

Faktor Dominan yang Mempengaruhi Kebetahan di Kafe: Motivasi dan Preferensi Gender

Nisa Farasa⁽¹⁾, Hanson E. Kusuma⁽²⁾

⁽¹⁾Program Studi Magister Arsitektur, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK), ITB

⁽²⁾Kelompok Keilmuan Perancangan Arsitektur, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK), ITB

Abstrak

Kebetahan merupakan hal yang dianggap penting dalam perancangan arsitektur karena kebetahan sebagai salah satu respon psikologis manusia terhadap lingkungannya. Kafe merupakan salah satu tempat tujuan paling diminati masyarakat untuk menghabiskan waktu luang sehingga tidak heran para pemilik kafe berlomba-lomba untuk menarik perhatian pengunjung dengan membuat pengunjung merasa betah dan nyaman berada di dalam kafe. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kebetahan seseorang di kafe berdasarkan motivasi pada perbedaan gender. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat eksploratif dan eksplanatori. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survei *online* yang dibagikan secara *convenient sampling (snowball-non-random-sampling)*. Dari hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan analisis distribusi, faktor analisis, dan anova ditemukan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi kebetahan di kafe pada pria adalah kegiatan *meeting* yang meliputi kegiatan bertemu rekan kerja, bertemu klien, *lobbying*, menonton acara musik, dan berdiskusi. Sedangkan pada wanita yaitu motivasi eksplorasi yang meliputi kegiatan seperti mencoba menu, berfoto-foto, mencoba kafe baru, dan berinteraksi dengan keluarga.

Kata-kunci : Kebetahan, Faktor, Kafe, Motivasi, Preferensi

Pengantar

Kebetahan merupakan hal yang dianggap penting sebagai salah satu respon psikologis manusia terhadap lingkungannya yang dapat dikaji lebih lanjut sebagai kriteria dalam perancangan baik itu pada hunian, kafe/ restoran, rumah sakit, dan bangunan lainnya. Namun, penelitian mengenai kebetahan dalam ranah arsitektur masih sangat jarang dilakukan di Indonesia. Dalam penelitian-penelitian lainnya kebetahan seseorang pada suatu tempat sering digambarkan dengan kata kelekatan pada tempat atau disebut juga *place attachment*. Kebetahan pada dasarnya mengacu pada terbentuknya ikatan batin seseorang dengan suatu tempat, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Pada penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai kebetahan seseorang berada di sebuah kafe. Kafe menjadi salah satu tempat tu-

juan paling diminati masyarakat untuk menghabiskan waktu luang sehingga tidak heran jika para pemilik kafe berlomba-lomba untuk menarik perhatian pengunjung dengan memberikan pelayanan agar kegiatan pengunjung selama berada di kafe terfasilitasi dengan baik. Tidak hanya itu, maraknya kegiatan fotografi dan sosial media yang diminati masyarakat memotivasi masyarakat untuk mengunggah dengan mudah foto bangunan yang mereka datangi atau sekedar berbagi *moment*. Sehingga tak jarang kini banyak ditemukan kafe - kafe dengan konsep unik yang tentu menyediakan *spot-spot* menarik bagi pengunjung untuk berfoto.

Pada artikel sebelumnya yang dituliskan oleh Purwantini (1988) mengenai kebetahan pada rumah susun, ia mendefinisikan kebetahan sebagai pencerminan dari kondisi psikologis penghuni, karena sudah merasa senang di suatu tempat yang dicerminkan melalui lama tinggal,

