

Kajian *Behavioral Setting* pada Interior *Café* di Surabaya

Mellisa¹⁾, Dr. Drs. IGN. Ardana., M.Erg²⁾, Sherly De Yong., S.Sn.,M.T.¹⁾

¹⁾Universitas Kristen Petra Surabaya ²⁾Indonesian Institute of the Arts Denpasar

Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: angelamellisa95@gmail.com; ardanahome@yahoo.com; sherly_de_yong@petra.ac.id

Abstrak—Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan perilaku masyarakat, yang beraktivitas pada *cafe* sebagai ruang publik. Untuk menganalisa perbedaan perilaku tersebut, maka digunakan teori *behavioral setting* sebagai tolak ukurnya. Agar diperoleh data yang akurat, maka dilakukan pengumpulan data menggunakan metode *behavioral mapping*. Data yang sudah diperoleh dari *cafe* yang berlokasi di Surabaya Barat, Pusat dan Timur dianalisis menggunakan komponen *behavior setting* berupa *physical properties*, *social components*, dan *the environmental setting*. Hasil analisis penelitian ini adalah, perilaku masyarakat yang berada di *Antler Cabin Cafe* Surabaya Barat serta di *Konig Coffee and Bar* Surabaya Timur mulai bergeser ke arah pelayanan yang bergantung pada *staff cafe*. Perilaku konsumen di *Titik Koma Coffee* dan *Calibre Coffee Roasters* Surabaya Pusat, justru tidak tergantung pada pelayanan *staff cafe* karena melayani dirinya secara mandiri.

Kata Kunci—Behavioral setting, Cafe dan Desain Interior.

Abstract— This research is done to find out cafe consumer's behavior, who visit cafe's as a public space to do various activities. The benchmarks used to analyze the different behaviors is the behavioral setting theory. The method used to collect correct data is behavioral mapping method. The data obtained from cafes located in West, Central and East Surabaya were analyzed using behavioral components which are physical properties, social components, and the environmental setting. The result of the analysis shows that consumers in Antler Cabin Cafe West Surabaya and Konig Coffee and Bar East Surabaya start to shift towards service which depends on staff's cafe. While consumers in Titik Koma Coffee and Calibre Coffee Roasters Central Surabaya, tend to not depend on the cafe's staff because they perform self-service.

Keyword— Behavioral setting, Cafe and Interior design.

I. PENDAHULUAN

MENURUT Grafe, Christoph and Franziska Bollerey *cafe* merupakan suatu tempat melakukan pelayanan mandiri, yang biasanya menyediakan tempat duduknya di bagian dalam dan luar ruangan untuk bersantai bagi pengunjungnya. *Cafe* tidak menyediakan makanan berat, karena lebih fokus pada menu makanan ringan seperti kue, roti dan sup. Namun seiring berjalannya waktu *cafe* tidak hanya dijadikan tempat relaksasi namun untuk mengerjakan tugas, bertemu kerabat dan aktifitas berat lainnya sehingga kondisi desain interior mulai

mengalami perubahan karena harus mengikuti keberagaman kebutuhan aktivitas^[1]. Desain interior dikembangkan dengan tujuan untuk memfasilitasi kegiatan yang dilakukan oleh manusia di dalam ruangan, disesuaikan dengan imajinasi dan pemikiran desainer berdasarkan kebutuhan penggunaanya^[2]. Upaya desainer interior dalam memenuhi kebutuhan penggunaanya berkaitan dengan pola perilaku yang ada pada teori *behavioral setting*, yang adalah adalah suatu upaya menelusuri pola perilaku manusia yang berkaitan dengan tatanan lingkungan fisik^[3]. Teori *behavior setting* memiliki tiga komponen dasar *physical properties*, *social components*, dan *the environmental setting*^[4].

