

Studi Deskriptif Penerapan *Servicescapes* Pada Restoran Waroeng Bamboe Kota Batu Menurut Persepsi Konsumen

Sherend Lia Angelina
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya

Abstraksi

Servicescape berperan penting dalam kemajuan hubungan perusahaan dengan konsumen maupun karyawan, produk dan jasa di desain menjadi satu kesatuan yang memberikan *image* tertentu sehingga mampu menarik reaksi emosional konsumen, karena itu *servicescape* sangat penting dalam pembentukan kesan atau awal dalam membentuk harapan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap *servicescapes* pada restoran Waroeng Bamboe Kota Batu, dengan menggunakan 3 dimensi dari *servicescapes* yaitu *ambient conditions; spatial layout and functionality; sign, symbol and artifacts*. Target populasi yaitu responden pria dan wanita yang pernah makan di restoran Waroeng Bamboe Kota Batu. Berdomisili baik di Batu dan luar kota Batu, pendidikan minimal SMA atau sederajat. Memiliki karakteristik populasi yaitu pelanggan yang pernah makan di restoran Waroeng Bamboe minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *convenience sampling*.

Penelitian ini menggunakan Statistik Deskriptif yakni antara lain *Mean* (rata-rata), *Standard Deviation* (simpangan baku), Koefisien Varians. Dari hasil penelitian didapatkan hasil nilai rata-rata hitung tertinggi ditunjukkan oleh dimensi *Ambient Conditions* terutama ditunjukkan oleh indikator kesejukan udara di restoran Waroeng Bamboe Kota Batu. Responden merasakan udara di restoran Waroeng Bamboe Kota Batu sejuk dan membuat responden nyaman berada di restoran Waroeng Bamboe Kota Batu.

Kata Kunci : Persepsi, *Servicescapes*, *Mean*

Abstract

Servicescape take an essential part inside the company. Servicescape is purposely helping owner to design products and services that able attract consumer's perception and emotion towards it. The purpose of this study was to describe the consumer's perception of the servicescapes Waroeng Bamboe Kota Batu, using the third dimension of the ambient conditions servicescapes; spatial layout and functionality; sign, symbols and artifacts. Target population is male and female respondents who ever ate at the Waroeng Bamboe Kota Batu. Reside both in and outside Surabaya Surabaya, at least high school education or equivalent. Population characteristics that customers who have eaten at Waroeng Bamboe Kota Batu at least 2 times in the last 6 months. The sampling technique used was nonprobability sampling by convenience sampling technique.

This study uses descriptive statistics that include mean, Standard Deviation (standard deviation), Coefficient of Variance. From the result showed the average value indicated by the highest count-dimensional ambient conditions is mainly indicated by the neatness of the arrangement layout indicator on the Waroeng Bamboe Kota Batu. Respondents felt that restaurant Warung Bamboe Batu's air cool and make respondents comfortable in Waroeng Bamboe Kota Batu.

Keyword : Perception, Servicescapes, Mean

Pendahuluan

Restoran Waroeng Bamboe adalah salah satu restoran yang menerapkan *servicescapes* sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen. Konsep *servicescape* pertama kali dikembangkan oleh Booms dan Bitner (1981) sebagai *“the environment in which the service is assembled and in which seller and consumer interact, combined with tangible commodities that facilitate performance or communication on the service”* artinya lingkungan dimana layanan ini dibuat dan di mana penjual dan konsumen berinteraksi, dikombinasikan dengan komoditas nyata yang memfasilitasi kinerja atau

