PENGARUH DESAIN FASILITAS *DRIVE-THRU* PADA JOKOPI - MERR TERHADAP PENGALAMAN PENGUNJUNG

THE INFLUENCE OF DRIVE-THRU FACILITY DESIGN AT JOKOPI - MERR ON VISITOR EXPERIENCE

[1]Sofie Bella Rafelina, [2]Susy Budi, [3]Astuti
[1,2,3]Departemen Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember
[1]sofiebellaraf@gmail.com, [2]susy@interior.its.ac.id

ABSTRAK

Kebiasaan minum kopi kini telah menjadi fenomena pada masyarakat Indonesia. kebiasaan ini tidak hanya dapat melepas penat dan dahaga, namun juga sebagai pendamping dalam kegiatan sosial seperti rapat, bisnis, kencan, belajar, dan sebagainya. Karena meningkatnya konsumen penikmat kopi, membuat adanya persaingan bisnis kedai kopi dalam menciptakan inovasi. Jokopi - MERR berhasil menghadirkan inovasi dan menjadi satu-satunya kedai kopi yang menyediakan layanan drive-thru pada jalan MERR. Karena terletak pada jalan MERR yang memiliki tingkat kepadatan tinggi, drive-thru dapat menjadi opsi tercepat dalam mendapatkan kopi untuk dinikmati. Maka, Jokopi - MERR dipilih oleh penulis sebagai objek penelitian. Teknis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah dengan melakukan observasi di lapangan untuk memperoleh data dan membandingkan dengan standar yang telah ada dan menggunakan metode Kuesioner CSAT yang bertujuan untuk mendukung penilaian observasi. Observasi fokus pada dua kategori yaitu Customer experience dan durasi dari kecepatan drive-thru. Dari observasi tersebut, penulis mendapatkan hasil bahwa drive-thru Jokopi-MERR dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung karena sudah sesuai dengan standar.

Kata kunci: *Jokopi - MERR, Pengalaman Pengunjung, Drive-Thru.*

ABSTRACT

The habit of drinking coffee has now become a phenomenon in Indonesian society. This habit can not only relieve fatigue and thirst, but also as a companion in social activities such as meetings, business, dating, studying, and etc. Due to the increase in coffee consumers, there is competition in the coffee shop business in creating innovations. Jokopi - MERR succeeded in presenting innovation and became the only coffee shop that provides a drive-thru service on MERR. Because it is located on MERR which has a high density level, a drive-thru can be the quickest option for getting coffee to enjoy. So, Jokopi - MERR was chosen by the author as the object of research. The research technique used by the author is to conduct field observations to obtain data and compare with existing standards and use the CSAT Questionnaire method which aims to support the observation assessment. Observations focus on two categories, namely customer experience and the duration of the drive-thru speed. From these observations, the author obtained the results that the Jokopi-MERR drive-thru can provide comfort for visitors because it is in accordance with the standard.

Keywords*: Jokopi - MERR, Customer Experience, Drive-Thru.*

PENDAHULUAN

Kebiasaan minum kopi kini telah menjadi fenomena pada masyarakat Indonesia, kebiasaan ini tidak hanya dapat melepas penat dan dahaga, namun juga sebagai pendamping dalam kegiatan sosial seperti rapat, bisnis, kencan, belajar, dan sebagainya. Hal ini membuat fenomena kebiasaan minum kopi semakin populer pada masyarakat dan secara tidak langsung menjadi bagian dari gaya hidup (lifestyle). Pada masa kini, jam kerja secara signifikan

berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian kopi. Konsumen mengaku pembelian kopi memang menjadi kebiasaan serta berfungsi meningkatkan stamina saat bekerja (Maulida & Agustina, 2022).

Meningkatnya permintaan konsumen yang berujung pada tingginya persaingan di pasar kopi, membuat setiap kedai kopi berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasar tersebut. Mereka membuat perbedaan dengan kedai kopi lainnya agar dapat menarik minat konsumen (Foithong, 2020). Salah satunya dengan cara memperhatikan aspek desain, fasilitas, dan lokasi untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Jokopi - MERR merupakan salah satu cabang kedai kopi lokal yang saat ini tengah berekspansi di Indonesia dan mulai membangun konsep kedai kopi drive-thru pertama pada Jalan MERR. MERR (Middle East Ring Road) merupakan salah satu program pemerintah dalam upaya perbaikan infrastruktur dan ekonomi berupa jaringan jalan yang menghubungkan antara Juanda hingga Perak pada sisi Timur Surabaya (Suparyanti dkk, 2007 dalam Dira, 2016). Selain itu, MERR juga dekat dengan pintu keluar TOL. Dengan adanya jalan tol maka lokasi-lokasi dekat pintu keluar-masuk jalan tol akan berkembang cepat sebagai kawasan bisnis, baik industri, perdagangan, jasa keuangan dan perbankan, dan sebagainya (Sumaryoto, 2018).

