

ANALISIS *STORE ATMOSPHERE* NATE BY WV CAFE DI PONTIANAK

Adiska Falconeiri Yulanda¹⁾, Vivi²⁾
adiskafy99@gmail.com¹⁾, viv_limas@yahoo.com²⁾
Politeknik Tonggak Equator

Abstract

A good store atmosphere is needed to attract more customers. It is because of the increasing number of cafes that trigger competition. This includes Nate by WV Cafe, one of the cafes in Pontianak. So, this study discusses the store atmosphere of Nate by WV Cafe based on exterior and general interior elements. This research uses descriptive research methods with qualitative analysis techniques. The data collection techniques are observation, interview, literature study, and documentation study. Interviews were conducted with the cafe owner and nine customers with at least two visits. Based on the observations and interviews, exterior elements get more good responses than the general interior. Overall, both elements are good and can give comfort, except for aspects of uniqueness, fixtures and price. There is no significant uniqueness found in this cafe, so it looks similar to the building next to it. The graded areas are narrow, have a thin cushion, and the price in the menu book is not clearly stated. So, the suggestions are to replace the table with a wider one, add cushion pads, correct the menu book, add decorations according to the theme, add the size of the marquee, and make a neon box.

Keywords: *store atmosphere, cafe, exterior, general interior*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia terus meningkat, dimana pada tahun 2018, sektor kuliner memberikan kontribusi tertinggi dengan pertumbuhan 12,7% (Trihendrawan, 2019) dan pada tahun 2020 terus meningkat hingga 0,66% (Hidayat, 2020). Pertumbuhan sektor kuliner khususnya di Kota Pontianak memberikan kontribusi sebesar 57% pada tahun 2015, dengan jumlah usaha kuliner yang terdata di Dinas Koperasi, Usaha Mikro Perdagangan Kota Pontianak pada tahun 2016 dan 2017 sebanyak 1.022 (Hendarmin & Kartika, 2018). Bisnis kafe tengah banyak diminati oleh masyarakat dan juga masih memiliki pasar yang cukup besar, yang didukung oleh hasil riset bebas Toffin dimana jumlah gerai kafe semakin bertambah, yaitu dari 1.000

pada tahun 2016 menjadi 2.950 gerai pada Agustus 2019 (Dahwilani, 2019).

Perkembangan bisnis kafe dipengaruhi oleh banyak faktor selain dikarenakan tingginya minat dari masyarakat sendiri (Dahwilani, 2019), antara lain budaya meminum kopi yang telah menjadi bagian dari gaya hidup dan tingkat konsumsi kopi yang tinggi hingga 1,4 kilo per kapita per tahun (Nasya, 2020). Selain itu, juga didukung oleh peningkatan daya beli konsumen dan adanya teknologi yang memudahkan bisnis. Perkembangan tersebut tentu memicu adanya persaingan antar bisnis kafe yang mengakibatkan tiap pengusaha kafe harus lebih kreatif dan peka akan tren dalam merencanakan bisnisnya. Oleh karena itu, perlu adanya strategi yang berbeda, yaitu dengan menyentuh pengalaman konsumen

melalui penciptaan *store atmosphere* yang baik.

Store atmosphere patut diperhatikan karena dapat membentuk pengalaman bagi konsumen (Kotler & Keller, 2012). Menurut Berman dan Evans (2018), *store atmosphere* merupakan suasana yang mengacu pada karakteristik fisik atau tampilan toko yang juga dapat membangun citra dan menarik konsumen. Hal ini dibuktikan oleh konsumen terutama kaum muda yang turut mementingkan konsep dan rasa nyaman saat bersantai disebuah kafe, terlebih dengan adanya tren berfoto di tempat yang *instagrammable*. Berman & Evans (2018) mengatakan bahwa *store atmosphere* terdiri dari beberapa elemen, yaitu *exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior (point-of-purchase) display*, serta dapat meningkatkan lingkungan fisik dan merangsang perilaku berbelanja para konsumen. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu, yaitu jurnal "Pengaruh *Store Atmosphere* (Suasana Toko) terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang)" dan jurnal "*Store Atmosphere* Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Texas Chicken Multimart II Manado" dengan hasil *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan yang ada, penting bagi *store atmosphere* untuk diciptakan dengan baik untuk bisa terus bersaing dan menarik para konsumen.

Nate by WV Cafe adalah satu diantara kafe di Kota Pontianak. Penulis menemukan beberapa permasalahan pada kafe ini. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik kafe, performa kafe dalam tiga bulan pertama telah melebihi tingkat *high sales* dan bulan berikutnya turun pada tingkat *normal sales*. Pada Google Maps, Nate by WV Cafe mendapat penilaian 4,4 terdiri dari bintang 1, 3, 4, dan 5 dari 93 ulasan. Kafe-kafe sekitar Nate by WV Cafe antara lain

Platform Cafe (4,4), Meet Up Cafe (4,5), Warunk Bossman (4,2), Cafe Light (4,3), Black Point (4,3), Cafe Tyga Per Ampat (4,4), dan Intim Cafe & Ruang Kerja (4,8). Selain itu, konsep area duduk yang bertingkat pada kafe ini tidak begitu mendapat respon positif dari beberapa konsumen. Berdasarkan hasil observasi tahap awal dan hasil ulasan konsumen di Google Maps, ditemukan permasalahan antara lain kebersihan yang kurang terjaga pada beberapa spot, ruangan yang kadang tidak terasa sejuk, variasi produk yang masih kurang, dan fasilitas yang tidak bekerja sempurna. Permasalahan-permasalahan tersebut tentu harus segera diatasi agar tetap dapat menjaga kenyamanan konsumen, karena apabila konsumen merasa hal tersebut menimbulkan ketidaknyamanan, maka bisa saja konsumen tersebut akan mempertimbangkan lagi untuk kembali berkunjung atau tidak. Oleh karena itu, faktor *store atmosphere* penting untuk diatur dengan baik oleh kafe ini.

