

Studi Perbandingan Persepsi Konsumen Mengenai Penerapan Desain "*Open Kitchen*" dan "*Close Kitchen*" Pada Restoran Tradisional Indonesia

Oleh
Ryanty Derwentiana
Program Studi Desain Interior UNIKOM

Abstrak. Penerapan desain *open kitchen* pada restoran dimaksudkan sebagai promosi untuk mencitrakan hal-hal positif mengenai produk-produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan ingin mencari tahu apakah terdapat perbedaan persepsi konsumen yang signifikan mengenai restoran tradisional dengan konsep *open kitchen* dan *closed kitchen*. Hal-hal yang menjadi unit analisa penelitian ini adalah persepsi kebersihan, persepsi kesegaran, hiburan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan nilai kultural. Dengan menggunakan 46 orang responden yang berstatus mahasiswa, dan hasil respon diukur menggunakan metode statistika T-Test berpasangan, didapati hasil bahwa secara umum terdapat perbedaan persepsi yang signifikan akibat penerapan dapur restoran yang memiliki konsep tertutup dan konsep terbuka, dan juga memberikan respon signifikan ke arah positif untuk aspek kebersihan, kesegaran, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan penghargaan kultural untuk konsep *open kitchen* dibandingkan konsep *closed kitchen*.

Key words: *Open Kitchen, Restoran Tradisional, Persepsi*

I. Pendahuluan

Posisi dapur dalam ketentuan zona interior (*zoning*) pada ruang komersial maupun hunian, umumnya dikategorikan sebagai area *service*. Area ini cenderung dalam keadaan kotor dan basah, sehingga dalam *blocking* interior biasanya posisinya berada di bagian belakang suatu fasilitas, dan dalam keadaan tidak diperlihatkan. Namun belakangan ini, terjadi perubahan pada beberapa fasilitas komersial terutama restoran, posisi dapur yang biasanya disembunyikan maka kini justru diperlihatkan.

Penerapan konsep *open kitchen* pada restoran menjadi populer sejak tahun 1990-an (Baraban and Durocher, 2010), akibat tuntutan mengenai higienitas makanan di masyarakat Amerika, dikarenakan banyaknya kasus-kasus keracunan makanan (Alonso et al : 2010). Namun sebenarnya konsep ini sudah banyak juga diterapkan pada restoran-restoran atau kedai-kedai makanan etnik (tradisional), terutama di daerah Asia Tenggara, seperti China, Jepang, maupun Indonesia.

Dalam rangka untuk membuat perbedaan yang kompetitif, usaha restoran dan kuliner menggunakan desain *open kitchen* sebagai bagian dari proses penjualan yang unik (Alonso et al : 2010 h. 247). Hal ini dilakukan untuk meningkatkan minat beli konsumen dan juga efektifitas penjualan. Namun sebelum motivasi atau keinginan membeli yang dilanjutkan oleh efektifitas penjualan itu muncul, akan didahului oleh proses persepsi konsumen mengenai produk/jasa yang ditawarkan, terutama persepsi mengenai kualitas suatu produk/jasa.

Sejak saat itu, beberapa usaha kuliner memperlihatkan secara terbuka dapur yang mereka miliki dalam rangka untuk memperlihatkan 'kejujuran', bahwa makanan yang mereka olah adalah makanan yang "fresh", selain itu juga dimaksudkan untuk memberikan pengalaman atau mendemonstrasikan cara pembuatan makan tersebut. Dalam hal ini *open kitchen* juga dapat menjadi aset untuk promosi.

Open kitchen tidak hanya memberikan hiburan (*entertainment*) dengan cara memperlihatkan atau *display* cara memasak namun juga menawarkan 'transparansi'. Dengan penerapan konsep ini, konsumen dapat melihat pihak pertama yang meng"handle" makanan yang akan mereka makan (Alonso et al: 2010, h. 247).

Persepsi mengenai kualitas produk dan jasa akan berhubungan dengan elemen-elemen komunikasi pemasaran terhadap sistem sensorik yang dirasakan oleh konsumen, diantaranya adalah elemen-elemen pembentuk visual, olfaktori (penciuman), bunyi (*sound*), perabaan (*tactile*), dan rasa (*taste*) (Prasetijo : 2004 h. 70-71). Berbagai macam informasi sensoris tersebut pada akhirnya akan menentukan kualitas produk dikonsumsi. Aspek kualitas produk yang dapat dipersepsi dan dinilai, salah satunya adalah citra toko dan citra produsen, yang merupakan faktor ekstrinsik dari kualitas produk (Prasetijo : 2004 h. 81).