Jalan MERR merupakan jalan arteri dengan volume lalu lintas yang cukup padat pada jam sibuk (Agusdini et al, 2022). Jam sibuk adalah jam dalam satu periode sibuk pagi hari dan sore hari waktu setempat. Dalam hal ini, jam sibuk terjadi pukul 06.00-09.00 pada pagi hari dan 16.00-19.00 pada sore hari karena pada buku panduan Survey Kinerja Lalu Lintas Kota Surabaya 2010 yang didapat dari Dinas Perhubungan Pemerintah Kota Surabaya menunjukkan bahwa jam tersebut memiliki volume lalu lintas tertinggi di antara jam 05.00-21.00 WIB.

Di lokasi strategis seperti di Jalan MERR Surabaya, yang merupakan jalan besar dan sibuk, kehadiran signage yang efektif menjadi semakin krusial, terutama jika coffee shop tersebut memiliki fasilitas drive-thru. Signage merupakan bentuk visual tiga dimensi untuk penyampaian informasi pada sebuah fasilitas publik (Nastiti, 2021). Dalam situasi ini, coffee shop perlu memaksimalkan kesempatan untuk terlihat. Signage yang jelas dan mencolok membantu coffee shop menonjol di antara banyaknya tempat bisnis di sepanjang jalan. Selain itu, pada layanan drive-thru kecepatan, kenyamanan, dan efisiensi adalah kunci keberhasilan, sehingga signage memiliki peran yang sangat penting. Signage dalam bangunan interior sebagai alat dalam wayfinding, membantu manusia agar dapat mencapai ruang atau tempat yang diinginkan dengan efektif. Hal ini akan membuat pengalaman manusia saat memasuki bangunan menjadi sesuai dengan kehendak sang desainer karena ruang-ruang atau tempat yang akan dilalui manusia saat mencari ruangan yang ia kehendaki akan menjadi "yang semestinya" dilalui oleh orang tersebut apabila signage yang berada di sana bisa berfungsi dengan baik (Nastiti, 2021).

MERR merupakan lokasi yang strategis dan dilalui oleh banyak pekerja, sehingga adanya Jokopi - MERR pada jalanan tersebut dinilai tepat dalam memenuhi kebutuhan mereka. Penelitian ini bertujuan menilai lebih lanjut efektivitas layanan drive-thru terhadap pengalaman pengunjung yang merasakan kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan kopi. Hal ini dapat diperoleh melalui identifikasi desain signage dan sirkulasi hingga analisa kecepatan durasi pada pelayanan drive-thru.

KAJIAN TEORI

A. Desain

I. Desain Signage

Lewis (2015) memberikan beberapa pengertian signage serta fungsinya dalam lingkup arsitektur. Signage adalah penghubung antara arsitektur dan penggunanya serta merupakan standar grafis sebagai navigasi. Keberadaan signage tidak hanya sebagai tambahan melainkan merupakan sebuah aspek yang berfungsi untuk memperjelas penataan ruang dalam sebuah bangunan.

Visibilitas signage dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya warna dari signage

tersebut (Clarissa et al., 2020). Signage yang memiliki warna kontras akan memberikan dampak visual yang lebih kuat, sehingga dapat diartikan sebagai perbedaan antara warna signage dan warna pada keadaan lingkungan sekitarnya (Zeng dalam Clarissa et al., 2020).

Kemudian terdapat faktor jarak pandang pengguna jalan dan ukuran tinggi huruf yang tercantum pada signage. Signage harus dirancang dengan pemilihan ukuran huruf yang sesuai agar dapat terlihat dengan jelas dari jarak tertentu.

Sedangkan Calori (2015) memberikan gambaran langsung yang lebih jelas dengan pemaparan beberapa kategori signage yang bersifat informasi sebagai berikut:

1. Penanda Identifikasi, bertujuan mengidentifikasi lokasi tujuan atau tempat dalam lingkungan.
2. Penanda Directional, bertujuan menuntun pengguna menuju sebuah destinasi.
3. Penanda Peringatan, bertujuan memperingatkan terkait bahaya atau prosedur keamanan.
4. Penanda Peraturan dan Larangan, bertujuan mengatur kebiasaan orang atau melarang sebuah aktivitas tertentu.
5. Penanda Operasional, bertujuan memberikan informasi terkait penggunaan dan pengoperasian yang cukup rinci.