komunikasi pada layanan. *Servicescape* berperan penting dalam kemajuan perusahaan yang berhubungan dengan konsumen maupun karyawan, komunikasi dalam *servicescape* membuat hubungan antar restoran dan konsumen menjadi lebih baik, produk dan jasa di desain menjadi satu kesatuan yang memberikan *image* tertentu sehingga mampu menarik reaksi emosional konsumen. *Servicescape* merupakan penampilan *tangible* organisasi dan karena itu menjadi sangat penting dalam membentuk kesan atau awal dalam membentuk harapan konsumen dari perusahaan. Restoran Waroeng Bamboe juga menghadapi persaingan dengan sesama restoran lain yang juga menerapkan *servicescapes*, sehingga perlu dilakukan evaluasi mengenai penerapan *servicescapes* yang diterapkan pada restoran ini. Hasil sigi awal terhadap penerapan *servicescapes* pada restoran Waroeng Bamboe menunjukkan bahwa 87,5% responden menilai baik terhadap penerapan *servicescapes* pada restoran Waroeng Bamboe, dan responden yang menilai kurang baik terhadap penerapan *servicescapes* pada restoran Waroeng Bamboe adalah sebesar 12,5%. Lingkup pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada tiga dimensi pengukuran *servicescapes* yaitu: *ambient conditions, spatial layout and functionality* dan *sign, symbol, and artifacts*.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah berjenis riset *deskriptif* karena dalam penelitian ini tidak memuat tentang pernyataan menerima atau menolak hipotesis penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *servicescapes*. Definisi operasional dari *servicescapes* adalah lingkungan dimana layanan dibuat dan adanya interaksi antara penjual dan konsumen, dikombinasikan dengan komoditas nyata yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi pada layanan. Terdapat 3 dimensi *servicescapes* yaitu: (1) *Ambient Conditions*, (2) *Spatial Layout and functionality*, (3) *Signs, Symbols and Artifacts*.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang diperoleh dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner untuk memperoleh data mengenai penilaian atas *servicescapes* restoran Waroeng Bamboe Kota Batu. Sedangkan untuk kajian kepustakaan bersumberkan

dari literatur dan jurnal ilmiah. Target populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Batu yang mengunjungi restoran Waroeng Bamboe Kota Batu 2 kali dalam enam bulan terakhir. Karakteristik populasi adalah pendidikan minimal SMA yang mengunjungi restoran Waroeng Bamboe Kota Batu 2 kali dalam enam bulan terakhir, dan berdomisili di dalam dan diluar Kota Batu. Jumlah sampel penelitian sebanyak 115 sampel.

Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah interval. Kuesioner yang dibagikan kepada responden bersifat tertutup (*close ended question*) yang artinya jawaban responden telah dibatasi dengan tersedianya alternatif jawaban. Aras interval yang digunakan berdasarkan skala *numerical scale*, yaitu skala yang meminta responden untuk memberikan penilaian pada serangkaian pertanyaan berkaitan dengan obyek yang sedang diteliti yang masing-masing diukur dalam 7 skala jenjang. Metode pengolahan data menggunakan: uji validitas dan reliabilitas, mean, standar deviasi, koefisien varian, diagram batang dan tabulasi silang.

Hasil dan Pembahasan

A. Karakteristik Responden

Hasil analisis mengenai karakteristik responden penelitian, proporsi terbesar konsumen yang mengunjungi restoran Waroeng Bamboe berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 56,5%. Responden penelitian ini sebagian besar dengan pendidikan terakhir S1 yaitu sebesar 83,5%. Berdasarkan domisili diketahui bahwa sebagian besar responden berasal dari dalam kota Batu yaitu sebesar 64,3%. Berdasarkan pekerjaan diketahui bahwa jumlah terbesar responden penelitian dengan pekerjaan pegawai negeri yaitu sebesar 51,3%, dan jumlah terbesar responden penelitian dengan pengeluaran/uang saku per bulan adalah responden dengan pengeluaran/uang saku per bulan 1-<3 juta sebesar 60,9%.

B. Evaluasi *Servicescapes*

Evaluasi terhadap *servicescapes* restoran Waroeng Bamboe didasarkan pada penilaian responden terhadap tiga dimensi: *ambient conditions*, *spatial*

layout and functionality dan signs, symbols, and artifacts yang ditunjukkan Tabel 1.

