

Analisis Deskriptif Authentic Atmospherics

Oce Ridwanudin, Tita Rostika Dewi
Universitas Pendidikan Indonesia
oce_upi@upi.edu

Abstract—The number of guests who make purchases at the Sapulidi Resto, Resort Restaurant, and Gallery, a themed restaurant in Bandung, does not match the targets set by the management. The management has established authentic atmospherics scape to stimulate guests who come and make purchases. This study aims to obtain findings on the description of authentic atmospherics space implemented in the restaurant. The type of research used is descriptive analysis with the method used is explanatory survey and cross sectional technique. A total of 100 guests at the restaurant became the unit of analysis of this research. The result of data processing showed that the music dimension got the highest value while the furnishing dimension got the lowest value.

Keywords— authentic atmospherics; restaurant

Abstrak— Jumlah tamu yang melakukan pembelian di restoran Sapulidi Resto, Resort and Gallery Bandung tidak sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen. Sapulidi Resto, Resort and Gallery Bandung menetapkan authentic atmospherics guna merangsang tamu yang datang dan melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan mengenai gambaran authentic atmospherics. Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan metode yang digunakan adalah explanatory survey dan pendekatan cross sectional. Sebanyak 100 tamu Sapulidi Resto Resort and Gallery Bandung yang dijadikan sebagai unit analisis. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa dimensi music memperoleh nilai tertinggi sedangkan dimensi furnishing memperoleh nilai terendah.

Kata kunci— atmosfer otentik; restoran

I. PENDAHULUAN

Bandung merupakan salah satu destinasi pariwisata di Jawa Barat yang memiliki banyak potensi pariwisata untuk dapat dikembangkan, selain wisata budaya, wisata belanja, dan wisata alam, wisata kuliner pun turut membantu perkembangan pariwisata di Kota Bandung. Seperti halnya pada industri restoran dimana semakin banyak jumlah restoran yang bermunculan dengan berbagai macam jenis masakan yang ditawarkannya mulai dari masakan western seperti halnya Angus House Steak, Cafe Venezia, Suiz Butcher, sampai dengan masakan tradisional seperti Kampung Daun, Dapoer Kayoe, D'Seuhah Da Lada, Mang Engking, Kampung Rasa, RM. Khas Sunda Lembang Nikmat, Sindang Reret, Sangkuriang, Bumbu Desa, AA Laksana, Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery.

Restoran Sunda tersebut mengusung tema atau konsep yang berbeda satu sama lainnya. Seperti halnya Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung menghadirkan konsep makan di persawahan dengan nuansa sunda yang kental. Sehingga apabila tamu bersantap di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung seolah-olah tamu tersebut menjadi seorang petani dan menyantap makanan di saung/gubuk yang berada di tengah-tengah sawah dengan diiringi

alunan music gamelan khas sunda. Tabel 1 menunjukkan jumlah tingkat kunjungan di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung dari tahun 2013 hingga tahun 2015.

TABEL 1. JUMLAH PENGUNJUNG SAPU LIDI RESTO, RESORT, AND GALLERY BANDUNG TAHUN 2013-2015

BULAN	TAHUN		
	2013	2014	2015
Januari	22.335	24.375	22.678
Februari	11.789	12779	12.897
Maret	13.678	15878	14.678
April	14.332	15932	15.98
Mei	13.476	14976	15.654
Juni	15.891	15800	15.999
Juli	15.389	15999	17.889
Agustus	12.456	14756	14.556
September	12.354	14754	12.384
Oktober	10.791	13991	11.991
November	11.792	17892	12.992
Desember	25.678	26978	28.888
JUMLAH	179.961	204.110	182.587

Sumber: Management Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung (2016)