Penerapan konsep desain *open kitchen* pada restoran, merupakan salah satu cara produsen untuk menimbulkan *sublime perception* pada konsumen. *Sublime perception* diartikan sebagai persepsi terhadap stimulus yang diberikan di bawah tingkat ambang rangsangannya, sehingga konsumen tidak sadar dengan adanya stimulus tersebut (Lefton : 1982 dalam Prasetijo : 2004 h. 73). Sehingga secara tidak sadar, persepsi positif maupun negatif terhadap suatu produk/jasa yang ditawarkan dapat ditimbulkan oleh penerapan konsep desain dapur tersebut, dan pada akhirnya akan mempengaruhi motivasi membeli dan efektifitas penjualan.

Pada saat ini, banyak pengusaha kuliner kontemporer yang lebih memilih konsep dapur terbuka dibandingkan dengan dapur dengan konsep tertutup sehingga penelitian ini akan membandingkan persepsi yang dialami oleh konsumen terhadap dapur dengan konsep tertutup dan dapur dengan konsep terbuka.

Kedua macam penerapan konsep dapur tersebut memiliki karakter yang berbeda-beda, terutama dari segi layout interior dan elemen-elemen lainnya seperti elemen-elemen visual, penciuman, pendengaran, dan elemen-elemen yang berkaitan dengan persepsi manusia. Akibat perbedaan karakter, dan juga dipengaruhi oleh pengalaman dan tradisi akan memungkinkan terjadinya perbedaan mengenai persepsi konsumen.

Image dapur yang terkadang kotor dan basah sehingga tidak layak untuk diperlihatkan kepada konsumen, ataupun istilah "rahasia dapur" bagi perusahaan-perusahaan kuliner seakan-akan hilang dengan diterapkannya *open kitchen/display kitchen design*. Konsep desain ini

dimaksudkan sebagai alat untuk promosi secara tidak disadari dipersepsi oleh konsumen. Penerapan desain *open kitchen* pada restoran dimaksudkan sebagai promosi untuk mencitrakan hal-hal positif mengenai produk-produk yang ditawarkan. Namun dalam penerapannya terdapat dua macam penerapan dapur pada restoran kuliner tradisional, yang pertama menggunakan konsep *open kitchen* dan yang menggunakan konsep *close kitchen*. Masing-masing penerapan memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga diasumsikan akan memberikan dampak perbedaan persepsi ditinjau dari segi konsumen. Maka berdasarkan uraian tersebut, maka yang menjadi permasalahan adalah :

- a. Sejauh mana tingkat perbedaan persepsi konsumen antara penerapan konsep *Open kitchen* dan *Close Kitchen*?
- b. Hal-hal apa sajakah yang menjadi kecenderungan persepsi konsumen dikaitkan dengan penerapan *Open kitchen* dan *Close Kitchen* pada restoran kuliner tradisional?

II. Hipotesa

Dari perumusan masalah di atas, dapat diambil asumsi awal bahwa “*Terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi konsumen terhadap penerapan konsep Open Kitchen dan konsep Close kitchen pada Restoran.*”

Hipotesa yang dapat diambil dari pernyataan di atas diantaranya adalah :

Ho : Tidak terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

H1 : Terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Jika probabilitas > 0.05, Ho diterima, tetapi jika probabilitas < 0.05, Ho ditolak.

Pembuktian hipotesa akan dilakukan per-variabel yang akan diuji.

III. Batasan Masalah

Penelitian ini akan mengkaji dan membandingkan perbedaan persepsi konsumen akibat dari penerapan konsep desain *open kitchen* dan konsep *close kitchen* pada restoran secara umum.

Penelitian ini akan mengambil data dari 46 orang konsumen yang pernah mengunjungi dan mengetahui karakteristik dari kedua objek penelitian tersebut.

IV. Metodologi Penelitian

a. Variabel Penelitian

Penelitian ini mengukur tingkat perbedaan antara penerapan dapur yang menggunakan konsep *Open Kitchen* dan *Close Kitchen*. Hal-hal yang akan menjadi unit analisa dan parameter dalam penelitian ini adalah :

- a. Tingkat Persepsi Kebersihan/*Higienitas*
- b. Tingkat Persepsi Kesegaran Makanan/*Freshness*
- c. Tingkat Persepsi Hiburan/*Entertainment*
- d. Tingkat Persepsi Kepercayaan/*Trust*
- e. Tingkat Persepsi Kualitas Pelayanan/*Service quality*
- f. Tingkat Persepsi Kenyamanan/*comfort*
- g. Tingkat Persepsi Kultural/*cultural rewarding*

Data yang dikumpulkan berupa foto ataupun video yang dapat menggambarkan keadaan ruang yang menggunakan kedua konsep tersebut, dan akan diperbandingkan kepada responden yang akan menjawab kuisioner. Data-data tersebut akan dianalisa dengan kuantitatif komparatif.