B. Fasilitas

I. Sirkulasi

Sirkulasi dapat diartikan sebagai "tali" yang mengikat antara ruang-ruang pada suatu bangunan atau suatu deretan ruang-ruang dalam bangunan maupun ruang luar bangunan yang saling terhubung antara satu ruang dengan ruang lainya. Sirkulasi dilakukan dalam suatu ruang dalam dan luar dalam waktu tertentu melalui sebuah tahapan untuk mencapai tujuan (Ching, 2008 dalam Safrina et al., 2023). Dalam sebuah bangunan, sirkulasi menjadi elemen positif yang dapat memberi pengaruh terhadap persepsi seseorang dalam melihat bentuk dan ruang dalam bangunan tersebut.

II. Ergonomi

Pengertian ergonomi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani, yakni dari kata "ergon" yang artinya kerja dan "nomo" yang berarti peraturan atau hukum. Sedangkan pengertian ergonomi secara terminologi adalah peraturan tentang bagaimana melakukan kerja, termasuk sikap kerja. Sesuai dengan perkembangan kesehatan kerja, maka yang mengatur antara manusia sebagai tenaga kerja dan peralatan kerja ataupun mesin yang berkembang menjadi cabang ilmu tersendiri (Notoatmodjo, 2010).

Secara umum, prinsip ergonomi terbagi menjadi 5 yaitu:

1. Kegunaan (Utility)
2. Keamanan (Safety)
3. Kenyamanan (Comfortability)
4. Keluwesan (Flexibility)
5. Kekuatan (Durability)

Tabel 1. Perbandingan Ukuran Tinggi Huruf *Signage* dengan Jarak Pandang Pengunjung

Jarak Pandang (meter)	Ukuran Tinggi Huruf (mm)
2 m	6 mm
3 m	12 mm
6 m	20 mm
8 m	25 mm
12 m	40 mm
15 m	50 mm

Sumber: Perancangan Komunikasi Visual Sign System Semen Padang Hospital

Tabel 2. Satuan Ruang Parkir Sebagai Acuan Standar Lebar Jalan pada Ergonomi Drive-Thru

Jarak Pandang (meter)	Ukuran Tinggi Huruf (mm)
1. a. Mobil Penumpang Gol. I	2,30 x 5,00 m2
2. b. Mobil Penumpang Gol. II	2,50 x 5,00 m2
3. c. Mobil Penumpang Gol. III	3,00 x 5,00 m2
4. Bus dan Truk	3,40 x 12,50 m2
5. Sepeda Motor	0,25 x 1,60 m2

Sumber: Dirjen Perhubungan Darat (1998)

A. Drive Thru

Menurut Soekresno (2000) "Drive Through" atau "Drive Thru" adalah suatu usaha atau restoran yang melayani konsumen yang masih berada di dalam kendaraannya. Pemesanan dilakukan dan pelayanan diberikan melalui konter khusus, sedangkan konsumen tetap berada di dalam kendaraannya. Pada zaman sekarang, adanya inovasi layanan ini dapat memenuhi pola hidup kita yang serba cepat. Tujuan dari layanan drive-thru adalah untuk memudahkan konsumen yang ingin cepat menerima produknya namun ragu untuk turun dari kendaraan.

Di Indonesia, layanan drive-thru ditempatkan di sisi kanan kendaraan atau driver seat karena Indonesia menggunakan praktik lalu lintas sisi kanan (RHT). Penggunaan lalu lintas pada suatu negara merupakan rancangan yang pantas dengan peraturan jalan raya, contohnya, sisi jalan bersamaan dengan kepadatan lalu lintas.

Berikut 5 standar layanan drive-thru menurut Ulhak, Firdaus (2018) yaitu:

1. Prosedur pelayanan
2. Waktu Penyelesaian
3. Pembayaran
4. Hasil Pelayanan

B. Jokopi - MERR

Jokopi - MERR merupakan Coffee shop yang mengangkat implementasi Open Space dan Social distancing kedalam desainnya (Hanafi et al, 2023). Pada tahun 2021, Jokopi membangun cabang ketiganya di Surabaya yang berlokasi pada jalan MERR oleh ARA Studio. Karena didirikan saat pandemi Covid-19, Jokopi - Merr menerapkan sebuah inovasi konsep layanan drive - thru pertamanya sebagai bentuk implementasi social distancing dan sebagai respon desain untuk menciptakan ruang yang tangguh bagi pelanggan dan bersiap menghadapi kemungkinan wabah pandemi yang akan datang.