Tabel 1
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Ambient Conditions, Spatial Layout and Functionality dan Signs, Symbols, And Artifacts

Elemen	No	Pernyataan	Mean	SD	KV
Ambient Conditions	1	Kesejukan udara di Waroeng Bamboe	5.61	0.99	17,64%
	2	Kealamian suasana di Waroeng Bamboe	5.57	1.00	17,95%
	3	Ketenangan suasana di Waroeng Bamboe	5.12	0.92	17,96%
	4	Kecukupan pencahayaan di Waroeng Bamboe	5.09	0.99	19,44%
	5	Kesegaran aroma lingkungan Waroeng Bamboe	4.13	0.64	15,49%
	6	Kebaikan sikap konsumen lain (contoh: sopan, tenang) di Waroeng Bamboe	4.97	0.94	18,91%
Rata-Rata			5,08	0,91	17,89%
Spatial Layout and Functionality	7	Kemenarikan penataan layout di Waroeng Bamboe	4.89	0.92	18,81%
	8	Kesesuaian penggunaan perabot (contoh: meja, kursi) dengan tema Waroeng Bamboe	4.57	0.98	21,44%
	9	Kesesuaian ornamen fisik (contoh: hiasan dinding) dengan tema Waroeng Bamboe	4.98	0.92	18,47%
	10	Keluasan tempat parkir di Waroeng Bamboe	3.99	0.68	17,04%
Rata-rata			4,60	0,87	18,94%
Signs, Symbols, And Artifacts	11	Kesesuaian penggunaan nama Waroeng Bamboe sesuai dengan tema restoran.	5.24	0.73	13,93%
	12	Kejelasan penempatan papan petunjuk di Waroeng Bamboe (contoh: toilet)	4.73	0.81	17,12%
	13	Kesesuaian bangunan fisik dengan tema Waroeng Bamboe.	5.32	0.81	15,22%
	14	Pengetahuan karyawan tentang Waroeng Bamboe (contoh: karyawan mengetahui menu-menu yang tersedia terbuat dari bahan apa saja)	4.48	0.71	15,84%
Rata-Rata			4,94	0,76	15,52%
Total			4,87	0,84	17,45%

Sumber: data kuesioner, diolah dengan SPSS 18.00 for Windows

Pada tabel 1 tampak bahwa nilai rata-rata penilaian responden terhadap masing-masing dimensi *servicescape* maupun penilaian secara total keseluruhan. Tampak pada tabel tersebut bahwa responden memiliki penilaian yang baik

terhadap *servicescape* yang ada di Waroeng Bamboe. dengan melihat nilai rata-rata penilaian responden secara keseluruhan terhadap *servicescape* yang ada di Waroeng Bamboe sebesar 4,87, maka dapat dikatakan *servicescape* di Waroeng Bamboe sudah baik.

Ditinjau dari tiap dimensi *servicescape* yang diteliti, tampak pada tabel 1, bahwa responden memberikan penilaian paling tinggi terhadap dimensi *ambient conditions* dengan nilai rata-rata 5,08 kemudian dimensi *signs, symbols and artifacts* dengan nilai rata-rata 4,94 dan penilaian paling rendah diberikan terhadap dimensi *spatial layout and functionality* yaitu sebesar 4,61. Hal ini menunjukkan bahwa *ambient conditions* memberikan peranan terbesar dalam menentukan penilaian *servicescape* total pada Waroeng Bamboe. Dan *spatial layout and functionality* memberikan peranan terkecil dalam menentukan pembentukan *servicescape* total pada Waroeng Bamboe, akan tetapi penilaian responden tersebut masih dapat dikatakan bagus karena nilai rata-rata yang diberikan responden terhadap dimensi-dimensi *servicescape* Waroeng Bamboe masih di atas nilai 4.

Tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dalam dimensi-dimensi *servicescape*. Dilihat dari nilai rata – rata tiap pernyataan, dari 6 pernyataan mengenai *ambient conditions* dari *servicescape* pada restoran Waroeng Bamboe, maka diketahui pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi adalah pernyataan “Kesejukan udara di Waroeng Bamboe” dengan rata-rata sebesar 5,61. Hal ini menunjukkan bahwa responden banyak menyukai kesejukan udara pada Waroeng Bamboe. Sedangkan pernyataan yang mendapat nilai rata-rata paling rendah adalah pernyataan “Kesegaran aroma lingkungan Waroeng Bamboe” dengan rata-rata 4,13, meskipun demikian penilaian ini masih tergolong baik karena nilainya masih diatas 4,00.

Pada dimensi *spatial layout and functionality* dari *servicescape* pada restoran Waroeng Bamboe rata-rata responden memberikan penilaian cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata total tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan dimensi *spatial layout and*

functionality sebesar 4,60 yang menunjukkan nilai diatas 4,00. Ditinjau dari nilai rata-rata tiap pernyataan, tampak pada tabel dari pernyataan yang ada mengenai dimensi *spatial layout and functionality*, pernyataan yang mendapat penilaian responden dengan pernyataan paling tinggi adalah pernyataan “Kesesuaian ornamen fisik (contoh: hiasan dinding) dengan tema Waroeng Bamboe” sebesar 4,98 hal ini berarti kesesuaian ornamen fisik (contoh: hiasan dinding) dengan tema Waroeng Bamboe yaitu *back to nature*. Sedangkan pernyataan yang mendapat penilaian paling rendah adalah pernyataan “Keluasan tempat parkir di Waroeng Bamboe” yaitu sebesar 3,99 hal ini menunjukkan penilaian responden terhadap keluasan tempat parkir di Waroeng Bamboe kurang baik karena kurang dari 4,00.

Pada dimensi *signs, symbols, and artifacts* dari *servicescape* pada restoran Waroeng Bamboe, maka diketahui pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi adalah pernyataan “Kesesuaian bangunan fisik dengan tema Waroeng Bamboe” yaitu sebesar 5,32 hal ini menunjukkan bahwa bangunan fisik Waroeng Bamboe sesuai dengan tema Waroeng Bamboe yaitu *back to nature*. Sedangkan pernyataan yang mendapat penilaian paling rendah adalah pernyataan “Pengetahuan karyawan tentang Waroeng Bamboe (contoh: karyawan mengetahui menu-menu yang tersedia terbuat dari bahan apa saja)” walaupun pernyataan tersebut mendapat penilaian paling rendah tetapi masih dikatakan baik karena berada diatas 4,00.

Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa *servicescape* yang dimiliki oleh restoran Waroeng Bamboe dinilai baik oleh pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan penilaian responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan *servicescape* pada restoran Waroeng Bamboe yang diukur pada 3 dimensi : *ambient conditions, spatial layout and functionality*, dan *signs, symbols, and artifact* menunjukkan bahwa penilaian responden positif, dengan rata-rata penilaian *servicescape* total responden secara keseluruhan

sebesar 4,87(lihat tabel 12), dengan nilai rata-rata masing-masing elemen sebesar 5,08 untuk elemen *ambient conditions*, 4,61 untuk elemen *spatial layout and functionality*, dan 4,94 untuk elemen *signs, symbols, and artifacts*.