Sampling akan dipilih secara random, yang akan dikategorikan berdasarkan gender dan pengalaman. Kategori gender akan dipilih karena dapat dilihat kecenderungan minatnya, sedangkan orang yang dijadikan sampel setidaknya memiliki pengalaman makan di restoran dengan menggunakan *open* maupun *close kitchen* agar dapat melakukan perbandingan.

Hipotesa akan diuji melalui metoda Statistik **T-Test berpasangan**, untuk memperlihatkan signifikansi perbedaan antara dua objek penelitian yang akan dibandingkan, yaitu Dapur dengan konsep tertutup (*Closed Kitchen*) dan Konsep Terbuka (*Open Kitchen*), dengan menggunakan subjek/responden yang sama.

V. PEMBAHASAN

V.I Persepsi Tingkat Kebersihan/Higienitas

Untuk menganalisa persepsi mengenai perbedaan persepsi konsumen mengenai Tingkat kebersihan antara penerapan dapur tertutup dan dapur terbuka, diawali dengan hipotesa :

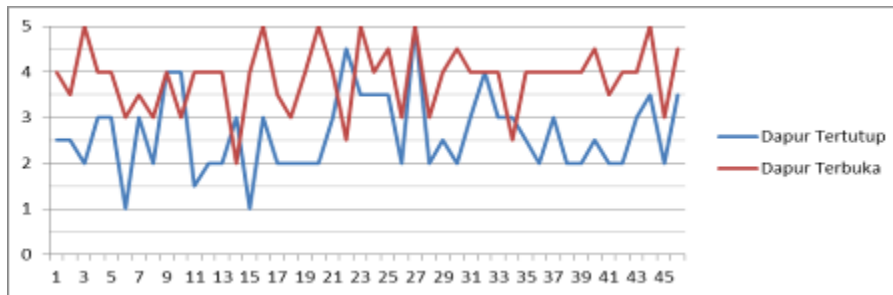
- Ho : Tidak terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai kebersihan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- H1 : Terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai kebersihan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- Jika probabilitas > 0.05 , Ho diterima, tetapi jika probabilitas < 0.05 , Ho ditolak.

Paired Samples Test									
		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pair 1	Kebersihan_tutup - Kebersihan_buka	-.32609	.81797	.12060	-.56900	-.08318	-2.704	45	.010

Tabel 1 : Analisa Signifikasi Perbedaan Persepsi Kebersihan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Pada hasil perhitungan diatas (tabel 1) nilai $t = -2.704$, dengan $sig (2-tailed) 0.010$, maka probabilitas <0.05 , maka H_0 ditolak, sehingga hasil pembuktiannya adalah *terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai kebersihan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka.*

Hal ini sesuai dengan pernyataan, Penerapan *open kitchen* pada restoran memiliki beberapa keuntungan menurut Chow et al : 2010 diantaranya adalah *open kitchen* berkaitan erat dengan aspek kebersihan (higienitas), yang didukung oleh elemen dinding transparan sehingga konsumen dapat melihat “*behind the scene*” dari proses pembuatan makanan tersebut. *Open kitchen* lebih dianggap higienis karena secara tidak langsung mengarahkan para staf dapur untuk lebih peduli mengenai kebersihan.



Grafik 1 : Data Statistika Persepsi Kebersihan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Kecenderungan konsumen untuk menganggap atau berpersepsi bahwa penerapan dapur dengan konsep dapur terbuka dapat terlihat pada grafik di atas (grafik 1). Konsumen memiliki kecenderungan memberikan nilai positif untuk penilaian mengenai persepsi mengenai kebersihan untuk penerapan dapur terbuka. Dengan nilai $Me = 3,5$ memiliki nilai keyakinan positif ($>Me$) sebanyak sebanyak 27 responden (58%), nilai ini lebih tinggi daripada persepsi orang mengenai kebersihan dengan konsep dapur tertutup yang memberikan nilai positif yaitu 18 responden (38%). Pada konsep dapur tertutup nilai $Me=3.0$, dan kecenderungan kebanyakan orang memberikan nilai tidak yakin dengan persepsi kebersihan tersebut (ragu)