C. Pengalaman Pengunjung

Pengalaman pengunjung adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan

perubahan yang terdapat di dalamnya (Shaw dan Ivens dalam Meyer dan Schwager, 2007). Menurut Rini (2009) customer experience melibatkan panca indera, hati, pikiran yang menempatkan pembelian produk atau jasa di antara konteks yang lebih besar dalam kehidupan. Schmitt dalam Salim dan Catherine dan Andreani (2013) menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan dapat diukur dengan 5 faktor utama, yaitu:

1. Sensory Experience
   Usaha penciptaan pengalaman yang berkaitan dengan panca indera melalui penglihatan, suara, sentuhan, rasa, dan bau.
2. Feel / Affective Experience.
   Timbul sebagai hasil kontak dan interaksi yang berkembang sepanjang waktu, di mana dapat dilakukan melalui perasaan dan emosi yang ditimbulkan.
3. Think / Creative Cognitive Experience.
   Bertujuan untuk membawa pelanggan berpikir lebih dalam dan kreatif sehingga memberikan opini yang bagus terhadap produk dan service perusahaan.
4. Act / Physical Experience and Entitle Lifestyle.
   Bertujuan untuk mendorong konsumen sehingga tertarik dan berpikir secara kreatif sehingga mungkin dapat menghasilkan evaluasi kembali mengenai perusahaan dan merek tersebut.
5. Relate / Social Identity Experience
   Bertujuan untuk menghubungkan konsumen tersebut dengan budaya dan lingkungan sosial yang dicerminkan oleh merek suatu produk (Rahmawati et al., 2019).

METODE PENELITIAN

1. Field Research

Dilaksanakan dengan cara mengamati objek dan melakukan percobaan drive-thru secara langsung pada Jokopi - MERR guna memperoleh data eksisting yang nantinya akan dibandingkan dengan standar yang telah ada.

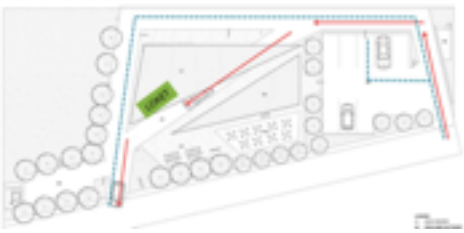
2. Kuesioner

Perolehan data pada metode field research didukung dengan data hasil kuesioner dengan aplikasi google form terhadap masyarakat umum. Responden yang diperoleh dalam data kuesioner ini sebanyak 41 orang dan akan diolah menggunakan metode CSAT (Customer Satisfaction Score).

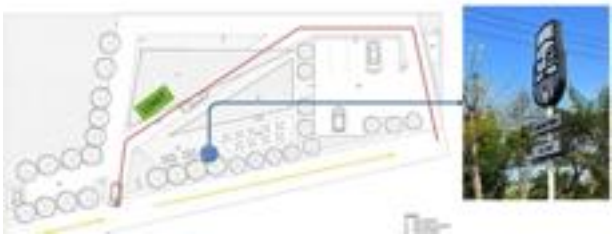
HASIL DAN PEMBAHASAN

Experience, Signage, Layout, dan Durasi

Alur mobil pengunjung Jokopi - MERR pada pintu masuk menjadi satu, namun selanjutnya untuk pengunjung dine-in akan parkir dan jika ingin keluar dapat melalui belakang bangunan. Untuk pengunjung Jokopi - MERR yang melakukan drive-thru setelah memasuki area pintu masuk Jokopi akan mengikuti alur dan melewati area tengah bangunan. Pada jarak pandang sekitar 10 meter logo masih kurang terlihat karena tertutup oleh pohon sepanjang jalan MERR. Namun saat semakin mendekati objek logo Jokopi sudah dapat terlihat namun warna yang digunakan kurang mencolok sehingga informasi tidak dapat diterima dalam satu kali lihat.



Gambar 1. Jalur Lewat Kendaraan pada Jokopi - MERR
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.



