

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner terus berkembang seiring dengan meningkatnya preferensi konsumen terhadap transparansi, kualitas, dan pengalaman bersantap yang lebih interaktif. Salah satu tren yang semakin populer dalam dunia restoran adalah konsep *open kitchen*. Restoran *open kitchen* adalah konsep restoran di mana dapur dan area memasak terbuka sehingga pelanggan dapat melihat langsung proses masak, mulai dari persiapan bahan baku sampai dengan penyajian makanan. Konsep ini bertujuan untuk menciptakan transparansi, meningkatkan interaksi antara pelanggan dan koki, serta memberikan pengalaman makan yang lebih menarik dan interaktif. Konsep ini tidak hanya menghadirkan pengalaman makan yang lebih menarik, tetapi juga menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap kebersihan dan kualitas bahan makanan yang digunakan (Chow et al, 2010). Pelanggan cenderung lebih percaya terhadap produk atau layanan yang menunjukkan transparansi dalam proses produksinya (Kotler & Keller, 2019).

Menurut penelitian Hamaker (2000), banyak pemilik restoran telah mengadopsi konsep dapur terbuka untuk tempat usaha mereka karena berbagai alasan. Aspek hiburan dari persiapan makanan, seperti halnya di bar sushi, restoran pizza, dan rumah steak, tampaknya menjadi alasan mendasar untuk pilihan desain seperti itu. Konsumen memiliki harapan seperti itu akan suasana hiburan karena meningkatkan pengalaman bersantap mereka. Konsep *open kitchen* ini juga berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen (Baker, 1994). Transparansi dalam proses masak akan membangun persepsi yang positif terhadap restoran dan bisa menjadi daya tarik unggul dari restoran *open kitchen*. Lalu penelitian dari Auty (1992) juga mengungkit tentang hal yang berkontribusi pada keputusan konsumen untuk memilih satu restoran dibandingkan restoran lain, dan menyatakan bahwa banyak konsumen tertarik pada tema dan suasana dari suatu restoran. *Open kitchen* menjadi salah satu konsep yang

dianggap mempunyai suasana yang menarik dan membuat konsumen lebih memilih restoran open kitchen dibandingkan dengan restoran konvensional.

Di Surabaya sudah mulai banyak restoran menerapkan konsep open kitchen. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penelitian dari Kolin dan Widjaja (2018), dapat dilihat dari 318 restoran yang ada di pusat perbelanjaan terdapat 107 restoran (33,65%) yang sudah menerapkan konsep open kitchen. Meskipun jumlah open kitchen terbilang lebih sedikit, tetapi hal ini menunjukkan pelaku bisnis mulai mencari cara untuk membedakan dengan pesaing dengan memanfaatkan open kitchen untuk menarik konsumen. Namun, meskipun konsep tersebut menarik perhatian dan semakin banyak diminati, sejauh mana pengaruh konsep *open kitchen* terhadap daya tarik konsumen di kota ini masih belum banyak dibahas dalam penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana restoran dengan konsep *open kitchen* dapat mempengaruhi daya tarik konsumen di Surabaya. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan pemahaman yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang membuat konsep *open kitchen* menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, serta kontribusinya dalam mendongkrak popularitas restoran tersebut di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap konsep *open kitchen* pada restoran di Surabaya?
2. Apa saja preferensi utama konsumen dalam memilih restoran konsep *open kitchen* dibandingkan dengan restoran konvensional?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap konsep *open kitchen* pada restoran di Surabaya.
2. Untuk mengidentifikasi preferensi utama konsumen dalam memilih restoran dengan konsep *open kitchen* dibandingkan dengan restoran konvensional.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen perhotelan, desain interior restoran, dan perilaku konsumen. Konsep *open kitchen* atau dapur terbuka menawarkan wawasan baru tentang bagaimana tata letak restoran dapat memengaruhi pengalaman pelanggan secara psikologis dan emosional. Dengan menyoroti elemen sensorik seperti visualisasi proses memasak, aroma makanan segar, dan suara aktivitas dapur, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana lingkungan fisik restoran dapat membentuk persepsi dan loyalitas pelanggan terhadap suatu merek. Temuan ini mendukung hasil studi sebelumnya seperti yang dikemukakan oleh Alonso & O'Neill (2010), bahwa konsep dapur terbuka dapat menciptakan pengalaman yang lebih transparan dan meningkatkan keterikatan emosional konsumen dengan restoran. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penting bagi akademisi dalam mengembangkan teori terkait strategi desain ruang dan perilaku konsumen di sektor kuliner.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi berbagai pihak, terutama konsumen dan pelaku industri restoran. Bagi konsumen, hasil penelitian ini membantu memperluas pemahaman tentang keunggulan konsep open kitchen, di mana mereka dapat merasakan pengalaman makan yang lebih kaya secara sensorik, seperti melihat langsung proses memasak, mencium aroma makanan segar, serta mendengar suara aktivitas dapur. Pengalaman interaktif ini terbukti mampu meningkatkan daya tarik restoran dan menciptakan persepsi merek yang lebih positif, sebagaimana ditemukan dalam studi oleh Lee & Kim (2021). Sementara itu, bagi produsen atau pengelola restoran, konsep dapur terbuka dapat menjadi strategi untuk membangun citra merek yang lebih transparan, profesional, dan terpercaya. Penelitian oleh Wang & Mattila (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap standar kebersihan dan keterampilan koki dapat meningkat melalui penerapan konsep ini, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan dan pertumbuhan pendapatan restoran. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam merancang strategi pemasaran dan tata ruang restoran yang lebih efektif.