Berdasarkan seluruh pemaparan tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana *store atmosphere* Nate by WV Cafe di Pontianak?". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *store atmosphere* Nate by WV Cafe di Pontianak. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan teori dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya terkait *store atmosphere*, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi Nate by WV Cafe terkait *store atmosphere*, dan juga untuk menambah wawasan penulis tentang *store atmosphere*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian deskriptif dengan pendekatan analisis kualitatif. Ruang lingkup penelitian ini akan berfokus pada Nate by WV Cafe yang beralamat di Jalan M. Sohor No. 47A,

Pontianak, Kalimantan Barat. Variabel yang digunakan adalah *store atmosphere* yang berfokus pada dua elemen, yaitu *exterior* dan *general interior*. Elemen *store layout* dan *interior display* tidak memungkinkan untuk diteliti karena objek penelitian berupa kafe dan juga tidak terdapat produk yang dipajang untuk dijual langsung kepada konsumen.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan studi dokumentasi. Wawancara akan dilakukan kepada pemilik Nate by WV Cafe bernama Williem sebagai narasumber dan para informan yang merupakan sembilan konsumen kafe tersebut dengan minimal kunjungan sebanyak dua kali.

Rancangan kegiatan pada penelitian ini dimulai dengan penulis melakukan observasi untuk mengumpulkan data-data terkait, melakukan wawancara, serta melengkapi data-data dengan studi kepustakaan dan dokumentasi. Penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif untuk mengolah data yang didapatkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Objek Penelitian

Nate by WV Cafe beralamat di Jalan Moh. Sohor Nomor 47A dan dirintis pada 12 Desember 2019. Kata WV berasal dari gabungan nama pemilik kafe, yaitu Bapak Williem dan Ibu Veny. Bisnis ini dimulai dari kedua pemilik yang berkuliah di Australia, dimana Bapak Williem mengambil jurusan *Finance Management* dan Ibu Veny mengambil jurusan kuliner. Dengan adanya pengalaman dan latar belakang pendidikan yang mendukung, Bapak Williem dan Ibu Veny sepakat untuk memulai bisnis *coffee shop*.

Target pasar dari Nate by WV Cafe adalah segmen menengah ke atas. Kafe ini bersaing dengan cara menyediakan produk

berbahan premium, serta keunikan seperti konsep kafe *industrial* berpadu boja dan konsep area duduk bertingkat yang terinspirasi salah satu kafe di Bali. Tema *industrial* memiliki ciri khas adanya dominasi warna gelap netral seperti hitam atau abu-abu, tampilan bangunan tidak selesai, penerapan atribut kayu atau beton, dan penggunaan lampu track. Tema boja identik dengan adanya penggunaan rotan, bunga rumput, ataupun daun *palm*.

Nate by WV Cafe memiliki dua lantai dan merupakan bangunan dalam satu kompleks ruko. Kafe ini terdiri dari area konsumen secara umum (*indoor* dan *outdoor*), area VIP untuk reservasi, area bar, dan area berfoto. Jam operasional kafe adalah pukul 10.00-22.00 pada hari Minggu hingga Jumat dan pukul 10.00-23.00 pada hari Sabtu. Karyawan kafe ini berjumlah 12 orang dengan sistem kerja *shift*, yaitu lima (5) pada bagian *floor*, dua (2) pada bagian *bar*, dan lima (5) pada bagian dapur.

Hasil Observasi

Berikut adalah hasil observasi elemen *Exterior*:

a. Store Front

Bagian depan kafe menarik dan mencolok ketika lampu telah hidup saat sore dan malam hari, bercirikan *industrial*, tampak estetik, dan dapat membangun keinginan untuk berkunjung. Selain itu, terdapat 4 meja dan 8 kursi besi hitam, 3 lampu bercahaya kuning, dan 2 lampu bercahaya putih, serta lantai berbatu putih yang membuat tampilan tidak begitu monoton.

b. Marquee

Papan nama kafe ini mengalami perubahan pada bulan April 2021. Papan nama baru kafe ini sudah lebih mencolok dan jelas terlihat bahkan dari kejauhan dengan konsep neon walaupun ukurannya masih kurang besar.

c. Entrance

Pintu masuk kafe ini memiliki ukuran sesuai (1,2 m x 3 m) dan berat yang ringan, dapat digunakan kedua daun pintunya, memiliki *door closer*, dan dapat digunakan dengan didorong ataupun ditarik. Area lantai berbatu putih mengalami perubahan sejak bulan April 2021, dimana kini area tersebut sudah memiliki pijakan sehingga lebih aman.

d. *Display Windows*

Etalase kafe inilah yang membuat tampilan kafe tampak mencolok dikarenakan sifatnya yang merupakan kaca dua arah. Hal tersebut memungkinkan konsumen dapat melihat interior kafe dan sebaliknya.