Gambar 2. Alur Sirkulasi *Drive-Thru* dan Posisi *Signage* Logo Jokopi - MERR
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Gambar 3. Signage Identifikasi dalam Jarak 10 Meter dan 5 Meter
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Gambar 4. *Signage Directional* dan Identifikasi Pada Jalan Masuk Jokopi - MERR
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Mengenai Signage Logo Jokopi-MERR

Pertamyaan	Hasil
Apakah logo Jokopi - MERR yang berada di sebelah kiri jalan raya sudah cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas? (1 = Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)	Sebanyak 51,2% atau 21 orang memberikan rating dengan angka 4 dan yang terendah yaitu 2,4% atau 1 orang memberikan rating angka 1, menunjukkan sebagian besar responden sangat setuju bahwa signage cukup membantu memberi informasi dengan jelas.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 4. Hasil Observasi Experience pada Jalan Masuk Jokopi - MERR

Sensory Experience	Physical Experience
Pada titik ini terdapat tiga signage, signage pertama berisi informasi arah masuk area Jokopi - MERR, signage kedua berisi informasi mengenai biaya parkir, dan signage ketiga berisi informasi lokasi parkir mobil. Dalam posisi ini mata mendapatkan banyak informasi namun karena terdapat satu signage yang menonjol dengan tulisan yang lebih besar serta warna yang mencolok membuat informasi pertama yang didapat adalah dari signage pertama.	Pada titik ini sirkulasi dibuat searah sehingga dirasa cukup nyaman dengan lebar jalan yang ada.
Kesimpulan	
Meski terdapat banyak informasi, informasi utama pada titik ini dapat tersampaikan dengan baik serta sirkulasi terasa nyaman.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 5. Hasil Observasi *Signage* pada Jalan Masuk Jokopi - MERR

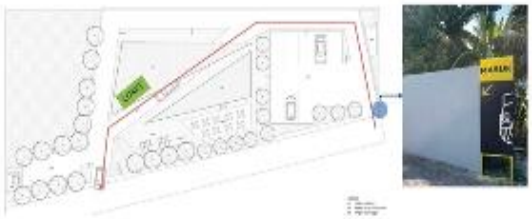
Standar	Eksisting
a. *Visibility* Terlihat jelas, menarik perhatian mata, dan ditempatkan di tempat yang sesuai. **Parameter:** Jarak Pandang	
b. *Readability* Terbaca dengan karakter huruf yang tegas, besar, dan kontras dengan latar. **Parameter:** Karakter *Font*	-
c. *Noticeability* Mudah dikenali di berbagai tempat dan keadaan sekitar. **Parameter:** Warna *Signage*	
d. *Legibility* Tingkat keterbacaan perlu diperhatikan. **Parameter:** Ukuran *Font*	
Kesimpulan	
-	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 6. Hasil Observasi *Layout* pada Jalan Masuk Jokopi - MERR

Standar	Eksisting	Kesimpulan
Lebar untuk 1 mobil penumpang adalah 2,5 m.	Jalan masuk Jokopi-MERR memiliki lebar 4,17 m.	Jalan masuk Jokopi-MERR memiliki lebar yang sesuai dengan standar.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.



Gambar 5. Alur Sirkulasi *Drive-Thru* dan Posisi *Signage Directional* pada Jalur Masuk Jokopi - MERR

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 7. Hasil Observasi Experience pada Jalur Masuk Jokopi - MERR

Sensory Experience	Physical Experience
Signage memiliki warna yang mencolok serta ukuran yang besar sehingga cukup untuk memberikan informasi bahkan saat berada di jalan raya. Penunjuk arah juga terasa informatif karena memang hanya terdapat satu jalan	Pada titik ini sirkulasi dibuat searah sehingga masih terasa nyaman dengan ukuran jalan yang ada.
Kesimpulan	
Signage dapat memberikan informasi dengan baik dan sirkulasi nyaman.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 8. Hasil Observasi *Signage* Pada Jalur Masuk Jokopi - MERR

Standar	Eksisting
a. *Visibility* Terlihat jelas, menarik perhatian mata, dan ditempatkan di tempat yang sesuai. **Parameter:** Jarak Pandang b. *Readability* Terbaca dengan karakter huruf yang tegas, besar, dan kontras dengan latar. **Parameter:** Karakter *Font* c. *Noticeability* Mudah dikenali di berbagai tempat dan keadaan sekitar. **Parameter:** Warna *Signage* d. *Legibility* Tingkat keterbacaan perlu diperhatikan. **Parameter:** Ukuran *Font*	a. Terletak pada pintu masuk Jokopi yang menuju ke arah area parkir mobil dan jalur *drive-thru*. Papan *signage* ini diletakkan dengan posisi menyerong 20 derajat dari posisi dinding pintu masuk. Pengukuran jarak pandang yang dianalisa adalah sejauh 8,5 m. b. Huruf memiliki karakter *bold* dengan warna hitam yang kontras dengan warna latarnya yang berwarna kuning. c. Warna / *color palette* pada desain papan *signage* ini merupakan warna dari *branding* Jokopi sendiri, yakni kuning, putih, dan hitam. d. Pada papan *signage* ini, terdapat *font* dengan ukuran 10 cm sebagai *Heading text*.
Kesimpulan	
Kriteria *signage* telah memenuhi standar	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 9. Hasil Observasi *Layout* pada Jalur Masuk Jokopi - MERR Standar