Oleh karena itu, perlu diteliti berdasarkan komponen dasar konsep *behavioral setting* mengenai pola perilaku pengunjung yang berubah berdasarkan definisi *cafe* yang sebenarnya, sehingga dapat disusun formulasi yang selaras antara desain interior dengan kebutuhan pengguna saat beraktivitas di *cafe*. Berdasarkan latar belakang fenomena tersebut, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana kajian dengan konsep *behavioral setting* terhadap pola perilaku masyarakat pada interior *cafe* di Surabaya?
2. Apa saja komponen *behavior setting* yang mempengaruhi pola perilaku masyarakat pada *cafe* di Surabaya?
3. Apa saja aspek interior yang mempengaruhi terjadinya pergeseran pola perilaku masyarakat pada interior *cafe*?

Tujuan penelitian *behavioral setting* pada *cafe* ini adalah untuk meneliti pola perilaku pengunjung pada beberapa obyek *cafe* di Surabaya, sehingga dapat dipublikasikan sebagai sarana edukasi yang mendasar bagi desainer interior dan memperluas wawasan publik mengenai pola perilaku pengunjung *cafe* di Surabaya.

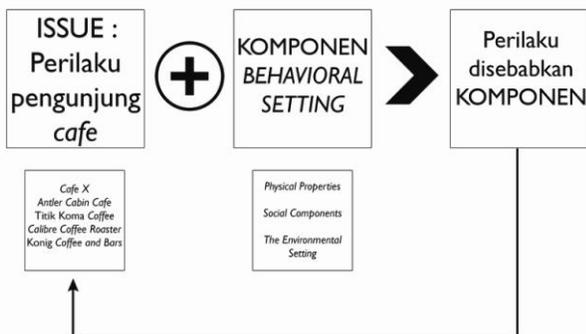
II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengambilan data *behavioral mapping* yang telah dikembangkan oleh Ittelson sejak tahu 1970, yang lebih menekankan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data serta disimpulkan secara deskriptif yang dilengkapi gambar atau foto pendukung^[3]. Menurut Sommer *behavioral mapping* digambarkan dalam

bentuk sketsa atau diagram mengenai suatu area dimana manusia melakukan berbagai kegiatannya. Pemetaan perilaku ini dapat dilakukan secara langsung pada saat pengamatan di tempat pengamatan atau dilakukan kemudian berdasar catatan-catatan yang dibuat^[3]. Cara yang digunakan untuk merekam aktivitas pengunjung *cafe* adalah *place centered mapping*, untuk mengetahui berbagai model perilaku pengunjung *cafe* dalam batas waktu dan tempat tertentu. Oleh karena itu, penentuan batas tempat dan waktu dapat dipakai mengidentifikasi pola perilaku pengunjung *cafe* yang diamati^[3].

Proses melakukan analisis data pola perilaku pengunjung *cafe*, dilandasi oleh kajian pustaka ilmiah, pustaka populer dan beberapa pendapat pakar untuk membandingkan pola perilaku tersebut agar diperoleh hasil yang akurat. Analisis data yang dilakukan dijabarkan sebagai berikut.

1. Digunakan peta dasar yang telah dibuat untuk memberikan gambaran lokasi area ruangan publik.
2. Selama kurun waktu penelitian, pada setiap tabel dicatat jenis perilaku yang terjadi dan dengan teknik *indexing* dapat dipemetaan area yang digemari pengunjung *cafe* disertai foto dan wawancara dengan pengunjung maupun pengelola *cafe*.
3. Data hasil penelitian, ditampilkan dalam bentuk tabel yang dilengkapi uraian deskriptif.
4. Data perilaku diklasifikasikan dalam pola perilaku yang paling umum/sering terjadi dan pola perilaku yang tidak pernah terjadi/jarang terjadi untuk menemukan faktor baru yang memengaruhi pola perilaku pengunjung.



Gambar 1. Bagan metode penelitian

Metode ini digunakan untuk menyusun hasil pola perilaku pengunjung berdasarkan komponen konsep *behavioral setting*. Metode analisis deskriptif dipakai membahas obyek *cafe* di Surabaya sesuai hasil rumusan teori *behavioral setting* sebagai acuan penelitian, sehingga dapat disimpulkan pola perilaku pengunjung *cafe* di Surabaya saat ini.

III. HASIL DAN DISKUSI

3.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di empat *cafe* yang tersebar di wilayah Surabaya Barat, Pusat dan Timur dengan pembagian sebagai berikut.

