiro, M. M. M., Mendes, J. da C., & Moura, L. R. C. (2022). Do Memorable Restaurant Experiences Affect Ewom? The Moderating Effect of Consumers' Behavioural Engagement on Social Networking Sites. *The TQM Journal, ahead-of-p*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2022-0200>
- Suib, S., & Ismail, S. (2019). Marketing Environment Analysis: Café Facilities Element Effects on Café's Consumer Behaviour in Selangor, Malaysia. *The Journal of Social Sciences Research, 5*(58), 1256–1264. <https://doi.org/10.32861/jssr.58.1256.1264>
- Trisna, N. M. S. W., & Utami, N. K. Y. (2020). Remote Working Phenomenon in Cafe: an Ambient Environment Study. In A. da C. Soares, A. Brook, N. K. Y. Utami, A. A. N. B. K. Yudha, N. W. A. Utami, D. G. Putra, P. S. T. Dewi, & D. G. Purwita (Eds.), *International Proceeding Conference on Multimedia, Architecture & Design (IMADe)* (Vol. 1, Issue October, pp. 110–118). Bali Institute of Design and Business.
- Waxman, L. (2006). The Coffee Shop: Social and Physical factors Influencing Place Attachment. *Interior Design, 31*(3), 35–53. <https://doi.org/10.1111/j.1939-1668.2006.tb00530.x>
- Wu, H.-C., & Chang, Y.-Y. (2021). Café Attachment, Experiential Relationship Quality, and Experiential Outcomes. *Journal of Foodservice Business Research, 26*(1), 27048. <https://doi.org/10.1080/15378020.2021.1970501>
- Wu, H.-C., & Chang, Y.-Y. (2023). Café Attachment, Experiential Relationship Quality and Experiential Outcomes. *Journal of Foodservice Business Research, 26*(1), 27–48. <https://doi.org/10.1080/15378020.2021.1970501>
- Xiao, J., Tait, M., & Kang, J. (2020). Understanding Smellscapes: Sense-Making of Smell-Triggered Emotions in Place. *Emotion, Space and Society, 37*(November), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2020.100710>
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research Design and Methods* (5th ed.). London: SAGE Publications, Inc.
- Yin, R. K. (2017). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Singapore: SAGE Publication, Inc.
- Yu, Z., Ju, X., Bai, L., & Gong, S. (2021). Consumer's Over-Ordering Behavior at Restaurant: Understanding The Important Roles of Interventions from Waiter and Ordering Habits. *Appetite, 160*(June), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.105092>