rencana penghunian, dan kepuasan penghunian. Sedangkan makna kebetahan yang ditulis oleh Indra (2001) saat melakukan evaluasi paskahuni pada rumah susun sederhana Kota Bandar Baru Kemayoran digambarkan kebetahan sebagai perasaan senang manusia yang menghuni suatu tempat yang dalam hal ini adalah rumah susun dan dilihat dari waktu yang dihabiskan pada suatu tempat, lama tinggal, dan tidak adanya keinginan untuk pindah. Rachman & Kusuma (2014) mencoba mendefinisikan makna kebetahan itu sendiri dalam ranah arsitektur: kebetahan merupakan kondisi psikologis manusia merasa nyaman dan puas pada suatu tempat sehingga senang untuk tinggal berlama-lama pada tempat tersebut. Nyaman dalam hal ini terkait faktor fisik dan non-fisik tempat. Sehingga Farasa & Kusuma (2015) yang pernah membahas mengenai kebetahan berada di sebuah kafe menarik kesimpulan bahwa kebetahan seseorang berada di sebuah kafe merupakan suatu kondisi psikologis seseorang karena merasa nyaman, senang, dan puas dengan segala suasana dan fasilitas yang ada sehingga seseorang tanpa sadar telah menghabiskan waktunya lama di kafe tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor yang paling dominan dari faktor-faktor yang pernah diteliti sebelumnya yang mempengaruhi kebetahan seseorang berada di dalam sebuah kafe menurut perbedaan gender dan motivasi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai dasar bagi pemilik kafe dalam mempertimbangkan elemen-elemen pendukung dalam merencanakan dan merancang kafe yang dapat memberikan kebetahan bagi pengunjung yang datang.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat eksploratif dan juga eksplanatori (Creswell, 2008; Groat & Wang, 2002). Di dalam penelitian ini akan diungkapkan faktor yang paling dominan dari faktor-faktor kebetahan di kafe yang pernah diungkap pada penelitian sebelumnya.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan lewat metode survei *online* dalam bentuk kuesioner yang dibagikan dengan cara *convenient sampling / non random sampling (snowball-non-random-sampling)* (Kumar, 2005) kepada dewasa muda dari berbagai kota di Indonesia melalui media sosial. Dewasa muda yang diminta menjadi responden juga diminta untuk menyebarkan kuesioner *online* kepada teman-temannya yang lain.

Pertanyaan kuesioner *online* disusun tertutup (*close-ended*) dengan jawaban yang disusun menggunakan metode *semantic-differential (SD-method)*. Data yang terkumpul merupakan data numerik yang selanjutnya dianalisis secara kuantitatif.

Kuesioner *online* disebar pada hari Kamis, 22 Oktober 2015 dan berakhir pada hari Senin, 26 Oktober 2015. Total responden yang mengisi kuesioner berjumlah 111 responden 51 orang (45,9%) berjenis kelamin laki dan 60 orang (54,1%) berjenis kelamin perempuan. (Dapat dilihat pada diagram 1). Rata-rata usia responden yang didapat sekitar 17 tahun sampai 40 tahun. Pekerjaan dibagi berdasarkan pelajar, pegawai, wiraswasta, dan yang lainnya. Responden terbanyak didapat dari mahasiswa/pelajar yaitu sebanyak 74 orang (66,7%). (Dapat dilihat pada diagram 1).

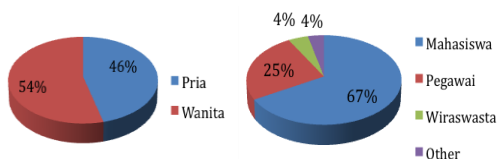


Diagram 1. Pie-chart (kiri) Karakteristik Jenis Kelamin dan (kanan) Pekerjaan Responden

Jenjang pendidikan responden bervariasi dari program diploma hingga master. Namun garis besar jenjang pendidikan yaitu sarjana (80 orang atau 72,1%). (Dapat dilihat pada diagram 2).