e. *Height and Size of Building*

Ukuran bangunan besar yang tampak dari jumlah lantai dan kelegaan dalam ruangnya, serta langit-langit yang tinggi.

f. *Visibility*

Secara keseluruhan, kafe ini dapat tampak dari kejauhan karena ukurannya yang besar, tetapi tampilan secara detail kurang begitu tampak.

g. *Uniqueness*

Apabila dilihat keseluruhan, tampilan kafe ini tidak memiliki keunikan yang signifikan karena mirip dengan sesama bangunan di kompleks ruko tersebut.

h. *Surrounding Area*

Lingkungan kafe ini aman dan disekitarnya terdapat PT BFI Finance, Platform Cafe, Higure Ramen, HJS Japan Agency, JJ Home Decor, Bakso Telur Asin Ahan, Cotton Bread, dan Asuransi Askrida.

i. *Parking Facilities*

Area parkir luas, terdapat tukang parkir, tarif motor sebesar Rp1.000 dan mobil sebesar Rp2.000, dan jumlah kendaraan motor biasanya lebih banyak daripada mobil.

j. *Congestion*

Luasnya area mengakibatkan minimnya kemacetan yang terjadi, kecuali apabila

terdapat konsumen lainnya yang berada di arah berlawanan pintu masuk.

Berikut adalah hasil observasi elemen *General Interior*:

a. *Flooring*

Lantai semen kafe tidak licin, aman, dan terkesan santai. Lantai berbatu putih hanya terdapat pada lantai satu, serta memberikan kesan segar dan tidak monoton.

b. *Colors and Lighting*

Warna abu-abu tampak netral serta sinergis dengan pencahayaan kafe yang dominan bercahaya kuning. Pada lantai satu terdapat 16 lampu track, 9 lampu gantung, 2 lampu gantung mekar, dan terdapat 2 tulisan *quote* berlampu neon. Pada lantai dua terdapat 20 lampu track, tulisan *quote* berlampu neon, 3 lampu gantung, dan 8 lampu gantung bertema boja di ruang VIP.

c. *Scents and Sound*

Aroma menyengat tidak ada karena sirkulasi udara bagus, dapur tertutup, dan ada penyemprotan toilet dengan pewangi aroma kopi. Musik berupa lagu barat bertempo cepat dan terkesan santai, baik *hits* ataupun tidak. Volume musik tidak konsisten sehingga terkadang menimbulkan ketidaknyamanan.

d. *Fixtures*

Perabot alat makan lengkap, berfungsi baik, dan berkarakter sesuai tema kafe. Contohnya menggunakan tapak gelas kayu dan piring keramik. Pada lantai satu terdapat 8 meja kayu persegi (150 cm x 75 cm) dan 8 kursi rotan, kursi semen memanjang yang menempel ke dinding dengan lebar 55 cm. Kemudian, 2 tingkatan area bertingkat dengan 4 meja bundar berdiameter 40 cm dan 8 bantalan dengan sisi 45 cm. Pada lantai dua terdapat sebuah meja kayu persegi sisi 150 cm dengan 4 kursi rotan, 3 tingkatan area bertingkat dengan 6 meja bundar dan 11 bantalan. Sedangkan pada ruang VIP terdapat 6 meja kayu persegi dan 12 kursi rotan. Pada outdoor, terdapat 3 meja besi sisi 45 cm dan 6 kursi besi. Meja persegi lebih

nyaman digunakan sedangkan meja bundar terasa sempit terlebih bila membawa banyak barang. Selama masa pandemic COVID-19, tersedia area cuci tangan, fasilitas hand sanitizer, dan *thermometer*.

e. *Wall Texture*

Tekstur dinding pada kafe ini terdapat jenis polos, ukiran tulisan Nate, dan ukiran persegi titik yang terlihat estetik dan proporsional, serta terdapat ornamen khusus pada lantai dua.

f. *Temperature*

Suhu pada kafe ini sudah sesuai. Jumlah *Air Conditioner* memadai, yaitu 3 pada lantai satu dan 2 pada lantai dua dengan ukuran 2 PK. Suhu yang selalu diatur pada 16 derajat Celsius tersebut membuat lebih nyaman untuk bersantai.

g. *Width of Aisle*

Lebar lorong kafe baik antara bar (1,25 m) ataupun antar meja (75 cm) sudah sesuai sehingga mudah dilewati beberapa orang tanpa kemacetan.

h. *Vertical Transportation*

Tangga pada kafe ini aman, memiliki tiga tingkatan dengan pegangan, tidak curam, dan dapat memberikan pandangan visual keseluruhan lantai satu. Jarak tinggi antar anak tangga sesuai, yaitu 17 cm.

i. *Dead Areas*

Sudut ruang pada kafe ini dimanfaatkan dengan bagus, baik dengan penempatan dekorasi ataupun barang lainnya seperti lampu berdiri. Dekorasi disesuaikan dengan tema contohnya Natal ataupun Halloween.

j. *Personnel*

Karyawan kafe ini ramah, sopan, rapi berseragamkan celemek hitam bertuliskan "Nate", tetapi sebagian karyawan baru belum memiliki pengetahuan produk yang baik. Selama pandemic COVID-19, karyawan menerapkan protokol kesehatan menggunakan masker medis, *face shield*, dan melakukan pengecekan suhu konsumen yang baru datang.