Eksisting	Kesimpulan
Lebar untuk 1 mobil penumpang adalah 2,5 m.	Jalan masuk Jokopi-MERR memiliki lebar 4,17 m.	Jalan masuk Jokopi - MERR memiliki lebar yang sesuai dengan standar.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 10. Hasil Kuesioner Mengenai *Signage Directional* pada Jalur Masuk Jokopi - MERR

Pertanyaan	Hasil
Apakah posisi signage pada pintu masuk Jokopi - MERR yang berada di sebelah kanan kendaraan sudah cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas? (1 = Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)	Sebanyak 43,9% atau 18 orang memberikan *rating* dengan angka 3 dan yang terendah yaitu 2,4% atau 1 orang memberikan *rating* angka 1, menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa *signage* sudah cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Gambar 6. Alur Sirkulasi *Drive-Thru* dan Posisi *Signage* Identifikasi Pada Area Parkir Jokopi - MERR

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 11. Hasil Observasi Experience pada Area Parkir Jokopi - MERR

Sensory Experience	***Physical Experience***
Terdapat dua *signage* pada titik ini, *signage* pertama menginfokan tarif parkir pada Jokopi-MERR tulisan kurang bisa dibaca karena kecil dan tipis. Selain itu *signage* ini juga menginfokan mengenai ketentuan umum parkir menggunakan font yang berukuran kecil dan tebal. Namun meski menggunakan karakter tebal tulisan dirasa masih kurang bisa dibaca. *Signage kedua* memuat informasi mengenai lokasi parkir mobil, *signage* menggunakan ukuran *font* yang cukup besar dan tebal selain itu juga terdapat logo 'P' dan mobil yang dapat memberikan simbol lokasi parkir mobil.	Pada titik ini sirkulasi dibuat searah serta untuk belok ke area parkir juga masih terasa nyaman.
Kesimpulan	
Signage pertama tidak dapat menyampaikan informasi dengan baik. *Signage* kedua dapat menyampaikan informasi dengan baik. Sirkulasi nyaman.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 12. Hasil Observasi Signage pada Area Parkir Jokopi - MERR

Standar	Eksisting
a. Visibility Terlihat jelas, menarik perhatian mata, dan ditempatkan di tempat yang sesuai. **Parameter**: Jarak Pandang b. Readability Terbaca dengan karakter huruf yang tegas, besar, dan kontras dengan latar. **Parameter**: Karakter Font c. Noticeability Mudah dikenali di berbagai tempat dan keadaan sekitar. **Parameter**: Warna Signage d. Legibility Tingkat keterbacaan perlu diperhatikan. **Parameter**: Ukuran Font	a. Terletak pada pintu masuk Jokopi yang ditujukan pada area parkir mobil. Kedua signage ini diletakkan dengan posisi menyerong 45 derajat dari posisi mobil. Pengukuran jarak pandang yang dianalisa adalah 2,6 m. b. Huruf pada signage tarif parkir memiliki desain yang lebih variatif dengan karakter bold dan tidak bold dan penyusunan layout teks menarik. Huruf pada signage parkir mobil memiliki karakter bold dengan warna putih yang kontras dengan warna latarnya, yakni warna hitam. c. Warna / color palette pada desain kedua signage ini merupakan warna monokrom hitam dan putih sehingga memiliki tingkat kekontrasan yang tinggi. d. Pada signage tarif parkir, terdapat font dengan ukuran 5 cm sebagai Heading text, 2 cm sebagai Subheading text, dan 1,5 cm sebagai Body text. Sedangkan pada signage parkir mobil terdapat huruf 'P' sebagai simbol 'Parkir' dengan ukuran 22 cm dan terdapat font dengan ukuran 5 cm sebagai Heading Text.
Kesimpulan	
Berdasarkan kriteria, signage tarif parkir belum memenuhi standar karena ukuran font yang terlalu kecil dan karakter huruf yang tipis. Namun, kriteria signage parkir mobil telah memenuhi standar.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 13. Hasil Observasi *Layout* pada Area Parkir Jokopi - MERR