1. Satu *cafe* di wilayah Surabaya Barat yaitu *Antler Cabin Cafe*;



Gambar 2. Exterior Antler Cabin Cafe
Sumber : <http://gaztrogram.blogspot.co.id>

2. Dua *cafe* di wilayah Surabaya Tengah yaitu *Titik Koma Coffee* dan *Calibre Coffee Roasters*; dan



Gambar 3. Exterior Titik Koma Coffee



Gambar 4. Exterior Calibre Coffee Roasters

3. Satu *cafe* di wilayah Surabaya Timur yaitu *Konig Coffee and Bar*.



Gambar 5. Exterior Konig Coffee and Bar
Sumber : Dokumentasi oleh owner cafe

Satu *cafe* yang ada di wilayah Surabaya Barat, didapati telah mengalami pergeseran pola perilaku. Selama berada di dalam *cafe*, pengunjung tidak melayani diri sendiri karena memperoleh pelayanan dari *staff* pengelola *cafe* baik ketika melakukan transaksi pembelian dan melakukan aktivitas makan seperti mengambil saus dan memerlukan peralatan berupa sendok bahkan garpu tambahan.

Wawancara yang dilakukan dengan pihak pengelola *Antler Cabin Cafe*^[5], diperoleh hasil bahwa pihak *cafe* sengaja menyiapkan desain interior maupun sistem pelayanan langsung memang demi kenyamanan dan kesenangan pengunjung *cafe*.

Wawancara dengan pihak pengunjung *Antler Cabin Cafe*^[6,7], yang merasa keberatan jika sistem pelayanan *cafe* diubah menjadi sistem pelayanan secara mandiri.



Gambar 6. Penyajian makanan oleh *staff* Antler Cabin Cafe

Observasi yang dilakukan pada dua *cafe* yang di wilayah Surabaya Pusat diperoleh fakta, bahwa pengunjung pada kedua *cafe* tersebut memiliki kecenderungan melakukan pelayanan secara mandiri baik saat melakukan transaksi pembelian dan sejumlah aktivitas makan seperti mengambil saus serta jika memerlukan peralatan makan berupa sendok termasuk garpu tambahan.

Wawancara yang dilakukan dengan pihak Titik Koma Coffee^[8] dan Calibre Coffee Roasters^[9], diperoleh hasil bahwa pihak *cafe* menyiapkan baik desain interior dan sistem

pengelolaan *cafe* memang ditujukan untuk membuat pengunjung bersedia melakukan pelayanan terhadap dirinya sendiri.

Wawancara yang dilakukan dengan pengunjung Titik Koma Coffee^[10,11] dan Calibre Coffee Roasters *cafe*^[12,13,14], memperkuat pernyataan pengelola *cafe* yang menegaskan bahwa pengunjung tidak keberatan melayani dirinya sendiri.



Gambar 7. Pengunjung yang melakukan pembayaran mandiri di kasir Titik Koma Coffee
Sumber : Instagram Titik Koma Coffee



Gambar 8. Pengunjung yang membuat *latte art* miliknya sendiri di Titik Koma Coffee
Sumber : Instagram Titik Koma Coffee



Gambar 9. Pengunjung yang memesan secara mandiri di Calibre Coffee Roasters

Sumber : <http://www.laurangelia.com>



Gambar 10. Pengunjung yang baru saja mengambil minumannya sendiri di bar *Calibre Coffee Roasters*
Sumber : Instagram *Calibre Coffee Roasters*

Sistem pelayanan pada *cafe* di wilayah Surabaya Timur telah mengalami pergeseran pola perilaku, karena pengunjung yang datang tidak lagi melayani diri sendiri selama berada di dalam *cafe* berhubung sudah dilayani oleh *staff* pengelola *cafe* baik ketika melakukan transaksi pembelian dan ketika melakukan sejumlah aktivitas makan seperti mengambil saus dan jika perlu peralatan makan berupa sendok maupun garpu tambahan.



Gambar 11. *Staff cafe* *Konig Coffee and Bar* yang mencatat pesanan pengunjung

Wawancara yang dilakukan dengan pemilik *Konig Coffee and Bar*, diperoleh hasil bahwa pihak *cafe* menyiapkan baik desain interior maupun sistem pengelolaan *cafe* memang ditujukan demi kenyamanan dan kesenangan pengunjung *cafe*^[15].