k. *Merchandise*

Menu bervariasi, mulai dari makanan pembuka, hidangan utama, makanan penutup, minuman berkafein dan non kafein. Menu favorit bertanda *love* pada buku menu, contohnya adalah *Waffle Delight* dan Nasi Fuyunghai. Produk yang disajikan segar dan berkualitas, serta memiliki menu musiman sesuai hari raya. Menu telah mengalami penambahan sebanyak 14 menu sejauh ini.

l. *Price*

Harga produk tertera jelas pada sebagian buku menu karena sebagian jilid buku kurang baik. Kisaran harga untuk menu pembuka adalah Rp18.000-Rp38.000, menu utama adalah Rp17.000-Rp53.000, menu penutup adalah Rp23.000-Rp36.000, serta menu minuman adalah Rp5.000-Rp40.000. Info promo hanya disebarluaskan melalui media sosial Instagram @Natebywv.

m. *Technology*

Sistem pembayaran lengkap, yaitu cash, kartu plastik dengan mesin EDC (kartu debit dan kartu kredit), serta *e-money* (OVO, Gopay, QRIS), sehingga memudahkan konsumen dalam membayar. Menu *scan* tersedia sehingga tidak perlu menunggu buku menu. Namun, terdapat beberapa *barcode* yang tidak terbaca. Mesin lengkap dan mempercepat proses pembuatan menu, contohnya mesin *press*, mesin *grinder*, dan mesin *espresso*.

n. *Cleanliness*

Kebersihan kafe baik, tidak terdapat debu atau sampah yang tampak mengganggu. Karyawan langsung membersihkan meja ketika konsumen meninggalkan meja, serta membersihkan seluruh kafe sebelum membuka dan setelah menutup kafe. Namun, apabila dilihat pada area detail, masih terdapat debu-debu dan sampah yang terkeluar dari tong sampah.

Wawancara Pemilik Kafe

Nate by WV Cafe bertemakan *industrial* berpadu boja. Ukuran bangunan 5,5 m x 25 m memungkinkan kafe untuk menampung 80 konsumen sekaligus. Semua perabotan

dan design kafe disesuaikan dengan tema. Karyawan mendapat *training* selama satu bulan. Menu dibuat dengan bahan premium sehingga harganya *pricy* dan mengarah pada konsumen menengah ke atas.

Wawancara Para Informan

Berikut adalah hasil wawancara untuk elemen *Exterior*:

a. *Store Front*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus terkait tampilan luar dari Nate by WV Cafe, baik karena kesan estetik, etalase yang menarik, dan arsitekturnya.

b. *Marquee*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus terkait konsep papan nama yang baru karena konsep lampu neon lebih mencolok dan terlihat jelas walaupun dari kejauhan.

c. *Entrance*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus terkait lebar, sistem tarik-dorong pintu masuk, dan konsep area berbatu yang baru pada pintu kafe karena sudah memiliki pijakan dan lebih aman.

d. *Display Windows*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena sifat kaca dua arah yang memperlihatkan interior dan suasana kafe.

e. *Height and Size of Building*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus, yaitu ukuran bangunan kafe ini besar sehingga dapat menampung banyak orang dan tidak sempit.

f. *Visibility*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus, yaitu kafe tampak dari kejauhan karena berukuran besar.

g. *Uniqueness (Keunikan)*

Mayoritas informan memberikan tanggapan kurang bagus karena tampilan luar kafe mirip dengan bangunan disebelahnya.

h. *Surrounding Area*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena lingkungan kafe yang aman dan ramai.

i. *Parking Facilities*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena lahan parkir luas dan aman.

j. *Congestion*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena lancarnya akses dari parkir menuju pintu masuk yang didukung area yang luas. Terkadang sedikit macet pada pintu masuk.

Berikut adalah hasil wawancara untuk elemen *General Interior*:

a. *Flooring*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena bahan semennya yang tidak licin dan memberikan kesan tertentu seperti adem, nyaman, serta santai. Lantai berbatu putih dikatakan memberikan kesan segar dan tidak monoton.

b. *Colors and Lighting*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena warna kafe memberikan rasa nyaman dan santai, serta sinergis dengan pencahayaan kuning yang dominan pada kafe. Para informan juga merasa bahwa cahaya tersebut nyaman bagi mata dan terkesan *warm*.

c. *Scents and Sound*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena tidak terdapat aroma menyengat dan musik yang ada membuat suasana menjadi tidak bosan. Sirkulasi udara lancar dan didukung area dapur yang tertutup. Namun, dikatakan volumenya tidak konsisten sehingga menimbulkan ketidaknyamanan.

d. *Fixtures*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus, seperti berfungsi baik, tampak estetik, dan sesuai tema, kecuali pada area bertingkat karena ukuran meja sempit dan bantalannya tipis.

e. *Wall Texture*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus, yaitu desain terstruktur dinding sudah proporsional dan tampak menarik, serta cocok dengan tema kafe. Ornamen pada lantai dua juga dirasa menambah kesan estetik tanpa membuat tampilan terlalu ramai.

f. *Temperature*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus terkait suhu yang sesuai karena tidak begitu panas ataupun dingin, dan membuat nyaman untuk bersantai.

g. *Width of Aisle*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena lebar sehingga nyaman ketika lewat bahkan oleh beberapa orang sekaligus.

h. *Vertical Transportation*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena aman dengan adanya pegangan dan sudut tangga yang sesuai, serta dapat terlihat keseluruhan lantai satu hingga 70%.

i. *Dead Areas*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena dimanfaatkan dengan baik.