Ditinjau dari tiap dimensi yang diteliti pada restoran Waroeng Bamboe menunjukkan bahwa dimensi *ambient conditions* memiliki rata-rata tertinggi, dengan pernyataan tertinggi “kesejukan udara di Waroeng Bamboe” dengan nilai rata-rata sebesar 5,61 dan pernyataan dengan nilai rata-rata terendah “Kesegaran aroma lingkungan Waroeng Bamboe” sebesar 4,13. Kemudian diikuti dengan dimensi *signs, symbols, and artifacts* yang memiliki rata-rata terbesar kedua yaitu sebesar 4,94, dengan pernyataan tertinggi “Kesesuaian bangunan fisik dengan tema Waroeng Bamboe” dengan nilai rata-rata sebesar 5,32 dan pernyataan dengan nilai rata-rata terendah “Pengetahuan karyawan tentang Waroeng Bamboe (contoh: karyawan mengetahui menu-menu yang tersedia terbuat dari bahan apa saja)” sebesar 4,48. Yang terakhir dimensi *spatial layout and functionality* yang memiliki nilai rata-rata terkecil yaitu sebesar 4,60 dengan pernyataan tertinggi “Kesesuaian ornamen fisik (contoh: hiasan dinding) dengan tema Waroeng Bamboe” sebesar 4,98 dan nilai rata-rata terendah “Keluasan tempat parkir di Waroeng Bamboe” sebesar 3,99.

Kemudian tanggapan responden terhadap dimensi *servicescape*, maka diperoleh kesimpulan bahwa berdasarkan profil responden dengan kategori jenis kelamin yaitu pria dan wanita, pendidikan terakhir yaitu SMA/SMK, S1, Diploma, dan S2/lebih, domisili yaitu kota Batu dan diluar kota Batu, pengeluaran yaitu <1juta, 1-<3juta, 3-<5juta, 5-<10juta dan >10juta, profesi yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai negeri, pegawai swasta, dan wiraswasta. Dapat dikatakan responden menanggapi positif masing-masing pernyataan dalam dimensi *ambient conditions*, *spatial layout and functionality*, dan *signs, symbols and artifacts* pada restoran Waroeng Bamboe karena rata-rata penilaian responden masih diatas 4,00.

2. Rekomendasi

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dalam bab ini, maka dapat dikemukakan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi restoran Waroeng Bamboe dalam menjalankan usahanya, berdasarkan pada 3 dimensi pokok dalam *servicescape* yaitu:

1. Ambient conditions

Dimensi *ambient conditions* memiliki nilai rata-rata tertinggi dari *servicescape* yang ada, karena itu restoran harus mempertahankan dan meningkatkan kondisi yang ada. Seperti pada pernyataan yang mendapatkan nilai rata-rata terendah sebesar 4,13 yaitu “kesegaran aroma lingkungan Waroeng Bamboe”, maka berdasarkan pada penilaian dan persepsi konsumen tersebut di atas dapat direkomendasikan kepada pihak restoran agar memikirkan bagaimana cara agar debit air tidak berkurang di musim kemarau sehingga kesegaran udara di restoran Waroeng Bamboe tetap terjaga.

2. Spatial layout and functionality

Dimensi *spatial layout and functionality* yang memiliki rata-rata terkecil dibandingkan dimensi yang lain sehingga perlu ditingkatkan. Pada pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3,99 yaitu “keluasan tempat parkir di Waroeng Bamboe”, maka dapat direkomendasikan kepada pihak restoran agar tempat parkir dapat diperluas dan diatur menjadi lebih rapi mengingat masih adanya lahan yang dapat dioptimalisasikan sebagai lahan parkir sehingga persepsi konsumen terhadap hal tersebut dapat menjadi lebih baik

3. Signs, Symbols and Artifacts

Dimensi *Signs, Symbols and Artifacts* memiliki penilaian rata-rata terbesar kedua dari seluruh dimensi *servicescape* di restoran Waroeng Bamboe, karena itu restoran harus mempertahankan dan meningkatkan kondisi yang ada seperti pada pernyataan yang mendapatkan nilai rata-rata terendah sebesar 4,48 yaitu “Pengetahuan karyawan tentang Waroeng Bamboe (contoh: karyawan mengetahui menu-menu yang tersedia terbuat dari bahan apa saja)”, maka