Wawancara dengan pihak pengunjung *Konig Coffee and Bar* memberikan hasil bahwa pengunjung tidak keberatan jika sistem pelayanan *cafe* diubah dengan sistem melayani diri sendiri atau mandiri^[16].



Gambar 12. Pelayanan *staff cafe* menyajikan minuman
Sumber : Instagram *Konig Coffee and Bar*

3.2 Diskusi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan dari penelitian yang dilakukan di empat *cafe* yang tersebar di wilayah Surabaya, maka didapati sistem pengelolaan *cafe* di wilayah Surabaya Barat dan Timur telah mengalami pergeseran pola perilaku dari definisi *cafe* yang ditulis pada pustaka yang ada. Adapun faktor yang memengaruhi pergeseran pola perilaku tersebut, jika dianalisis dari tiga komponen *behavior setting* sebagai berikut.

3.2.1 *Physical properties*

Faktor dari *physical properties* yang memengaruhi pergeseran pola perilaku pengunjung di *cafe* wilayah Surabaya Barat dan Timur, terdiri atas faktor ruang (*rooms*) sebagai berikut.

1. Faktor Ruang (*Rooms*)

- Warna Ruang

Pada *Antler Cabin Cafe* dan *Konig Coffee and Bar* di wilayah Surabaya Barat dan Surabaya Timur yang mengalami sudah pergeseran pola perilaku pengunjung dipengaruhi oleh desain interior yang cenderung menggunakan pencahayaan berwarna *saturation* kuning yang redup dan warna coklat dan hitam pada ruang interiornya.



Gambar 13. Warna Ruang pada *Antler Cabin Cafe*



Gambar 14. Warna Ruang pada *Konig Coffee and Bar*

Berbeda dengan *Titik Koma Coffee* yang memiliki aksesoris dominan warna cerah berupa putih dan hijau pada desain interiornya, kemudian *Calibre Coffee Roasters* yang memiliki aksesoris dominan warna abu^[17].



Gambar 15. Warna Ruang pada *Titik Koma Coffee*



Gambar 16. Warna Ruang pada *Calibre Coffee Roasters*

• Ukuran dan Bentuk

Dalam aspek ini, ukuran dan bentuk rata-rata pada *cafe* di wilayah Surabaya Barat dan Timur memiliki luasan lebih besar

jika dibandingkan dengan *cafe* yang berada di wilayah Surabaya Tengah.



Gambar 17. Perbandingan Luasan *Cafe*

Demikian bentuk-bentuk perabot pada wilayah *cafe* di Surabaya Barat dan Timur lebih dinamis jika dibandingkan dengan wilayah Surabaya Pusat yang tegas sehingga hal ini kemudian mempengaruhi perasaan pengunjung pada *cafe* wilayah Surabaya Barat dan Timur untuk lebih santai dan perasaan pengunjung pada *cafe* wilayah Surabaya Pusat yang lebih sigap.

• Perabot dan Penataannya

Pada *cafe* wilayah Surabaya Barat posisi bar berada di area belakang untuk *Antler Cabin Cafe*, demikian membuat pengunjung akan menuju tempat duduk lebih dahulu dibandingkan memesan makanan.

Pada *cafe* wilayah Surabaya Timur posisi bar berada di depan namun penataan bar yang menjajikan terlalu banyak botol-botol sehingga menu makanan yang hanya digantung di dinding tidak terlihat begitu jelas, aktivitas *staff cafe* dalam bar yang tidak pernah menyambut pengunjung. Semua hal tersebut membuat pengunjung tidak mendatangi bar dan langsung duduk kemudian memanggil *staff cafe* yang berada di luar bar untuk memesan.

Pada *cafe* di wilayah Surabaya Pusat penataan yang memosisikan bar sebagai satu-satunya pusat perhatian karena samping kanan merupakan tembok pembatas, membuat pengunjung langsung mendatangi bar untuk memesan.