j. *Personnel*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena ramah dan rapi. Namun, karyawan kafe yang baru masih kurang memiliki pengetahuan produk.

k. *Merchandise*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena bervariasi dan berkualitas. Para informan juga berpendapat jika menu minuman kafe ini masih perlu ditambahkan.

l. *Price*

Mayoritas informan memberikan tanggapan kurang bagus karena buku menu memiliki jilid yang kurang baik sehingga menutupi harga dari menu.

m. *Technology*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena merasa terbantu

dengan sistem pembayaran yang lengkap, menu *scan*, dan fasilitas mesin yang membantu. Namun, beberapa informan mengalami menu *scan* terkadang sulit terbaca.

n. *Cleanliness*

Mayoritas informan memberikan tanggapan bagus karena tidak terdapat debu atau kotoran yang benar-benar mengganggu. Namun, para informan juga masih mendapati adanya debu-debu dan sarang laba-laba apabila diperhatikan secara saksama, serta bantal kursi yang tampak kusam.

Pembahasan

Berikut pembahasan untuk elemen *Exterior*:

a. *Store Front*

Menurut Berman & Evans (2018), *store front* mencakup keseluruhan fisik toko dan berfungsi untuk memikat para konsumen agar memiliki keinginan untuk berkunjung. Mayoritas informan mengatakan bahwa tampilan luar menarik dari segi konsep papan nama, dekorasi, dan etalase. Hal tersebut dibuktikan observasi, yaitu *store front* menarik dan mencolok ketika lampu telah hidup, estetik, dan dapat membangun keinginan untuk berkunjung. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *store front* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

b. *Marquee*

Menurut Berman & Evans (2018), papan nama adalah simbol yang dikombinasikan dengan logo ataupun slogan, dan harus dibuat menarik, baik dari segi pewarnaan ataupun pencahayaan. Mayoritas informan mengatakan bahwa konsep papan nama neon terlihat mencolok dan jelas. Hal tersebut dibuktikan hasil observasi, yaitu konsep neon menarik, mencolok dan jelas. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *marquee* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

c. *Entrance*

Menurut Berman & Evans (2018), pintu masuk harus dibuat sesuai karakteristik toko dan memperhatikan jumlah pintu, jenis pintu, kelancaran, dan ukuran pintu. Mayoritas informan mengatakan bahwa lebar dan jenis pintu tarik-dorong sesuai, dan dapat dilalui dengan mudah bahkan oleh dua hingga tiga orang sekaligus. Area berbatu putih di sekitar pintu masuk juga dirasa nyaman dan aman karena telah memiliki pijakan. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, dimana jenis pintu masuk sudah sesuai dan memiliki ukuran yang memadai. Area berbatu putih disekitar pintu telah memiliki pijakan yang nyaman dan aman. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *entrance* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

d. *Display Windows*

Menurut Berman & Evans (2018), etalase harus dirancang dengan baik dan *eye-catching* karena berfungsi untuk memikat dan membangun perasaan membeli. Mayoritas informan mengatakan bahwa etalase tampak menarik, bersih dan terbuka, serta sifat kaca dua arah memperlihatkan interior kafe. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, dimana etalase menarik ketika lampu telah hidup dan memperlihatkan interior kafe yang menarik. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *display windows* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

e. *Height and Size of Building*

Menurut Berman & Evans (2018), terdapat bangunan yang disamarkan ataupun tidak. Bangunan yang tidak disamarkan dapat terlihat jelas oleh pejalan kaki secara keseluruhan. Mayoritas informan mengatakan bahwa ukuran bangunan besar karena terdapat *space* dan dapat menampung banyak konsumen. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil wawancara pemilik kafe, yaitu kafe berukuran 5,5 m x 25 m dan dapat

menampung hingga 80 konsumen sekaligus. Selain itu, juga dibuktikan oleh hasil observasi, yaitu ukuran bangunan besar karena dapat terlihat dari kejauhan. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *height and size of building* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

f. *Visibility*

Menurut Berman & Evans (2018), perancangan papan nama dan etalase harus mempertimbangkan jarak penglihatan, agar mudah mendapat perhatian konsumen. Mayoritas informan mengatakan bahwa kafe masih terlihat dari kejauhan karena berukuran besar dan papan nama lebih jelas saat malam karena berkonsep neon. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, yaitu pada kedua jalur Jalan M. Sohor, kafe ini masih terlihat jelas karena berukuran besar dan papan nama terlihat jelas. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *visibility* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

g. *Uniqueness* (Keunikan)

Menurut Berman & Evans (2018), keunikan yang dimiliki sebuah toko lebih dapat menarik perhatian konsumen, contohnya melalui etalase yang dekoratif ataupun ukuran bangunan yang berbeda dari sekitarnya. Mayoritas informan mengatakan bahwa tidak terdapat keunikan pada bagian luar Nate by WV Cafe karena bentuk bangunan yang sama dengan bangunan sebelahnya dan tidak terdapat dekorasi yang unik. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil wawancara pemilik kafe dimana bangunan kafe ini memang disewa pada kompleks ruko tersebut. Selain itu, juga didukung oleh hasil observasi, yaitu tidak terlihat keunikan yang signifikan dari kafe tersebut karena cenderung mirip dengan bangunan disebelahnya. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *uniqueness* kurang baik

sehingga mengurangi *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe dan sebaiknya diperbaiki.