Tabel 1 menjelaskan bahwa tingkat kunjungan tamu Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung pada tahun 2015 mengalami mengalami penurunan dari tahun 2014 sebesar 21.523. Sedangkan pada tahun 2014 terlihat jumlah kenaikan tamu sebanyak 24.149 dari tahun sebelumnya. Penurunan tersebut disebabkan karena banyak bermunculan restoran dengan konsep serupa dan bahkan

restoran-restoran lain yang memiliki konsep selain restoran sunda di wilayah Kota Bandung, sehingga tamu atau wisatawan memiliki lebih banyak pilihan untuk menikmati masakan-masakan yang ada di Kota Bandung. Apabila kondisi tersebut tidak segera diatasi, maka akan berdampak terus menerus terjadi penurunan tamu yang berkunjung ke restoran setiap tahunnya, tingkat profitabilitas akan mengalami penurunan yang signifikan, sehingga disinyalir akan merugikan perusahaan dimana kondisi tersebut dapat mengancam eksistensi Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery.

Strategi yang dilakukan Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung melalui penambahan menu setiap 6 bulan sekali, melakukan promosi dengan cara membuat brosur, website, sosial media, dan mensponsori beberapa kegiatan event-event pariwisata. Selain itu, perusahaan pun mengedepankan tema yang menjadikan ciri khasnya dengan keotentikan budaya sunda melalui atmosfer yang diciptakan yang bertujuan untuk memberikan suatu nilai tambah bagi para tamu yang berkunjung ke restoran. Istilah tersebut dikenal sebagai *Authentic Atmospheres*.

Authentic Atmospheres pada restoran tersebut dikomunikasikan melalui *Furnishing*, seperti penambahan beberapa kursi di bagian depan restoran untuk tamu waiting list, Terdapat meja dan kursi makan yang terbuat dari material kayu, kursi resepsionis yang terbuat dari material kayu yang berbentuk seperti meja. *Decoration*, Perubahan pada dekorasi lampu dimana sebelumnya hanya dipasang biasa tanpa ditutupi bambu, menjadi ditutupi bambu, Penambahan gerobak es krim tradisional dan es campur. terdapat kentongan di setiap saung tempat makan, motor dan sepeda jaman dulu yang menghiasi bagian depan restoran, serta lukisan-lukisan *vintage* di beberapa bagian restoran. *Music*, pemutaran iringan gamelan tradisional sunda. Menu presentation, terdapat berbagai pilihan menu yang dapat mengakomodir berbagai selera pelanggan, menu makanan disajikan dengan nama-nama unik, menu makanan khas tradisional sunda.

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh temuan mengenai gambaran *authentic atmospherics* di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung

II. KAJIAN PUSTAKA

A. *Authentic Atmospherics*

Ethnic restaurant adalah sebuah restoran yang menggabungkan antara tema atau konsep

yang mengarah kepada sebuah etnis suatu daerah dengan masakan guna menambah pengalaman bagi para konsumennya (Walker, 2009:218; Barrows et al, 2012:73). Keotentikan mengedepankan makanan dan karakteristik suatu tradisi budaya daerah tertentu sehingga dapat mencerminkan rasa sebenarnya dengan lingkungan budaya dari etnis tertentu (Ebster dan Guist, 2004:43, dalam Maria Anggia, 2014:978; Verbeke dan López, 2005 dalam Jang et al, 2012:993). Lingkungan unik dari sebuah restoran etnik dapat menambah nilai kesenangan bagi konsumen yang tercermin dalam keaslian makanan dan untuk merasakan atau mengalami budaya lain serta sebagai sarana komunikasi antara makanan, budaya asing dan pelanggan lokal (Jang dan Ha, 2012:204; Van den Berghe 1984, dalam Clemes, 2013:414; Wood dan Munoz 2007, dalam Jang et al, 2011:663)

Keberadaan aspek atmosfer pada sebuah restoran menjadi salah satu alasan timbulnya keinginan bagi konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Hughes, 1995; Wang, 1999; Kim et.al, 2009; dalam Jahromy & Tajik, 2011:17 berpendapat bahwa “keotentikan dianggap sebagai salah satu faktor yang berpengaruh dalam pengalaman wisatawan dalam mengunjungi suatu restoran. Keotentikan berkonotasi asal dan budaya tradisional, rasa yang asli, nyata dan unik.”