• Suara, Temperatur dan Pencahayaan

Suara bising pada wilayah pusat perbelanjaan merupakan area *cafe* Surabaya Pusat. Sedangkan wilayah Surabaya Barat dan Timur berada di area perumahan yang cenderung lebih tenang.

Wilayah Surabaya Pusat yang dekat dengan pusat perbelanjaan membuat areanya berada di pinggir jalan raya yang terkena polusi kendaraan panas sehingga temperatur ruang terpengaruh menjadi lebih panas.

Pencahayaan yang terang terdapat di wilayah Surabaya Pusat dan pencahayaan yang lebih redup dan menimbulkan perasaan santai berada di wilayah Surabaya Barat dan Timur.



Gambar 18. Pencahayaan pada Antler Cabin Cafe



Gambar 19. Pencahayaan pada Konig Coffee and Bar



Gambar 20. Pencahayaan pada Titik Koma Coffee



Gambar 21. Pencahayaan pada Calibre Coffee Roasters

3.2.2 Social Components

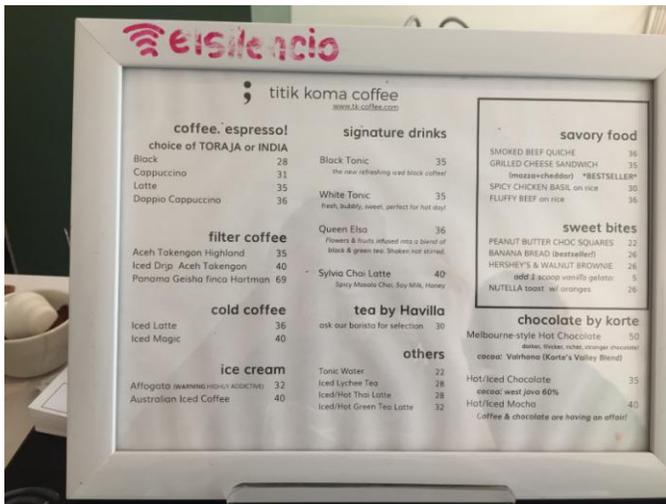
1. Persepsi tentang Lingkungan

- Aspek Emic

Kondisi *cafe* di wilayah Surabaya Barat dan Timur yang memiliki *range* harga menu tinggi jika dibandingkan dengan *cafe* di wilayah Surabaya Pusat membuat masyarakat yang ada di lingkungan tersebut mempersepsikan bahwa *cafe* berada pada segmentasi *middle up-high end*. Demikian persepsi pengunjung mengenai masyarakat kalangan *middle up-high end* adalah masyarakat yang mendapatkan segala sesuatunya dengan pelayanan tanpa perlu berusaha sendiri.



Gambar 22. Foto Menu Makanan di Antler Cabin Cafe



Gambar 23. Foto Menu Makanan di Titik Koma Coffee



Gambar 24. Foto Menu Makanan di Calibre Coffee Roasters



Gambar 25. Foto Menu Makanan di Konig Coffee and Bar

Berbeda dengan yang terjadi di wilayah Surabaya Pusat yang memiliki range harga makanan cenderung lebih murah dibandingkan cafe di dua wilayah terkait, sehingga masyarakat

pada lingkungan tersebut mempersepsikan bahwa *cafe* berada pada segmentasi *middle low-middle up* yang tingkatannya berada di bawah dua wilayah Surabaya Barat dan Timur dan membuat pengunjung mempersepsikan bahwa berada di dalam *cafe* perlu untuk melakukan pelayanan mandiri karena *staff cafe* tidak bisa selalu siap sedia melayani pengunjung.

• Aspek *Etic*

Kondisi *cafe* yang berada di wilayah Surabaya Barat dan Timur yang dipersepsikan oleh desainer interior sebagai wilayah *elite*, membuat desainer menciptakan desain yang lebih berkelas dibandingkan yang ada di wilayah Surabaya Pusat, demikian dengan menu makanan yang disajikan yang menyesuaikan dengan desain interior *cafe* yang tercipta.