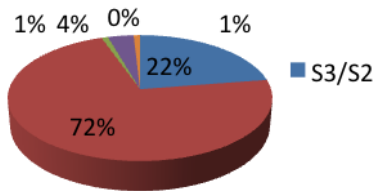


Diagram 2. Pie-chart Jenjang Pendidikan Responden

Metode Analisis Data

Responden diminta mengevaluasi kafe yang sering mereka datangi dan mengetahui motivasi apa yang membuat mereka datang ke kafe tersebut, kemudian mengisi kuesioner yang disusun menggunakan metode *semantic-differential (SD-method)*. Jawaban yang diberikan melalui metode ini merepresentasikan tingkatan kepuasan responden terhadap kafe yang sering mereka kunjungi dalam bentuk skala. Setiap pertanyaan berskala 1 sampai dengan 5. Selain itu pemberian skala juga dilakukan pada ketersediaan fasilitas yang ada pada kafe berupa ya atau tidak dengan jawaban ya yaitu berupa skala 1 sampai 5 dan tidak dianggap nilai 0. Masing-masing kutub jawaban ini merupakan kata sifat yang saling berlawanan, yaitu skala 1 sampai 5 dari sangat tidak puas sampai skala sangat puas, dan sangat rendah sampai sangat tinggi. Posisi kata yang bersifat positif diletakkan pada bagian kanan dan kata yang memiliki sifat negatif ditempatkan pada posisi bagian kiri. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah responden dalam mengisi kuesioner.

Contoh pertanyaan dalam kuesioner online diperlihatkan pada table 1 & 2.

Tabel 1. Contoh pertanyaan berskala *semantic-differential (SD-method)*

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak puas						Sangat Puas
Sangat rendah						Sangat tinggi

Tabel 2. Contoh pertanyaan berskala *semantic-differential (SD-method)*

Fasilitas	Tidak ada	Ada. Sangat nyaman	Ada. Nyaman	Ada. Cukup	Ada. Tidak nyaman	Ada. Sangat tidak nyaman
Wifi	○	●	○	○	○	○
Toilet	●	○	○	○	○	○

Lewat pertanyaan ini akan dapat diperoleh data numerik dari para responden yang selanjutnya dapat dianalisis secara kuantitatif.

Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan *analysis of variance* atau sering disebut juga dengan anova. Sebelum menggunakan anova, motivasi-motivasi yang sudah ada diolah dengan menggunakan faktor analisis.

Analisis dan Interpretasi

Analisis komponen prinsip (*principal component analysis*) digunakan untuk menemukan komponen prinsip (variabel pengganti/variabel laten) yang dapat mewakili variabel terukur dengan cara mengumpulkan sebanyak mungkin variabilitas (porsi fenomena yang dijelaskan) dari semua variabel terukur pada beberapa komponen prinsip utama. Pada tabel 3 diperlihatkan *eigenvalue* dari 20 komponen prinsip hasil analisis 20 variabel terukur. Dapat dilihat bahwa 6 komponen prinsip pertama memiliki *eigenvalue* lebih dari 1, ini berarti memiliki porsi varians/variabilitas melebihi variabel terukur, karena itu digunakan untuk mewakili / menggantikan variabel terukur. 7 komponen prinsip pertama memiliki *cumulative percent* sebesar 73.49%. Jadi 7 komponen prinsip tersebut dapat merepresentasikan 73.49% porsi kemampuan menjelaskan fenomena dari 20 variabel terukur. Sehingga untuk menjelaskan untuk menjelaskan 73.49% fenomena cukup dengan menggunakan 7 komponen prinsip (7 variabel laten), tidak perlu menggunakan 20 variabel terukur. (Lihat tabel 3).

Tabel 3. Nilai *eigenvalue* analisis komponen prinsip

No	<i>Eigenvalue</i>	Percent	Cum Percent
1	4.53	22.67	22.67
2	3.05	15.25	37.92
3	2.14	10.72	48.63
4	1.62	8.09	56.72
5	1.36	6.80	63.52
6	1.06	5.32	68.84
7	0.93	4.66	73.49
8	0.81	4.03	77.52
9	0.69	3.43	80.95
10	0.61	3.05	84.01
11	0.52	2.62	86.63
12	0.42	2.12	88.75
13	0.40	2.01	90.76
14	0.38	1.90	92.66
15	0.33	1.66	94.31
16	0.28	1.42	95.73
17	0.27	1.33	97.06
18	0.24	1.19	98.25
19	0.21	1.04	99.29
20	0.14	0.72	100.00