V.2 Persepsi Tingkat Kesegaran/Freshness

Hipotesa awal untuk menganalisa persepsi mengenai perbedaan persepsi konsumen mengenai Tingkat kesegaran antara penerapan dapur tertutup dan dapur terbuka, adalah :

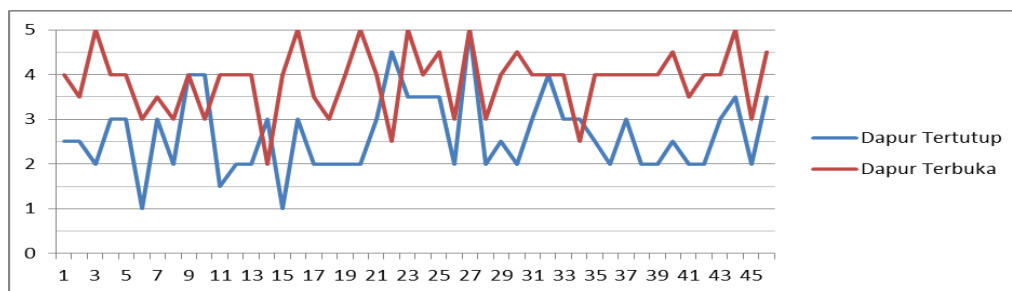
- Ho : Tidak terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai kesegaran antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- H1 : Terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai kesegaran antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference			
								Lower
Pair 1	Kesegaran_tutup - Kesegaran_buka	-.90217	.87952	.12968	-1.16336	-.64099	-6.957	.000

Tabel 2 : Analisa Signifikasi Perbedaan Persepsi Kesegaran antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Pada hasil perhitungan diatas (tabel 2) nilai $t = -6.957$, dengan $sig (2-tailed) 0.000$, maka probabilitas <0.05 , maka H_0 ditolak, sehingga hasil pembuktiannya adalah *terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai kesegaran antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka*.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa konsumen memiliki nilai keyakinan lebih bahwa bahan-bahan yang digunakan dalam memasak tersebut merupakan bahan-bahan yang segar dan baru, dan makanan yang disajikan merupakan masakan yang baru saja dimasak. Variabel ini merupakan salah satu variabel yang diharapkan oleh produsen atau pemilik restoran dapat dipersepsi oleh konsumen. Beberapa usaha kuliner memperlihatkan secara terbuka dapur yang mereka miliki dalam rangka untuk memperlihatkan kejujuran bahwa makanan yang mereka olah adalah makanan yang “*fresh*”, selain itu juga ingin memberikan pengalaman atau mendemonstrasikan cara pembuatan makan tersebut. Dalam hal ini *opened kitchen* juga dapat menjadi aset untuk promosi.



Grafik 2 : Data Statistika Persepsi Kesegaran antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Pada grafik dan data statistika di atas dapat dianalisa bahwa responden/konsumen cenderung memberikan nilai persepsi dan keyakinan mengenai kesegaran akibat penerapan dapur dengan konsep terbuka lebih tinggi daripada dapur dengan konsep tertutup. Dapur tertutup memiliki

nilai Me = 3.00, yaitu penilaian pada tingkat ragu, dan yang menilai positif sebesar 34,78% (16 responden). Sedangkan penilai konsumen mengenai persepsi kesegaran akibat penerapan dapur terbuka memiliki nilai Me = 4.00, yaitu kecenderungan menilai setuju (positif), dan yang menilai positif sebanyak 44 responden (95,65%). (grafik 2)

V.3 Persepsi Tingkat Hiburan/Entertainment

Untuk menganalisa persepsi mengenai perbedaan persepsi konsumen mengenai dapur sebagai hiburan/*entertainment* antara penerapan dapur tertutup dan dapur terbuka, diawali dengan hipotesa :

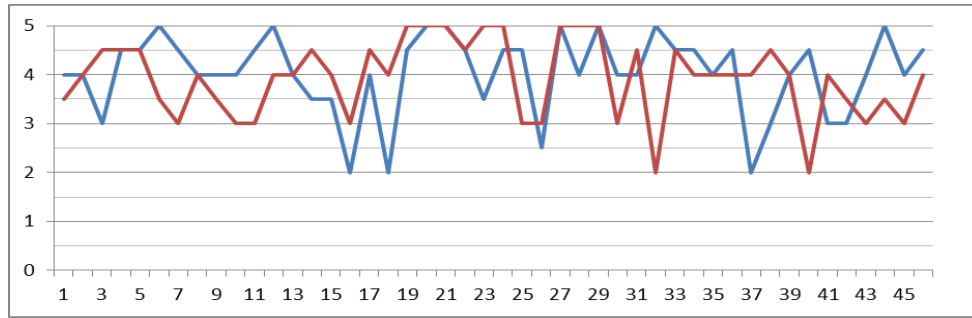
- Ho : Tidak terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai dapur sebagai hiburan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- H1 : Terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai dapur sebagai hiburan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- Jika probabilitas > 0.05, Ho diterima, tetapi jika probabilitas < 0.05, Ho ditolak.