2. Lingkungan yang Terpersepsikan

• Proses Kognisi

Dalam proses kognisi yang meliputi proses penerimaan (*perceiving*), pemahaman (*understanding*) dan pemikiran (*thinking*)^[3] didapati hasil observasi dan wawancara yang dilakukan bahwa pengunjung pada *cafe* di wilayah Surabaya Barat dan Timur menerima konsep *cafe* sebagai tempat makan yang memiliki *staff* yang akan melayani aktivitas pengunjung dalam *cafe*.

Namun demikian berbeda dengan yang diterima oleh pengunjung pada *cafe* di wilayah Surabaya Pusat yang menerima konsep *cafe* sebagai tempat makan yang bisa mewardahi aktivitas pengunjung selama berada di dalam *cafe*.

• Proses Afeksi

Dalam proses afeksi yang meliputi proses perasaan (*feeling*) dan emosi (*emotion*), keinginan (*desires*), serta nilai-nilai (*values*) tentang lingkungan^[3] didapati berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, bahwa pengunjung di *cafe* wilayah Surabaya Barat dan Timur cenderung untuk pergi ke *cafe* dengan tujuan untuk bersantai, melepas kepenatan ataupun berkumpul bersama dengan keluarga sehingga ketika berada di dalam *cafe* para pengunjung lebih memilih untuk meminta pelayanan dari *staff cafe* untuk memberikan *quality time* yang cukup bersama keluarga maupun teman untuk bersantai.

Berbeda dengan hasil pengamatan dan wawancara yang didapatkan di *cafe* wilayah Surabaya Pusat yang cenderung untuk pergi ke *cafe* dengan tujuan untuk bertemu dengan kerabat sehingga ketika berada di dalam *cafe* para pengunjung lebih memilih untuk melakukan pelayanan terhadap dirinya sendiri untuk mengantisipasi jika *staff cafe* tidak secara sigap melayani karena terbatasnya jumlah *staff* berbanding dengan banyaknya pengunjung. Hal ini dilakukan untuk mempersingkat waktu dalam proses pelayanan sehingga waktu yang disediakan untuk bertemu dengan kerabat tidak terbuang dengan sia-sia.

• Proses Kognasi

Dalam proses kognasi meliputi munculnya tindakan, perlakuan terhadap lingkungan sebagai respons dari proses kognasi dan afeksi^[3].

Dengan adanya penjelasan diatas maka didapati bahwa pemahaman yang diterima oleh pengunjung di masing-masing *cafe* di wilayah Surabaya Barat, Pusat dan Timur sepham dengan yang diinginkan oleh pengunjung sehingga

menghasilkan pola perilaku yang mandiri pada *cafe* di wilayah Surabaya Tengah, sementara pola perilaku yang bergantung pada *staff cafe* didapati di *cafe* wilayah Surabaya Barat dan Timur.

3.2.3 The Environmental setting

1. Teritori (Territory)

- Fisik

Terdapat tiga wilayah *cafe* yaitu Surabaya Barat yang terdiri dari *Antler Cabin Cafe* yang berada di sekitar perumahan, Surabaya Pusat yang terdiri dari *Titik Koma Coffee* dan *Calibre Coffee Roasters* yang berada berdekatan dengan jalan raya dan Surabaya Timur yang terdiri dari *Konig Coffee and Bar* yang berada di sekitar perumahan.



Gambar 26. Lokasi *Antler Cabin Cafe* di Wilayah Perumahan



Gambar 27. Lokasi *Titik Koma Coffee* di Wilayah Pusat Perbelanjaan



Gambar 28. Lokasi *Calibre Coffee Roasters* di Wilayah Pusat Perbelanjaan



Gambar 29. Lokasi *Konig Coffee and Bar* di Wilayah Perumahan

- Emosional

Terdapat area privat dan publik yang batasannya terlihat jelas pada wilayah *cafe* Surabaya Barat dan Timur karena para pengunjung *cafe* yang memiliki kecenderungan untuk duduk dan memperoleh pelayanan dari pihak *cafe*.

Namun demikian, pada wilayah Surabaya Pusat batasan tersebut kabur dan membuat pengunjung berlaku sesuai dengan prinsip awal *cafe* untuk melakukan pelayanan terhadap dirinya sendiri.