Beardsworth dan Bryman, 1999; Liu dan Jang, 2009, dalam Jang et al, 2011:667 mengungkapkan bahwa “*authentic atmospherics* adalah penggunaan seni, etnik, dekorasi, musik, teras luar, nama, dan berbagai penanda klasik untuk membuat sebuah pengaturan khusus yang menempatkan tuntutan untuk menjadi cerminan dari beberapa keeksotisan tapi mampu mengenalkan suatu budaya.” Menurut Ebster and Guist (2005) dalam Lu et al (2015:37)

Authentic telah dikategorikan menjadi tiga dimensi yaitu: (1) Objektif, yaitu bahwa keotentikan dapat dinilai berdasarkan atas kenyataan atau tujuan standar seperti bahan baku makanan, proses persiapan makanan, pengaturan dekorasi *indoor* dan *outdoor* restoran, seragam karyawan dan perilaku layanan; (2) Konstruktif, yaitu bahwa persepsi sosial dan pribadi dibangun dari benda-benda dan budaya dari pengamatan unik bukan sebagai representasi obyektif berdasarkan atas kenyataan atau tujuan standar; (3) *Postmodern*, yaitu bahwa *inauthenticity* itu tidak masalah karena keaslian bukan tentang apakah sesuatu itu nyata atau diadakan, asli atau direplikasi tapi itu adalah tentang berapa banyak ilusi menyenangkan itu diciptakan.

Jang et al (2011:667) mengatakan bahwa *authentic atmospherics* dibentuk melalui *Furnishing*, merupakan salah satu komponen desain yang paling penting yang dapat mempengaruhi persepsi dan evaluasi konsumen. *Decoration*, adalah item yang paling penting yang terkait dengan keaslian di restoran. *Music*, merupakan perwakilan dari budaya tertentu. *Menu presentation*, mengacu pada bagaimana suatu makanan secara menarik digambarkan sebagai isyarat nyata untuk evaluasi persepsi pelanggan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini meneliti tentang analisis deskriptif *authentic atmospherics* di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung yang terdiri dari *furnishing*, *decoration*, *music* dan *menu presentation*. Unit analisis pada penelitian ini adalah tamu Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung sebanyak 100 tamu dari populasi sebanyak 182.587 tamu pada tahun 2016. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan adalah cross sectional. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

TABEL 2. KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN DEMOGRAFI

	Demografi	Frekuensi
Jenis Kelamin	Pria	56
	Wanita	44
Usia	20-24 tahun	26
	25-29 tahun	19
	30-34 tahun	16
	35-39 tahun	28
	>39 tahun	11
Asal Tinggal	Bandung	39
	Luar Bandung	61
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	15
	PNS	13
	Wiraswasta	24
	Pegawai Swasta	40
	Lainnya	8
Penghasilan	Rp. 1juta - Rp2,5 juta	35
	Rp. 2,6 juta – 5 Juta	38
	>Rp. 5 Juta	27

Sumber: Hasil pengolahan data (2017)

Tabel 2 menjelaskan bahwa dari 100 responden yang menjadi unit analisis, responden yang berjenis kelamin pria dan wanita masing-masing sebesar 56 dan 44 responden. Hal ini dikarenakan pria lebih menyukai restoran bernuansa otentik. Berdasarkan kategori usia, rentang usia 35-39 tahun merupakan rentang usia yang paling banyak mengunjungi restoran Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung, diikuti oleh responden yang berusia 20-24 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa restoran otentik digemari oleh kalangan dewasa

dan anak muda. Sedangkan rentang usia >39 tahun merupakan rentang usia yang paling sedikit mengunjungi restoran, karena untuk usia tersebut lebih menyukai untuk makan dirumah ditambah dengan faktor fisik yang tidak lagi seperti anak muda.