dapat direkomendasikan kepada pihak restoran agar memberikan deskripsi pada buku menu yang ada tentang apa saja bahan yang terdapat dalam menu yang disediakan restoran Waroeng Bamboe agar karyawan tidak perlu menghafal dan karyawan dapat lebih fokus melakukan pekerjaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bitner, Mary Jo (1992), *Servicescape: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employess. Journal of Marketing*, Vol. 56 April, (57-71).
- Cockrill, Mark and Emberson (2008), *Marketing Intelligence and Planning* Vol. 26 No. 2, Emerald Group Publishing Limited.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary (2003), *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi ke sembilan, Jakarta, PT. Indeks.
- Kotler, P., 2003, *Marketing Management : International Edition, Eleventh Edition*, Pearson Educations Inc, Prentice Hall, Northwestern university, New Jersey.
- Lovelock, C., Wirtz J., Keh H.T., dan Lu X., 2005, *Service Marketing In Asia, Second Edition*, Prentice Hall.
- Marsum, W. A. (2000). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta
- Riggio, (1990). *Dimensi dalam Memahami Persepsi Pelanggan*, Artikel Pemasaran Jasa, edisi ketiga (1-2)
- Schiffman, Leon G., Kanuk L.L., 2007, *Consumer Behavior, Ninth Edition*, Pearson Prentice Hall.
- Zeithaml, Valerie A., Bitner M.J., Gremler Dwayne D., 2009, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, Fifth edition, McGraw Hill International.
- Zeithaml, Valerie A., Bitner Mary Jo. (1996). *Service Marketing, International Editions*. Singapore: Mc Graw-Hill (516-538).
- <http://adisubrata.multiply.com/photos/album/19> (diunduh Oktober 2012)
- <http://alwaysvacation-alwaysvacation.blogspot.com/2009/01/liburan-awal-tahun-kita-ke-kota-batu.html> (diunduh Oktober 2012)

- <http://binaukm.com/2010/05/definisi-rumah-makan-dan-restoran-pelaung-usaha-rumah-makan/> (diunduh Oktober 2012)
- http://batukota.bps.go.id/publikasi/dda_2011/ (diunduh Oktober 2012)
- <http://www.batukota.go.id/profil/> (diunduh Oktober 2012)
- <http://www.budpar.go.id/budpar/asp/detil.asp?c=16&id=1070> (diunduh Oktober 2012)
- <http://diarikoetjing.blogspot.com/2012/01/review-warung-bamboe-leschan.html> (diunduh Oktober 2012)
- http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=1&submit.x=0&submit.y=0&qual=high&fname=/jiunkpe/s1/hotl/2004/jiunkpe-ns-s1-2004-33498158-8983-mie_hotplet-chapter2.pdf (diunduh Oktober 2012)
- <http://jatim.bps.go.id/index.php/pelayanan-statistik/brs-jawa-timur/brs-pariwisata-jatim/225-selama-bulan-juli-2012-jumlah-wisman-dari-pintu-masuk-juanda-dan-tpk-hotel-berbintang-di-jawa-timur-masing-masing-turun-838-persen-dan-470-poin-> (diunduh Oktober 2012)
- <http://jatim.bps.go.id/e-pub/2012/jtda2012/> (diunduh Oktober 2012)
- http://repository.upi.edu/operator/upload/s_mpp_0707412_chapter2.pdf (diunduh Oktober 2012)
- <http://mamalina.wordpress.com/2008/04/08/6/> (diunduh Oktober 2012)
- <http://www.waroengbamboe.co.cc/> (diunduh Oktober 2012)
- <http://www.scribd.com/doc/36201054/10/Pengertian-Persepsi> (diunduh Oktober 2012)
- <http://www.scribd.com/doc/18548117/klasifikasi-restoran>(diunduh Oktober 2012)
- www.bps.go.id/brs_file/pdb_banner1.pdf (diunduh Oktober 2012)
- www.kotawisatabatu.com (diunduh Oktober 2012)