- Kultur

Cafe merupakan tempat profan (umum), yang termasuk dalam kategori teritori publik. *Cafe* pada wilayah Surabaya Barat dan Timur berada di daerah perumahan dengan rata-rata pengunjung yang datang berasal dari wilayah perumahan yang notabene merupakan masyarakat berkondisi ekonomi tinggi. Hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa biaya perawatan lingkungan yang jauh lebih tinggi dibandingkan rumah biasa.

Namun demikian *cafe* yang berada di wilayah Surabaya Tengah berada tersebar baik di wilayah perumahan maupun di wilayah perbelanjaan dengan rata-rata pengunjung yang datang berasal dari berbagai kalangan.

Empat aspek yang dianggap sebagai penyebab terjadinya pergeseran pola perilaku pengunjung, jikalau dihubungkan dengan uraian pustaka yang telah dikumpulkan sebelumnya maka ada 4 prinsip yang dapat digunakan dalam melakukan analisis *behavioral setting*^[2] yaitu:

- 1) Prinsip Interior

Adanya faktor ruang, baik yang mengalami pergeseran pola perilaku maupun yang memiliki pola perilaku sesuai dengan definisi *cafe*, berasal dari adanya prinsip interior yang dibuat untuk mewartakan pola perilaku pengguna fasilitas desain interior. Dengan demikian desain interior yang dibuat dalam *cafe* dibuat selaras dengan kebutuhan pengguna sehingga dapat digunakan dengan efektif dan efisien.

- 2) Prinsip Jasa

Adanya faktor teritori yang meleburkan batas privasi pada *cafe* wilayah Surabaya Pusat dan membatasi pada *cafe* wilayah Surabaya Barat dan Timur, berasal dari prinsip konsumen yang menyatakan bahwa sistem dalam *cafe* perlu untuk menyesuaikan pola perilaku pengunjung untuk kepentingan profit bagi *cafe* terkait.

- 3) Prinsip Konsumen

Adanya faktor persepsi tentang lingkungan pada *cafe* di wilayah Surabaya Barat dan Timur yang berperilaku meminta pelayanan dari *staff* pengelola *cafe* dan masyarakat pada *cafe* di wilayah Surabaya Pusat yang berperilaku melakukan pelayanan secara mandiri berasal dari adanya prinsip konsumen yang menyatakan bahwa sistem dalam *cafe* perlu untuk menyesuaikan pola perilaku konsumennya.

- 4) Prinsip *cafe*

Adanya faktor lingkungan yang terpersepsikan yang menyebabkan terjadinya pergeseran pola perilaku di wilayah Surabaya Barat dan Timur, dan pola perilaku yang sesuai dengan definisi awal *cafe*, berasal dari adanya prinsip *cafe* untuk melayani diri sendiri selama di dalam *cafe*, telah berkembang dengan cara yang berbeda di wilayah Surabaya Barat dan Timur sehingga memunculkan perilaku pengunjung yang memperoleh pelayanan dari *staff* pengelola *cafe*.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan diskusi yang telah dipaparkan dapat dirumuskan simpulan sebagai berikut :

1. Kajian konsep *behavioral setting* terhadap pola perilaku masyarakat pada interior *cafe* di Surabaya telah mengalami pergeseran pola perilaku berdasarkan definisi awal *cafe*. Pola perilaku masyarakat pada *cafe* di Surabaya Pusat memiliki pola perilaku yang sama berdasarkan definisi awal *cafe*. Pola perilaku masyarakat pada *cafe* di Surabaya Barat dan Timur telah mengalami pergeseran pola perilaku berdasarkan definisi awal *cafe*.
2. Komponen *behavior setting* yang mempengaruhi pola perilaku masyarakat pada *cafe* di Surabaya adalah komponen *physical properties, social components, and the environmental setting*.
3. Aspek interior yang mempengaruhi terjadinya pergeseran pola perilaku masyarakat pada interior *cafe* adalah prinsip interior, prinsip jasa, prinsip konsumen dan prinsip *cafe*.