h. *Surrounding Area*

Menurut Berman & Evans (2018), aspek ini dapat mempengaruhi citra dan persepsi konsumen terhadap toko. Mayoritas informan berpendapat bahwa lingkungan sekitar kafe aman karena tidak pernah mendengar kriminalitas ataupun mengalami kejadian sejenis. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi dimana tidak pernah terjadi kasus kriminalitas seperti kehilangan helm dan lainnya. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *surrounding area* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

i. *Parking Facilities*

Menurut Berman & Evans (2018), fasilitas parkir yang luas, gratis, dan berjarak dekat dengan kafe dapat meningkatkan citra dari toko. Mayoritas informan mengatakan bahwa area parkir luas karena satu komplek ruko dan berjarak dekat. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, dimana area parkir kafe luas dan dapat parkir dimanapun pada komplek ruko tersebut. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *parking facilities* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

j. *Congestion*

Menurut Berman & Evans (2018), area parkir hingga pintu masuk harus dipastikan tidak memicu kemacetan atau menciptakan kerumunan. Kemacetan dapat mempengaruhi *mood* dari konsumen sehingga menghabiskan lebih sedikit waktu untuk berbelanja. Mayoritas konsumen mengatakan bahwa tidak pernah mengalami kemacetan dikarenakan area yang luas dan tidak terdapat *delay*, kecuali pada pintu masuk ketika terdapat konsumen lainnya. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, yaitu tidak terdapat kemacetan karena area luas, tidak terdapat hambatan, kecuali terkadang pada area pintu masuk. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek

congestion sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

Berikut pembahasan untuk elemen *General Interior*:

a. *Flooring*

Menurut Berman & Evans (2018), pemilihan lantai baik dari segi bahan, warna, ataupun desain, dapat menciptakan persepsi tertentu bagi konsumen. Mayoritas informan mengatakan bahwa lantai semen kafe aman dan tidak licin, serta memberikan kesan netral, bersih, dan nyaman. Sedangkan untuk lantai berbatu putih memberikan kesan estetik dan tidak monoton. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, yaitu lantai semen aman, tidak licin, serta memberikan kesan nyaman dan santai. Sedangkan lantai berbatu putih memberikan kesan segar dan tidak monoton. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *flooring* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

b. *Colors and Lighting*

Menurut Berman & Evans (2018), perbedaan pewarnaan dan pencahayaan akan menciptakan *store atmosphere* yang berbeda pula. Mayoritas informan mengatakan bahwa warna abu-abu tampak adem dan minimalis, nyaman dan sesuai dengan pencahayaan. Pencahayaan kafe dirasa memadai dan nyaman bagi mata terutama pencahayaan kuningnya, karena hangat dan tidak silau. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, dimana warna tersebut nyaman dan adem, karena satu *tone* dan sinergis dengan pencahayaan kuning yang nyaman bagi mata. Berdasarkan teori dan pernyataan yang dipaparkan, aspek *colors and lighting* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

c. *Scents and Sound*

Menurut Berman & Evans (2018), aroma dan bunyi dapat mempengaruhi suasana hati konsumen sehingga harus

diciptakan dengan sesuai. Mayoritas informan mengatakan bahwa tidak terdapat aroma menyengat karena sirkulasi udara yang baik dan tidak ada konsumen yang merokok. Sedangkan musik pada kafe memiliki volume tidak konsisten dan tidak meningkatkan suasana hati. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, dimana tidak terdapat aroma menyengat karena sirkulasi udara lancar dan dapur tertutup. Sedangkan volume musik pada kafe terkadang telah sesuai. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *scents and sounds* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

d. *Fixtures*

Menurut Berman & Evans (2018), jenis dan peletakan perabot didasarkan oleh kepentingan fungsi dan estetika. Mayoritas informan mengatakan bahwa perabotan bekerja baik, karakter sesuai tema, meja persegi nyaman karena lebar, tetapi meja area bertingkat terlalu sempit dan bantalannya tipis. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi dimana perabotan berfungsi baik, sesuai tema, area meja persegi nyaman, tetapi area bertingkat dirasa kurang nyaman karena mejanya berukuran sempit terlebih jika membawa beberapa barang. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *fixtures* kurang baik sehingga mengurangi *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe dan sebaiknya diperbaiki.

e. *Wall Texture*

Menurut Berman & Evans (2018), tekstur pada dinding akan menciptakan kesan tertentu bagi konsumen. Mayoritas informan mengatakan bahwa tekstur dinding tidak monoton karena terdapat ornamen. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil observasi, dimana terdapat ornamen dan proporsional, serta tampak estetika. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *wall texture* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

f. *Temperature*

Menurut Berman & Evans (2018), suhu dapat disesuaikan dengan jumlah dan penempatan pendingin udara yang tepat. Suhu yang sesuai akan mempengaruhi kenyamanan sehingga konsumen betah untuk berbelanja lebih lama. Mayoritas informan mengatakan bahwa suhu kafe sudah sesuai, karena tidak terlalu panas ataupun dingin. Suhu juga membuat betah dan meningkatkan kenyamanan. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, dimana suhu kafe sesuai karena memiliki pengaturan, jumlah, dan penempatan pendingin ruangan yang tepat, serta meningkatkan kenyamanan saat bersantai dan membuat betah. Berdasarkan teori dan pernyataan yang dipaparkan, aspek *temperature* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