Pada penelitian ini peneliti mengambil 6 komponen prinsip dengan (*eigenvalue* lebih dari 1) sebagai variabel laten yang dianggap sudah mampu merepresentasikan 68.84% porsi kemampuan menjelaskan fenomena yang terjadi. Dapat dilihat pada tabel 4 bahwa hampir semua variabel terukur memberikan kontribusi besar terhadap komponen prinsip pertama. Sehingga *preference mapping* ini mempermudah analisis. Tetapi, jika dalam interpretasi analisis dibutuhkan nama variabel maka akan dilakukan analisis faktor dengan cara merotasi komponen prinsip secara orthogonal sehingga akan didapat antar komponen menjadi tidak berkorelasi dan sebanyak mungkin *factor loading* dari setiap variabel terukur ke setiap komponen prinsip dibuat mendekati 0 (*varimax rotation*). (Lihat tabel 4).

Tabel 4. Faktor/variabel laten hasil faktor analisis

Variabel	Killing	Meeting	Eksplorasi	Bekerja	Inteksi	Hiburan
Motivasi						
<i>Killing time</i>	0.88	-0.02	0.10	0.04	0.04	0.12
Tidak ada tujuan	0.81	-0.12	0.20	-0.02	-0.13	0.03
Cuci mata	0.75	0.27	0.03	-0.09	0.15	-0.08
Melepas penat	0.61	0.00	0.38	0.05	0.23	0.17
Bertemu rekan kerja	0.02	0.84	-0.04	0.12	0.16	-0.14
Bertemu klien	0.05	0.83	0.00	0.05	-0.12	0.12
<i>Lobbying</i>	-0.08	0.72	0.23	0.16	0.08	0.27
Menonton	0.40	0.49	0.31	-0.04	-0.10	0.38

acara musik						
Berdiskusi	0.04	0.47	-0.18	0.33	0.47	0.06
Mencoba menu	0.20	-0.08	0.83	0.04	0.02	0.02
Berfoto-foto	0.13	0.12	0.71	0.04	0.18	-0.36
Mencoba kafe baru	0.28	-0.05	0.71	0.02	-0.17	0.34
Berinteraksi dengan keluarga	0.01	0.25	0.68	0.16	0.06	0.25
Mengerjakan tugas	-0.07	0.05	0.07	0.91	0.00	-0.01
Mengerjakan pekerjaan	-0.17	0.20	0.06	0.84	-0.09	-0.02
Menggunakan internet	0.15	0.21	0.19	0.66	0.05	-0.39
Baca buku	0.19	-0.05	-0.02	0.59	0.18	0.38
Berinteraksi dengan teman	0.00	0.16	-0.05	-0.14	0.78	0.02
Makan dan minum	0.16	-0.22	0.31	0.19	0.67	-0.01
Menonton bola bersama	0.14	0.28	0.16	-0.05	0.05	0.69

Setelah didapatkan 6 variabel laten selanjutnya data yang sudah didapat dianalisis dengan menggunakan anova (*analysis of variance*). Anova dapat digunakan untuk mengetahui perbedaan parameter (indikator numerik yang digunakan selalu data *continuous*) antar data nominal dengan melihat parameter rata-rata dari setiap kategori dalam data *nominal*. Pada penelitian ini anova digunakan untuk melihat perbedaan parameter antar kelompok dari kategori nominal. Pada diagram 3 diketahui perbedaan preferensi antara pria dan wanita. Perbedaan preferensi antar kelompok pria dan wanita ini signifikan, dapat dibuktikan dari pemisahan *mean comparison*.