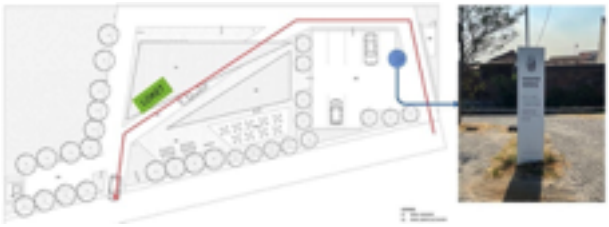
Standar	Eksisting	Kesimpulan
Lebar untuk 1 mobil penumpang adalah 2,5 m.	Jalan masuk Jokopi-MERR memiliki lebar 4,17 m.	Jalan masuk Jokopi-MERR memiliki lebar yang sesuai dengan standar.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 14. Hasil Kuesioner Mengenai *Signage* Parkir Mobil Jokopi - MERR

Pertanyaan	Hasil
Apakah *signage* Parkir Mobil Jokopi - MERR yang berada di sebelah kiri kendaraan sudah cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas? (1 = Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)	Sebanyak 51,2% atau 21 orang memberikan *rating* dengan angka 3 dan yang terendah yaitu 0% atau 0 orang memberikan *rating* angka 1, menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa *signage* cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.



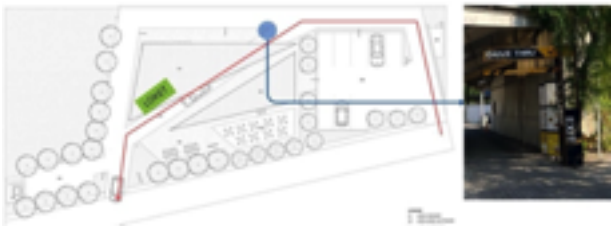
Gambar 7. Alur Sirkulasi Drive-Thru dan Posisi Signage Directional Pada Jalur Drive-Thru Jokopi - MERR

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 15. Hasil Observasi Experience pada Awal Jalur Drive-Thru Jokopi - MERR

Sensory Experience	Physical Experience
Signage ini berisi informasi mengenai arah drive-thru, parkir mobil, parkir mobil dan motor, serta arah keluar. Posisi signage terdapat pada bagian sisi kiri mobil sehingga pengendara berjarak agak jauh namun tulisan tetap dapat dilihat dengan jelas. Posisi signage diletakkan di setelah pintu masuk area parkir sehingga dapat menyebabkan pengunjung kelewatan informasi area parkir jika tidak terdapat signage parkir di sebelumnya. Selain itu, terdapat informasi yang kurang jelas yaitu mengenai lokasi parkir mobil dan motor yang diarahkan pada rute selanjutnya karena pada rute selanjutnya sudah tidak terdapat area parkir mobil dan hanya terdapat area parkir motor saja.	Pada titik ini sirkulasi dibuat searah serta untuk belok ke area parkir juga masih terasa nyaman dengan ukuran jalan yang ada.
Kesimpulan	
Signage pertama tidak dapat menyampaikan informasi dengan baik. Signage kedua dapat menyampaikan informasi dengan baik. Sirkulasi nyaman.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.



Gambar 8. Alur Sirkulasi Drive-Thru dan Posisi Signage Identifikasi Pada Jalur Drive-Thru Jokopi - MERR

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 16. Hasil Observasi Signage pada Awal Jalur Drive-Thru Jokopi - MERR

Standar	Eksisting
a. Visibility Terlihat jelas, menarik perhatian mata, dan ditempatkan di tempat yang sesuai. **Parameter**: Jarak Pandang b. Readability Terbaca dengan karakter huruf yang tegas, besar, dan kontras dengan latar. **Parameter**: Karakter Font c. Noticeability Mudah dikenali di berbagai tempat dan keadaan sekitar. **Parameter**: Warna Signage d. Legibility Tingkat keterbacaan perlu diperhatikan. **Parameter**: Ukuran Font	a. Terletak pada sebelah kiri pada awal jalur drive-thru Jokopi. Papan signage ini diletakkan dengan posisi menyerong 45 derajat dari posisi mobil. Pengukuran jarak pandang yang dianalisa adalah sejauh 2,6 m. b. Huruf pada papan signage ini merupakan variasi dari karakter bold dan tidak bold dengan warna hitam yang kontras dengan warna latarnya yang berwarna putih. c. Warna / color palette pada desain papan ini merupakan warna monokrom hitam dan putih yang diambil dari branding Jokopi. d. Pada papan signage ini, terdapat font dengan ukuran 6 cm sebagai Heading text, 4 cm sebagai Subheading text, dan 2,5 cm sebagai Body text.
Kesimpulan	
Kriteria signage telah memenuhi standar.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 17. Hasil Observasi *Layout* pada Awal Jalur *Drive-Thru* Jokopi - MERR