g. *Width of Aisle*

Menurut Berman & Evans (2018), lorong yang lebar dapat meningkatkan kenyamanan bagi konsumen. Mayoritas informan mengatakan bahwa lebar lorong baik antar meja ataupun dengan bar telah memadai karena dapat dilalui dengan mudah bahkan oleh beberapa orang sekaligus. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil observasi, dimana lebar lorong antar meja dan bar telah sesuai, karena dapat dilewati dengan nyaman dan mudah bahkan oleh beberapa orang sekaligus. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *width of aisle* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

h. *Vertical Transportation*

Menurut Berman & Evans (2018), transportasi vertikal digunakan sebagai akses menuju lantai lainnya, contohnya adalah tangga, *lift*, atau eskalator. Mayoritas informan mengatakan bahwa tangga kafe ini aman karena memiliki pegangan, tidak curam, dan ukuran pijakan yang sesuai. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, dimana kafe yang terdiri dari dua lantai ini

dihubungkan dengan transportasi vertikal berupa tangga yang aman, memiliki pegangan besi, ukuran dan jarak pijakan yang memadai, dan tidak licin. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *vertical transportation* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

i. *Dead Areas*

Menurut Berman & Evans (2018), area mati merupakan sudut ruang yang tidak dapat diatur dengan tampilan yang normal. Sudut tersebut pada umumnya terletak didekat transportasi vertikal ataupun area tertentu. Mayoritas informan mengatakan bahwa tidak terdapat area mati karena digunakan dengan baik dengan penempatan dekorasi. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil observasi, yaitu tidak terdapat area mati karena sudut ruang dimanfaatkan dengan baik dan proporsional. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *dead areas* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

j. *Personnel*

Menurut Berman & Evans (2018), karyawan toko yang ramah, rapi, sopan, dan memiliki pengetahuan produk akan membuat konsumen merasa nyaman. Kualitas pelayanan yang baik akan membantu meningkatkan citra dari toko tersebut. Mayoritas informan mengatakan bahwa karyawan Nate by WV Cafe ramah, sopan, rapi, dan sebagian memiliki pengetahuan produk yang baik. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, dimana karyawan kafe ramah, sopan, dan berseragam. Namun, karyawan kafe baru cenderung belum memiliki pengetahuan produk yang baik. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *personnel* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

k. *Merchandise*

Menurut Berman & Evans (2018), produk yang bervariasi serta berkualitas

bagus akan meningkatkan citra toko. Mayoritas informan mengatakan bahwa menu bervariasi, dan berkualitas baik. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil observasi, yaitu menu bervariasi karena menyediakan menu pembuka hingga penutup. Kualitas dari produk kafe ini baik karena terasa *fresh* dan enak. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *merchandise* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

l. *Price*

Menurut Berman & Evans (2018), harga sebaiknya tertera jelas agar membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian produk. Mayoritas informan mengatakan bahwa harga membantu dalam memilih produk tetapi tidak tertera jelas karena sebagian buku menu memiliki jilid yang kurang baik. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil observasi, yaitu harga membantu memilih produk dan memudahkan karena sudah termasuk pajak. Namun, jilid buku menu yang kurang baik menutupi harga. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *price* kurang baik sehingga mengurangi *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe dan sebaiknya diperbaiki.

m. *Technology*

Menurut Berman & Evans (2018), teknologi pada sebuah toko bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan kecepatan operasional. Mayoritas informan mengatakan bahwa sistem pembayaran dan menu digital memudahkan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil observasi, yaitu sistem pembayaran pada kafe beragam dan terdapat menu digital dan mesin pembuat menu. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *technology* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

n. *Cleanliness*

Menurut Berman & Evans (2018), kebersihan hingga pada detail akan membuat konsumen nyaman. Toko yang tidak terawat

akan memiliki citra yang buruk, walaupun memiliki bangunan yang besar dan mewah. Mayoritas informan mengatakan bahwa kebersihan kafe baik. Namun, secara detail masih kurang baik, seperti pada lampu dan bantal. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil observasi, yaitu tidak terdapat kotoran yang mengganggu sehingga kafe tampak bersih secara keseluruhan. Apabila diperhatikan lebih detail akan tampak debu pada area tertentu. Berdasarkan pemaparan tersebut, aspek *cleanliness* sudah baik sehingga dapat meningkatkan *store atmosphere* dari Nate by WV Cafe.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Exterior*

Secara keseluruhan, elemen eksterior dari Nate by WV Cafe mendapat hasil observasi dan tanggapan yang bagus dari para informan, kecuali pada aspek *Uniqueness*. Tampilan luar kafe dapat membuat konsumen tertarik berkunjung terutama dari segi lantai berbatu yang berbeda dari kafe pada umumnya, papan nama dengan lampu neon, serta etalase yang menunjukkan lampu dan interior kafe yang menjadikannya tampak menarik dan estetik. Papan nama sudah mencolok dan terlihat jelas, serta tampak dari kejauhan. Begitu pula dengan tampilan luar karena didukung ukuran bangunan yang besar. Kafe ini memiliki lingkungan sekitar yang aman dan area parkir yang luas. Dengan luasnya area, minim terjadi kemacetan hingga menuju pintu masuk yang berjarak dekat dan memiliki lebar yang sesuai. Namun, pada tampilan luar tidak memiliki keunikan yang signifikan. Hal tersebut dikarenakan tampilan luar kafe yang standar dan mirip dengan tampilan sesama bangunan lainnya di kompleks ruko tersebut.