Perbedaan tingkat preferensi antara kelompok pria dan wanita berbeda signifikan. Sumbu x, data nominal kategori pria dan wanita, sumbu y evaluasi motivasi kegiatan *meeting* mempengaruhi kebiasaan seseorang berada di kafe. Garis tengah *mean diamond* menunjukkan rata-rata evaluasi preferensi gender yang bersangkutan. Ujung atas dan bawah merupakan batas interval 95%. Dua lingkaran yang masing-masing mewakili kelompok pria dan wanita menampilkan *mean comparison*. Titik pusat lingkaran segaris-lurus dengan garis tengah *mean diamond*. Diameter lingkaran mewakili interval 95% segaris

dengan *mean diamond*. Dua lingkaran yang terpisah ini menandakan perbedaan evaluasi antar kelompok yang signifikan yakni preferensi pria dan wanita ditinjau dari motivasi kegiatan *meeting*.

Analisis yang di dapat dari beberapa laten faktor analisis setelah dianalisis dengan anova, ternyata preferensi pria yang mempengaruhi kebetahan di kafe lebih tinggi dibandingkan dengan wanita pada motivasi kegiatan *meeting*, dimana laten kegiatan *meeting* yang didapat dari faktor analisis merupakan kegiatan bertemu rekan kerja, bertemu klien, *lobbying*, menonton acara musik, dan berdiskusi. (Lihat diagram 3).

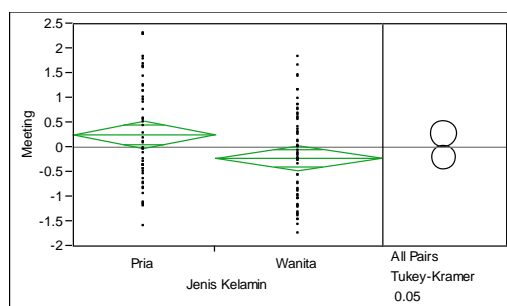


Diagram 3. Perbedaan tingkat preferensi antara pria dan wanita pada motivasi *meeting*.

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Farasa & Kusuma (2015). Ditemukan bahwa responden pria cenderung menjadikan kegiatan pertemuan (*meeting*) dan *refreshing* sebagai motivasi mereka pergi ke kafe. Aspek lain yang dapat menjadi penyebab menarik yaitu dengan adanya *coffeeshop* memungkinkan kesempatan seseorang untuk mempergunakan *anonymity* (Waxman, 2006). Karena sifat *coffeeshop* yang bukan rumah dan juga bukan kantor memungkinkan seseorang memulai dari awal pembentukan *image* pada diri mereka terhadap klien, sehingga memudahkan mereka menjual produk dan jasa di depan klien atau melakukan *deal*. *Coffeeshop* juga populer di kalangan remaja yang mempergunakannya sebagai *meeting* bersama teman, baik dalam diskusi ringan, mengobrol, maupun mengerjakan beberapa tugas. Mereka mengungkapkan bahwa mereka menikmati saat-saat minum kopi bersama teman-teman karena

tempat ini dapat memberikan keleluasaan bagi mereka (Waxman, 2006).

Jika pada motivasi kegiatan *meeting* preferensi pria cenderung tinggi dibandingkan wanita, maka eksplorasi adalah motivasi kebetahan pada kafe yang memiliki preferensi tinggi pada gender wanita jika dibandingkan dengan pria. Pada tabel faktor analisis laten eksplorasi mewakili kegiatan seperti mencoba menu, berfoto-foto, mencoba kafe baru, dan berinteraksi dengan keluarga.

Perbedaan tingkat preferensi antara pria dan wanita pada motivasi eksplorasi dapat dilihat pada diagram 4.

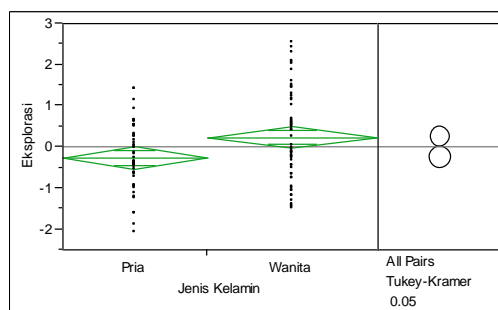


Diagram 4. Perbedaan tingkat preferensi antara pria dan wanita pada motivasi eksplorasi.