Tabel 2 di atas juga memperlihatkan bahwa responden terbanyak dalam berkunjung ke restoran merupakan responden yang berasal dari luar Bandung sebesar 61 responden, sisanya berasal dari Kota Bandung. Selain itu, pegawai swasta merupakan pekerjaan responden yang paling banyak dalam berkunjung ke restoran, yaitu sebesar 40 responden serta responden yang berkunjung ke Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung berpenghasilan Rp. 2,6 Juta – 5 Juta merupakan responden terbanyak. Hal tersebut memperlihatkan bahwa pegawai swasta yang berpenghasilan 2,6 juta-5 juta mencari suasana baru setelah bekerja seharian atau untuk keluar dari rutinitas dengan menikmati hidangan otentik dari Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan mengenai *Authentic atmospherics* di Sapu Lidi Resto, Resort and Gallery Bandung terdiri dari empat dimensi, yaitu *furnishing*, *decoration*, *music*, dan *menu presentation* dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah.

TABEL 3. REKAPITULASI HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP *Authentic Atmospherics* DI SAPU LIDI RESTO, RESORT AND GALLERY BANDUNG

No	Sub Variabel	Total Skor	Jmlh Pertanyaan	Skor Rata-rata	%
1	<i>Furnishing</i>	1420	4	355,00	23,75
2	<i>Decorati on</i>	1102	3	367,33	24,58
3	<i>Music</i>	787	2	393,50	26,33
4	<i>Menu Presenta tion</i>	2273	6	378,83	25,34
Total		5582	15	1494,66	100

Sumber: Hasil pengolahan data 2017

Tabel 3 menunjukkan bahwa dimensi yang memperoleh skor rata-rata tertinggi adalah *music* dengan perolehan skor sebesar 393,50 atau sebesar 26,33%. *Menu Presentation* dan *Decoration* memiliki skor rata-rata masing-masing sebesar 378,83 dan 367,33 dengan presentase masing-masing sebesar 25,34% dan 24,58%. Sementara dimensi yang memiliki skor rata-rata terendah adalah *furnishing* sebesar 355,00 atau dengan total persentase sebesar 23,75%.

Untuk mengetahui kedudukan skor ideal *authentic atmospherics* secara keseluruhan,

maka perlu dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Nilai Indeks Maksimum = skor tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

$$NIMax = 5 \times 15 \times 100 = 7500$$

Nilai Indeks Minimum = skor terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

$$NIMin = 1 \times 15 \times 100 = 1500$$

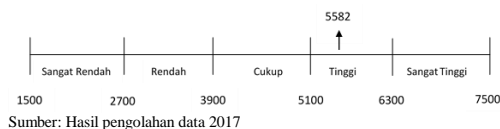
Jenjang Variabel = nilai indeks maksimum - nilai indeks minimum

$$JV = 7500 - 1500 = 6000$$

Jarak Interval = jenjang variabel : banyak kelas interval

$$JI = 6000 : 5 = 1200$$

Berdasarkan perhitungan keseluruhan *authentic atmospherics* yang dirasakan tamu Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung diperoleh skor sebesar 5582 dari skor ideal yaitu 7500. Berikut adalah Gambar posisi garis kontinum mengenai *authentic atmospherics*:



Sumber: Hasil pengolahan data 2017

GAMBAR 1 GARIS KONTINUM *AUTHENTIC ATMOSPHERICS*

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Gambar 1 menjelaskan nilai kontinum rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai *authentic atmospherics* di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung yang dirasakan yaitu sebesar 5582 yang tergolong pada kategori yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja variabel *authentic atmospherics* yang ada di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung sudah baik karena Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung selalu menjaga kinerja *authentic atmospherics* sebagai tema atau konsep yang dapat memberikan nilai tambah bagi para tamu dan sebagai pembeda dengan para pesaingnya.