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Hiburan_tutup - Hiburan_buka	.09783	1.08331	.15972	-.22388	.41953	.612	45	.543

Tabel 3 : Analisa Signifikasi Perbedaan Persepsi Hiburan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Pada hasil perhitungan di atas (tabel 3) nilai $t = 0.612$, dengan $sig (2-tailed) = 0.543$, maka probabilitas < 0.05 , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga hasil pembuktiannya adalah *tidak terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai kesegaran antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka*.

Hasil dari perhitungan ini tidak sesuai dengan pernyataan bahwa penggunaan *open kitchen* pada restoran merupakan hal penting untuk dipertimbangkan, karena *open kitchen* dapat didesain sebagai pusat perhatian dan dijadikan bagian terpenting dari restoran tersebut, hal ini disampaikan oleh Baraban et al : 2001, h.160 bahwa *open kitchen* telah menjadi “*hallmark*”. Ketidaksesuaian ini dapat disebabkan oleh dua hal, 1) faktor teknis pengambilan data, yaitu terdapat kesalahan dari pertanyaan pada kuisioner sehingga hasil yang didapat menjadi tidak valid, diakibatkan pertanyaan yang ambigu, 2) keadaan dapur terbuka pada restoran-restoran yang banyak dikenal oleh para responden belum menjadi bagian yang menarik sehingga belum dapat dirasakan perbedaannya dengan dapur yang berkonsep tertutup.



Grafik 3 : Data Statistika Persepsi Hiburan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Namun dari data yang didapat, dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk menjadikan area dapur terbuka menjadi bagian yang menarik dari keseluruhan desain restoran tersebut, karena dari hasil yang didapat menilai bahwa proses memasak merupakan hal menarik untuk dilihat, dengan nilai positif untuk dapur tertutup 38 responden (82,61%) dan dapur terbuka 39 responden (84,78%) (Grafik 3)

V.4 Persepsi Tingkat Kepercayaan/Trust

Untuk menganalisa persepsi mengenai perbedaan persepsi konsumen mengenai Tingkat kepercayaan antara penerapan dapur tertutup dan dapur terbuka, diawali dengan hipotesa :

- Ho : Tidak terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai tingkat kepercayaan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- H1 : Terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai tingkat kepercayaan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- Jika probabilitas > 0.05, Ho diterima, tetapi jika probabilitas < 0.05, Ho ditolak.

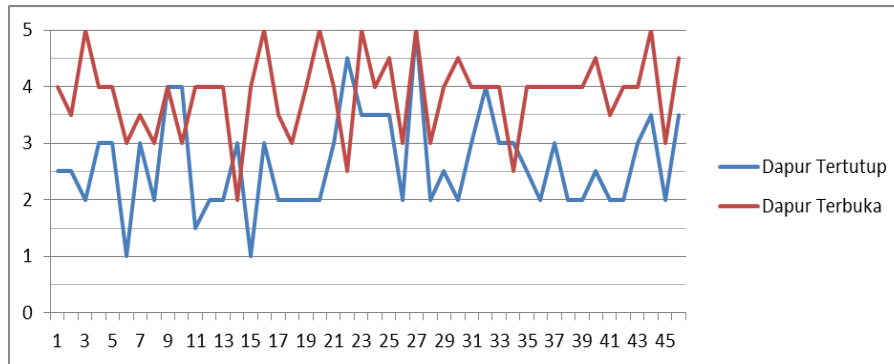
		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference			
					Lower	Upper		
Pair 1	Kepercayaan_tutup - Kepercayaan_buka	-.57609	.75988	.11204	-.80174	-.35043	-5.142	.000

Tabel 4 : Analisa Signifikasi Perbedaan Persepsi Kepercayaan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Pada hasil perhitungan diatas (tabel 2) nilai t = -5.142, dengan sig (2-tailed) 0.000, maka probabilitas < 0.05, maka H0 ditolak, sehingga hasil pembuktiannya adalah terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai kepercayaan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka.