2. *General Interior*

Secara keseluruhan, elemen *general interior* dari Nate by WV Cafe mendapat hasil observasi dan tanggapan yang bagus dari para informan, kecuali pada aspek *Fixture* dan *Price*. Lantai semen kafe ini tidak licin, serta memberikan kesan santai dan nyaman bagi konsumen. Sedangkan lantai berbatu berwarna putih memberikan kesan menarik, segar, tidak monoton, dan *eye-catching*. Warna pada kafe sesuai dengan tema kafe, serta memberikan kesan netral, santai, nyaman, dan adem bagi konsumen. Selain itu, warnanya sinergis dengan pencahayaan kafe yang telah memadai dan nyaman bagi mata para konsumen. Tidak terdapat aroma menyengat pada kafe ini karena sirkulasi udaranya yang lancar dan dapur yang tertutup. Musik pada kafe membuat suasana kafe tidak bosan. Namun, musik yang diputar tidak memiliki pengaturan volume yang konsisten sehingga terkadang mengganggu konsumen saat bersantai dan berbicara. Perabot dari kafe ini lengkap, berfungsi dengan baik, serta sesuai dengan tema kafe. Namun, meja pada area bertingkat memiliki ukuran yang terlalu sempit sehingga kurang nyaman digunakan, serta berbusa tipis. Suhu dan lebar Lorong sudah sesuai, serta tangganya aman. Dinding dan sudut ruang didesain serta dimanfaatkan dengan baik. Karyawan kafe ramah, rapi, dan cukup memiliki pengetahuan produk. Menu bervariasi walau terdapat buku menu dengan jilid kurang baik, sehingga harga tertera kurang jelas. Sistem pembayaran kafe ini memudahkan serta memiliki mesin-mesin yang mempercepat proses pembuatan menu. Secara keseluruhan, kafe ini bersih dan nyaman untuk bersantai.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang dapat diberikan, yaitu:

1. *Exterior*

- a. Membuat *neon box* agar lebih mudah terlihat dan mendapat perhatian ketika konsumen mencari lokasi kafe ataupun

- bagi masyarakat yang sekadar melewati kafe.
- b. Menghidupkan lampu teras kafe pada siang hari agar kafe lebih tampak dan mudah mendapat perhatian masyarakat yang melewati kafe.
 - c. Memperbesar ukuran papan nama kafe dan mengganti warna latar belakang yang lebih kontras agar lebih tampak jelas.
 - d. Menambah tanaman hias yang sesuai dengan tema agar terdapat dekorasi pada bagian luar kafe.
 - e. Mewajibkan konsumen untuk cuci tangan sebelum memasuki kafe.
 - f. Melakukan pengukuran suhu pada konsumen sebelum memasuki kafe agar lebih aman.
2. *General Interior*
- a. Melakukan pembersihan rutin pada ruangan dan peralatan secara detail, seperti penggantian sarung bantal, tong sampah, dan pengelapan sisi lampu.
 - b. Memperbaiki jilid buku menu agar tidak terdapat kalimat yang tertutup atau sulit terbaca.
 - c. Melakukan pergantian berkala terhadap *barcode* untuk mengantisipasi adanya kerusakan atau gagal *scan*, serta diberi plastik agar tidak mudah rusak.
 - d. Memberikan pelatihan kepada karyawan dengan lebih baik agar karyawan baru dapat cepat menyesuaikan dan mempunyai pengetahuan produk yang baik.
 - e. Menambah jumlah menu, terutama pada menu berkafein pada *beverage*.
 - f. Mengganti meja bundar pada area duduk bertingkat dengan meja yang berukuran yang lebih lebar.
 - g. Membuat pengaturan volume musik yang sesuai dan konsisten.
 - h. Menambah busa pada bantalan di area duduk bertingkat agar lebih empuk ketika diduduki.
 - i. Memberi bantal pada tiap kursi rotan.
 - j. Mewajibkan konsumen untuk menggunakan *hand sanitizer* yang telah disediakan.
 - k. Memperlebar jarak lorong antar meja di masa pandemic COVID-19.
 - l. Memperketat protokol kesehatan karyawan.

5. REFERENSI

- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). Retail management : A Strategic Approach. In *Retail management : A Strategic Approach. 1995: Prentice Hall*.
- Dahwilani, D. M. (2019). Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia. *Inews.Id*. <https://www.inews.id/travel/kuliner/d-ata-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Hendarmin, H., & Kartika, M. (2018). Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 58. <https://doi.org/10.26418/jebik.v7i1.24578>
- Hidayat, A. (2020, November 8). Sektor industri makanan dan minuman diprediksi tumbuh 2%-3% tahun ini. *Kontan.Co.Id*. <https://industri.kontan.co.id/news/sektor-industri-makanan-dan-minuman-diprediksi-tumbuh-2-3-tahun-ini>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall. <https://doi.org/10.1017/cbo9781139174749.022>
- Nasya, C. (2020). Jumli Sebut Berkumpul di Warung Kopi Jadi Tren, Isi dengan Hal Positif dan Jaga Ketertiban. *Tribunnews.Com*. <https://bangka.tribunnews.com/2020/08/19/jumli-sebut-berkumpul-di-warung-kopi-jadi-tren-isi-dengan-hal-positif-dan-jaga-ketertiban?page=2>
- Trihendrawan, N. (2019). Sektor Kuliner

Indonesia Tumbuh 12,7%.
Sindonews.Com.
<https://ekbis.sindonews.com/berita/1388028/34/sektor-kuliner-indonesia-tumbuh-127>