V. KESIMPULAN

Tanggapan tamu mengenai pelaksanaan *authentic atmospherics* di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung yang terdiri dari empat dimensi yaitu *furnishing*, *decoration*, *music*, dan *menu presentation* berada pada kategori tinggi. Dimensi *music* mendapatkan skor tertinggi. Tingginya skor *music* dikarenakan volume musik yang diputar sesuai dengan ciri khas restoran, musik yang diputar tidak terlalu kencang dan tidak terlalu pelan sehingga memberikan kenyamanan kepada pelanggan yang sedang melakukan pembelian,

selain itu musik yang diputar di Sapu Lidi Resto, Resort and Gallery sudah menggambarkan keotentikan karena memutar musik-musik tradisional Sunda. Sementara sub variabel yang memiliki skor terendah adalah dimensi *furnishing*. Rendahnya skor *furnishing* dikarenakan pelanggan kurang tertarik dengan *furnishing* yang dipakai di Sapu Lidi Resto, Resort and Gallery. Karena keterbatasan waktu dan biaya diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti tidak hanya *authentic atmospherics* tetapi mencari hubungan kausalitas dengan variabel lain, sehingga dapat memperkaya dan mengembangkan keilmuan di bidang makanan dan minuman pada khususnya.

Tanggapan tamu mengenai pelaksanaan *authentic atmospherics* di Sapu Lidi Resto, Resort, and Gallery Bandung yang terdiri dari empat dimensi yaitu *furnishing*, *decoration*, *music*, dan *menu presentation* berada pada kategori tinggi. Dimensi *music* mendapatkan skor tertinggi. Tingginya skor *music* dikarenakan volume musik yang diputar sesuai dengan ciri khas restoran, musik yang diputar tidak terlalu kencang dan tidak terlalu pelan sehingga memberikan kenyamanan kepada pelanggan yang sedang melakukan pembelian, selain itu musik yang diputar di Sapu Lidi Resto, Resort and Gallery sudah menggambarkan keotentikan karena memutar musik-musik tradisional Sunda. Sementara sub variabel yang memiliki skor terendah adalah dimensi *furnishing*. Rendahnya skor *furnishing* dikarenakan pelanggan kurang tertarik dengan *furnishing* yang dipakai di Sapu Lidi Resto, Resort and Gallery. Karena keterbatasan waktu dan biaya diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti tidak hanya *authentic atmospherics* tetapi mencari hubungan kausalitas dengan variabel lain, sehingga dapat memperkaya dan mengembangkan keilmuan di bidang makanan dan minuman pada khususnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Barrows, Clayton W., Tom Powers & Dennis Reynolds. (2012). *Introduction To Management In The Hospitality Industry, Tenth Edition*. New Jersey: Waley
- Clemes, Michael D., Christopher Gan & Chirawan Sriwongrat. (2013). Consumers' Choice Factors of an Upscale Ethnic Restaurant. *Journal of Food Products Marketing*, 19, 413–438
- Jang, Soo Cheong (Shawn), Yinghua Liu & Young Namkung. (2011). Effects of Authentic Atmospherics in Ethnic Restaurants: Investigating Chinese Restaurants. *International Journal of*

- Contemporary Hospitality Management*, 23(5), 662-680
- Jang, Soo Cheong (Shawn), Jooyeon Ha & Kwangmin Park. (2012). *Effects of Ethnic Authenticity: Investigating Korean Restaurant Customers in the U.S.* *International Journal of Hospitality Management*, 31, 990– 1003
- Lu, Allan Cheng Chieh, Dogan Gursoy & Carol Yirong Lu. (2015). *Authenticity perceptions, brand equity and brand choice intention: The case of ethnic restaurants.* *International Journal of Hospitality Management*, 50, 36–45
- Maria Anggia, Widyakusumastuti. (2014). *Pengelolaan Keaslian Rasa dan Budaya pada Restoran Etnik Khas Jawa: Analisis Atmospherics Restoran Etnik Khas Jawa di Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat.* *Jurnal Humaniora*, 5(2), 977-988
- Walker, John R. (2009). *Introduction To Hospitality.* Upper Saddle River. New Jersey: Pearson Education.