Hal ini sesuai dengan yang diharapkan oleh para pemilik restoran mengenai peningkatan persepsi kepercayaan akibat penerapan konsep dapur terbuka, dibandingkan dengan konsep dapur tertutup. "...fun, entertainment, cleanliness, trust, and being able to see both the chefs and the food being prepared" (Alonso et al : 2010)

Kepercayaan dapat didapati, karena antara konsumen dan staf dapur dapat melihat satu sama lainnya. Konsumen dapat melihat keadaan dapur, dan staf dapur pun dapat melihat apresiasi dari konsumen. Interaksi ini dapat menjadi hal yang dapat meningkatkan nilai kepercayaan konsumen terhadap restoran tersebut, terutama mengenai keadaan dapur dan apa yang disajikan.



Grafik 4 : Data Statistika Persepsi Kepercayaan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Pada grafik dan data statistika di atas dapat dianalisa bahwa responden/konsumen cenderung memberikan nilai persepsi dan keyakinan mengenai kepercayaan akibat penerapan dapur dengan konsep terbuka lebih tinggi daripada dapur dengan konsep tertutup. Dapur tertutup memiliki nilai Me = 3.5, yaitu penilaian pada tingkat antara ragu ke positif, dan yang menilai positif cukup tinggi sebesar 58,69% (27 responden). Sedangkan penilaian konsumen mengenai persepsi kepercayaan akibat penerapan dapur terbuka memiliki nilai Me = 4.00, yaitu kecenderungan menilai setuju (positif), dan yang menilai positif sebanyak 41 responden (89,13%). (grafik 4)

V.5 Persepsi Kualitas Pelayanan

Untuk menganalisa persepsi mengenai perbedaan persepsi konsumen mengenai Tingkat kualitas pelayanan antara penerapan dapur tertutup dan dapur terbuka, diawali dengan hipotesa :

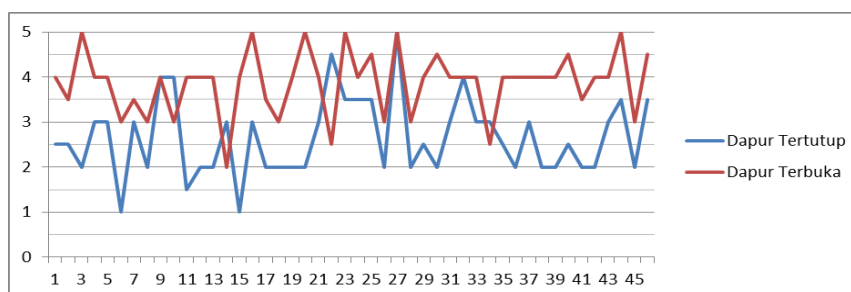
- Ho : Tidak terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai tingkat kualitas pelayanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- H1 : Terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai tingkat kualitas pelayanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- Jika probabilitas > 0.05, Ho diterima, tetapi jika probabilitas < 0.05, Ho ditolak.

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Pelayanan_tutup - Pelayanan_buka	-.81522	.93902	.13845	-1.09407	-.53636	-5.888	45	.000

Tabel 5 : Analisa Signifikasi Perbedaan Persepsi Kualitas Pelayanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Pada hasil perhitungan diatas (tabel 2) nilai $t = -5.888$, dengan sig (2-tailed) 0.000, maka probabilitas <0.05 , maka H_0 ditolak, sehingga hasil pembuktiannya adalah *terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka*.

Penerapan *open kitchen* membuat semua hal yang bersifat persiapan hidangan menjadi transparan, sehingga secara tidak disadari memberikan pengaruh positif terhadap dua belah pihak, pihak konsumen dan juga pihak restoran, terutama bagi staf dapur. Secara tidak langsung, penerapan konsep ini akan berpengaruh terhadap kualitas dari restoran tersebut, terutama mengenai kualitas pelayanan dan kualitas kebersihan “*All display kitchens benefit from a clean and well-organized appearance. Display kitchens are well suited to the quality, service, cleanliness (QSC) mandate of fast-food restaurants: When the kitchen is in full view of the customers, production and service workers are compelled to keep it clean and to properly handle food products.*” (Baraban et al : 2001, h.161). Hal ini ini kemungkinan besar terjadi karena antara konsumen dan staf restoran tersebut dapat saling melihat satu sama lain, dan pada akhirnya dapat memperlihatkan perilaku yang saling mempengaruhi secara timbal balik.