Penemuan ini memperkuat alasan pada penelitian sebelumnya bahwa eksplorasi adalah salah satu motivasi wanita betah berada di sebuah kafe. Farasa & Kusuma (2015) mengatakan bahwa motivasi pergi ke kafe menurut responden wanita cenderung berdekatan dengan melakukan kegiatan belajar, kemudian diikuti dengan berfoto, bereksperimen, makan dan minum. Eksplorasi yang dimaksud dapat mendukung fisik dari kafe. Menurut Waxman (2006) lima karakteristik atas kafe yang ideal yaitu kebersihan, aroma, pencahayaan yang cukup, kenyamanan perabot, dan mempunyai pemandangan ke luar yang indah. Karakteristik yang ideal ini menjadi alasan mengapa kafe selalu di desain unik untuk menarik kedatangan pengunjung, termasuk memenuhi kebutuhan wanita dalam mengeksplorasi sudut-sudut ruangan kafe yang mereka inginkan.

Kesimpulan

Dari keseluruhan analisis yang dilakukan (analisis distribusi, faktor analisis, dan anova), ditemukan bahwa *killing time, meeting*, eksplorasi, bekerja, interaksi, dan hiburan adalah faktor laten yang mewakili motivasi-motivasi pengunjung.

Motivasi kegiatan yang dapat mempengaruhi kebetahan pengunjung kafe dapat berbeda signifikan jika dilihat dari perbedaan gender pengunjung. Pada pria motivasi paling dominan adalah kegiatan *meeting* seperti bertemu rekan kerja, bertemu klien, *lobbying*, menonton acara musik, dan berdiskusi cenderung lebih tinggi dibanding wanita. Sedangkan pada wanita motivasi paling dominan yakni kegiatan eksplorasi seperti mencoba menu, berfoto-foto, mencoba kafe baru, dan berinteraksi dengan keluarga cenderung lebih tinggi jika dibanding dengan pria.

Data penelitian ini dikumpulkan dari jumlah responden yang terbatas, sehingga tingkat realibilitas tidak terlalu tinggi. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi maka diperlukan penelitian dengan jumlah responden yang lebih banyak pada lokasi yang berbeda dan menyebar, atau penelitian dengan batas-batas yang jelas, seperti segmen responden khusus pada usia tertentu atau segmen responden pada hobi tertentu yang menjadikan kafe sebagai wadah penunjang kegiatan hobi tersebut.

Daftar Pustaka

- Creswell, J.W. (2008). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publications, Inc.
- Farasa, N. & Kusuma, H.E. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebetahan di Kafe. *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI 2015*, Program Studi Teknik Arsitektur, Universitas Sam Ratulangi, Oktober 2015.
- Groat, L. & Wang, D. (2002). *Architectural Research Methods*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Indra C, R.D. (2001). *Evaluasi Pasca Huni Rumah Susun Sederhana Kota Baru Bandar Kemayoran* (Ditinjau dari Aspek Arsitektur, Lingkungan dan Perilaku). Tesis Magister Sains Ilmu Lingkungan (Tidak dipublikasi). Jakarta: Universitas Indonesia
- Kumar, Ranjit. (2005). *Research Methodology, A Step by Step Guide for Beginner*. London: Sage Publications.

- Purwantini, Julianti. (1988). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebetahan Penghuni Rumah Susun Sewa Harian*. Tesis Magister Sains Ilmu Lingkungan (Tidak dipublikasi). Jakarta: Fakultas Paskasarjana Universitas Indonesia.
- Rachman, R.A. & Kusuma, H.E. (2014). Definisi Kebetahan dalam Ranah Arsitektur dan Lingkungan-Perilaku. *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI 2014*, Program Studi Teknik Arsitektur, Universitas Sriwijaya, Nov. 2014.
- Waxman, Lisa. (2006). The Coffee Shop: Social and Physical Factors Influencing Place Attachment. *Journal of Interior Design*, 31(3) 2006.