Berdasarkan uraian simpulan yang telah dipaparkan maka dapat diberikan saran guna penelitian selanjutnya :

1. Dalam melakukan desain interior khususnya *cafe* di Surabaya para desainer interior perlu untuk mulai melihat komponen *behavior setting* berupa *physical properties, social components and the environmental setting* sebagai pedoman untuk memahami perilaku pengunjung *cafe* sebelum melakukan desain sehingga desain interior yang dibuat akan selaras dengan keinginan pemakai.
2. Berkaitan dengan pada pola perilaku masyarakat pada *cafe* di Surabaya, maka penelitian ini memiliki peluang untuk melakukan pengembangan pada bidang psikologis pengunjung yang datang di *cafe* Surabaya secara lebih dalam. Pengembangan untuk melakukan penelitian dari sisi desain interior berupa *cafe* ataupun objek sejenis lainnya yang memiliki kriteria untuk dilakukan penelitian *behavioral setting*.
3. Berkaitan dengan masyarakat luas yang tertarik dalam melakukan pembahasan akan pola perilaku masyarakat juga dapat melakukan pengembangan dalam bidang sistem teknologi, sosial, kultural, ekonomi dan sistem politik yang juga mempengaruhi pola perilaku manusia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada I G. N. Ardana dan Sherly De Yong yang telah membimbing penulis selama proses penelitian, sampai penulisan artikel jurnal ini sehingga menjadi terarah sesuai dengan yang ditetapkan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kepala studio Poppy F. Nilasari dan Ronald H.I. Sitingjak yang telah membantu penulis baik dalam proses penulisan skripsi maupun membantu mengatur waktu yang baik dengan menyiapkan jam studio yang dapat digunakan secara efektif dan efisien.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak *cafe* baik pemilik *cafe* maupun *staff* pengelola *cafe* yang telah membantu penulis dengan meluangkan waktunya untuk wawancara seputar desain interior *cafe*, serta pihak lain yang turut serta membantu dalam proses penelitian dan penulisan artikel jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Grafe, Christoph and Franziska Bollerey, ed. *Cafes and Bars: the architecture of public display*. New York: Routledge. 2007
- [2] Pile, John F. *Interior Design*. New York: Harry N. Abrams, Inc. 2002.
- [3] Setiawan, Haryadi B. *Arsitektur, Lingkungan dan Perilaku: pengantar ke teori, metodologi dan aplikasi*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2014.
- [4] Kopec, Dak. *Environmental Psychology For Design*. New York: Fairchild Publication, 2010
- [5] Reza. Wawancara. 21 Febuari. 2017, *Anter Cabin Coffee*, Pk. 20.46 WIB.
- [6] Kevin. Wawancara. 25 Maret. 2017, *Anter Cabin Coffee*, Pk. 15.32 WIB.
- [7] Margaretha. Wawancara. 25 Maret. 2017, *Anter Cabin Coffee*, Pk. 15.32 WIB.
- [8] Andrew. Wawancara. 3 Feb. 2017, *Titik Koma Coffee*, Pk. 12.01 WIB.
- [9] Firman. Wawancara. 21 Feb. 2017, *Calibre Coffee Roasters*, Pk. 16.21 WIB.
- [10] Natalia. Wawancara. 3 Feb. 2017, *Titik Koma Coffee*, Pk. 12.01 WIB.
- [11] Clara leonita. Wawancara. 31 Maret. 2017, *Titik Koma Coffee*, Pk. 12.35 WIB.
- [12] Josiah Philpbert. Wawancara. 23 Maret. 2017, *Calibre Coffee Roasters*, Pk. 19.34 WIB.
- [13] Marvin. Wawancara. 18 Maret. 2017, *Calibre Coffee Roasters*, Pk. 19.10 WIB.
- [14] William Octo. Wawancara. 18 Maret. 2017, *Calibre Coffee Roasters*, Pk. 19.10 WIB.
- [15] Siong, Chen. Wawancara. 21 Feb. 2017, *Konig Coffee and Bar*, Pk. 15.14 WIB.
- [16] Agnes Tania. Wawancara. 12 April. 2017, *Konig Coffee and Bar*, Pk. 19.50 WIB.
- [17] Augustin , Sally. *Place Advantage*. Canada : John Wiley&Sons, 2009.