Grafik 5 : Data Statistika Persepsi Kualitas Pelayanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Pada grafik dan data statistika di atas dapat dianalisa bahwa responden/konsumen cenderung memberikan nilai persepsi dan keyakinan mengenai kualitas pelayanan akibat penerapan dapur dengan konsep terbuka lebih tinggi daripada dapur dengan konsep tertutup. Dapur tertutup memiliki nilai $Me = 3.00$, yaitu penilaian pada tingkat ragu, dan yang menilai positif sebesar 36,95% (17 responden). Sedangkan penilaian konsumen mengenai persepsi kualitas akibat penerapan dapur terbuka memiliki nilai $Me = 4.00$, yaitu kecenderungan menilai setuju (positif), dan yang menilai positif sebanyak 35 responden (76,08%). (grafik 5)

V.7 Persepsi Tingkat Kenyamanan

Untuk menganalisa persepsi mengenai perbedaan persepsi konsumen mengenai Tingkat kenyamanan antara penerapan dapur tertutup dan dapur terbuka, diawali dengan hipotesa :

- H_0 : Tidak terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai tingkat kenyamanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

- H1 : Terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai tingkat kenyamanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- Jika probabilitas > 0.05, Ho diterima, tetapi jika probabilitas < 0.05, Ho ditolak.

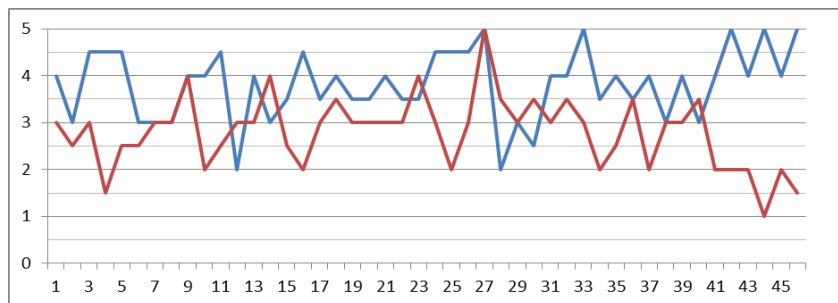
		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
Pair 1	Kenyamanan_tutup - Kenyamanan_buka	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
		1.01087	1.23598	.18224	.64383	1.37791	5.547	45	.000

Tabel 6 : Analisa Signifikasi Perbedaan Persepsi Kualitas Pelayanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Pada hasil perhitungan diatas (tabel 2) nilai $t = 5.547$, dengan $sig (2-tailed) 0.000$, maka probabilitas < 0.05 , maka H_0 ditolak, sehingga hasil pembuktiannya adalah *terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai kenyamanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka*.

Dari hasil data statistika berikut ini, penerapan dapur tertutup dipersepsi lebih nyaman dibandingkan dengan penerapan dapur terbuka. Dapur tertutup memiliki nilai $Me = 4.00$, yaitu dinilai cenderung positif, dengan jumlah responden yang memberikan nilai positif sebanyak 35 responden (76,08%), sedangkan untuk penerapan desain dapur terbuka, konsumen cenderung memberikan nilai negatif atau dibawah nilai konsep dapur tertutup, dengan nilai $Me = 3.00$, dengan jumlah responden hanya sebanyak 10 orang (21,74%) yang menilai positif, sedangkan sisanya berada pada penilaian negatif dan ragu. (Grafik 6)

Persepsi ketidaknyaman yang dirasakan oleh konsumen dapat disebabkan oleh perasaan padat/ramai (*crowded*) dan juga akibat kebisingan. Karena pada umumnya, konsumen menginginkan keadaan yang santai dalam menikmati sajian makanan dan tidak terganggu oleh faktor-faktor tersebut.



Grafik 6 : Data Statistika Persepsi Kenyamanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

V.8 Persepsi Tingkat Kultural

Untuk menganalisa persepsi mengenai perbedaan persepsi konsumen mengenai *cultural rewarding* (penghargaan kebudayaan) antara penerapan dapur tertutup dan dapur terbuka, diawali dengan hipotesa :

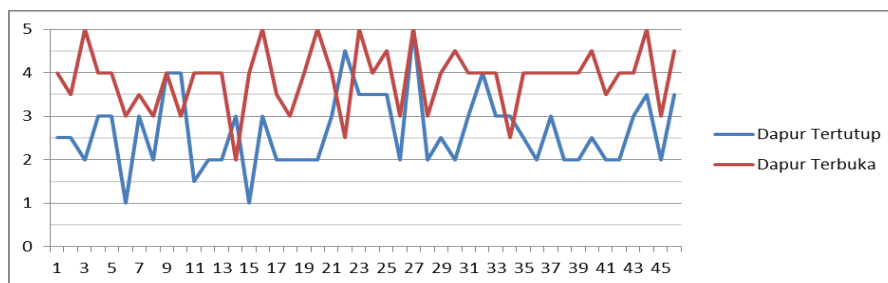
- Ho : Tidak terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai penghargaan kultur antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- H1 : Terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai penghargaan kultur antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka
- Jika probabilitas > 0.05 , Ho diterima, tetapi jika probabilitas < 0.05 , Ho ditolak.

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Kultural_tutup - Kultural_buka	-1.11957	1.16992	.17250	-1.46699	-.77214	-6.490	45	.000

Tabel 7 : Analisa Signifikasi Perbedaan Persepsi Kualitas Pelayanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Pada hasil perhitungan diatas (tabel 2) nilai $t = -6.490$, dengan *sig (2-tailed)* 0.000, maka probabilitas < 0.05 , maka H_0 ditolak, sehingga hasil pembuktiannya adalah *terdapat perbedaan signifikan pada persepsi konsumen mengenai cultural rewarding antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka*.

Pada grafik dan data statistika berikut ini dapat dianalisa bahwa responden/konsumen cenderung memberikan nilai persepsi dan keyakinan mengenai *cultural rewarding* dengan penerapan dapur dengan konsep terbuka lebih tinggi daripada dapur dengan konsep tertutup. Dapur tertutup memiliki nilai $Me = 2.50$, yaitu penilaian pada tingkat ragu, dan yang menilai positif sebesar 36,95% (17 responden). Sedangkan penilaian konsumen mengenai persepsi kualitas akibat penerapan dapur terbuka memiliki nilai $Me = 4.00$, yaitu kecenderungan menilai setuju (positif), dan yang menilai positif sebanyak 35 responden (76,08%). (grafik 7)



Grafik 7 : Data Statistika Persepsi Kenyamanan antara Dapur Tertutup dan Dapur Terbuka

Hal ini terjadi dikarenakan dengan penerapan dapur terbuka maka terjadi transparansi. Konsumen dapat melihat proses memasak yang terjadi di dapur. Konsumen dapat melihat peralatan yang digunakan untuk memasak, apakah masih menggunakan peralatan tradisional ataupun yang sudah modern. Konsumen pun dapat melihat cara dan aktivitas memasak yang dilakukan apakah masih menggunakan cara tradisional ataukah menggunakan cara yang baru.

VI. KESIMPULAN

Dari penelitian ini, maka hasil yang didapat dapat dijadikan awal permasalahan yang harus di atasi oleh desain, terutama beberapa hal yang masih dinilai negatif oleh responden. Dengan perolehan data tersebut, maka desain terutama untuk dapur dengan konsep terbuka yang sudah dinilai positif oleh konsumen dapat dioptimalisasi, dan aspek yang masih dinilai negatif dapat dicarikan pemecahan masalahnya melalui desain.

Saran dari hasil penelitian ini adalah adanya penelitian lanjutan yang lebih memfokuskan pada persepsi konsumen mengenai dapur dengan konsep terbuka pada restoran tradisional, karena diasumsikan akan terjadi perbedaan persepsi antara dapur terbuka dengan konsep umum dan modern dengan yang berkonsep tradisional dikarenakan adanya latar belakang budaya.

VII. PUSTAKA

- [1] Agustin, S. 2009. *Place Advantage : Applied Psychology for Interior Architecture*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc
- [2] Alonso, A.D. 2010. *Exploring Consumers 'Images Of Open Restaurant Kitchen Design*. Journal of Retail & Leisure Property Vol. 9, 3, 247–259. Australia : Macmillan Publishers Ltd.
- [3] Atkinson, R., Atkinson, R. C., Smith, E. E., & Bem, D. J. (1993). *Introduction to psychology* (11th ed.). San Diego: Harcourt Brace Jovanovich. Bell, Paul A. 1990. *Environmental Psychology*. USA : Holt, Rinehart and Winston, Inc
- [4] Baraban, R.S and Durocher, Joseph F. 2001. *Successful Restaurant Design*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc
- [5] Jex, Steve M. 2002. *Organizational Psychology*. USA : John Wiley & Sons
- [6] Lawson, F. 1998. *Restaurant, Clubs, and Bars: Planning, Design, and Investment For Food Service Facilities*. United Kingdom : Bookcraft
- [7] Pile, John F. 1988. *Interior Design*. New York : Harry N. Abrams, Inc.