Standar	Eksisting	Kesimpulan
Lebar untuk 1 mobil penumpang adalah 2,5 m.	Jalan masuk Jokopi-MERR memiliki lebar 4,17 m.	Jalan masuk Jokopi-MERR memiliki lebar yang sesuai dengan standar.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 18. Hasil Kuesioner Mengenai *Signage* Arah *Drive-Thru* Jokopi - MERR

Pertanyaan	Hasil
Apakah *signage* arah *drive - thru* Jokopi - MERR yang berada di sebelah kiri kendaraan sudah cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas? (1 = Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)	Sebanyak 51,2% atau 21 orang memberikan *rating* dengan angka 3 dan yang terendah yaitu 0% atau 0 orang memberikan *rating* angka 1, menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa *signage* cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 19. Hasil Observasi *Experience* pada Jalur *Drive-Thru* Jokopi - MERR

Sensory Experience	***Physical Experience***
Signage berisi informasi arah *drive-thru* dan *exit* yang diletakkan pada persimpangan 2 jalan. Tulisan pada *signage* mudah dibaca dengan jelas. Meski untuk petunjuk arah pada daerah *drive-thru* tertutup oleh pohon informasi tetap dapat tersampaikan karena bentuk *signage* yang horizontal seperti *gate* dapat memberi kesan sebuah area.	Pada area ini terbagi dua alur yaitu untuk *drive-thru* dan pintu keluar sehingga orang yang akan keluar tidak perlu menunggu pelanggan yang ingin melakukan *drive-thru.*
Petunjuk arah untuk pintu *exit* tidak terkendala.	
Kesimpulan	
Signage bisa lebih optimal jika tidak tertutup pohon. Sirkulasi nyaman.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 20. Hasil Observasi *Signage* pada Jalur *Drive-Thru* Jokopi - MERR

Standar	**Eksisting**
a. *Visibility* Terlihat jelas, menarik perhatian mata, dan ditempatkan di tempat yang sesuai. **Parameter:** Jarak Pandang b. *Readability* Terbaca dengan karakter huruf yang tegas, besar, dan kontras dengan latar. **Parameter:** Karakter *Font* c. *Noticeability* Mudah dikenali di berbagai tempat dan keadaan sekitar. **Parameter:** Warna *Signage* d. *Legibility* Tingkat keterbacaan perlu diperhatikan. **Parameter:** Ukuran *Font*	a. Terletak pada area papan menu pada jalur *drive-thru* Jokopi. Papan *signage* ini didesain dengan bentuk huruf 'L' yang terbalik dan berfungsi sebagai *gate drive-thru*. Pengukuran jarak pandang yang dianalisa adalah sejauh 2 m. b. Huruf pada papan *signage* ini memiliki karakter *bold* dengan warna putih yang kontras dengan warna latarnya yang berwarna hitam. c. Warna / *color palette* pada desain papan ini merupakan warna dari *branding* Jokopi sendiri, yakni kuning, putih, dan hitam. d. Pada papan *signage* ini, terdapat *font* dengan ukuran 18 cm sebagai *Heading text*.
Kesimpulan	
Kriteria *signage* telah memenuhi standar.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

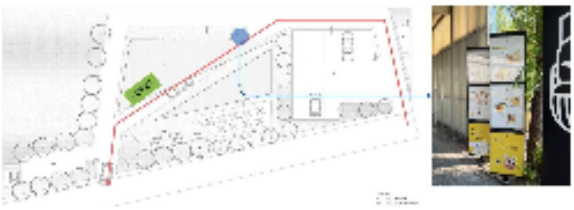
Tabel 21. Hasil Observasi *Layout* pada Jalur *Drive-Thru* Jokopi - MERR

Standar	**Eksisting**	**Kesimpulan**
Lebar untuk 1 mobil penumpang adalah 2,5 m.	Jalan *drive-thru* Jokopi-MERR memiliki lebar 2,5 m.	Jalan masuk Jokopi-MERR memiliki lebar yang sesuai dengan standar.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 22. Hasil Kuesioner Mengenai *Signage Drive-Thru* Jokopi - MERR

Pertanyaan	**Hasil**
Apakah *signage Drive-Thru* Jokopi - MERR yang berada di sebelah kanan kendaraan sudah cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas?	Sebanyak 51,2% atau 21 orang memberikan *rating* dengan angka 3 dan yang terendah yaitu 0% atau 0 orang memberikan *rating* angka 1, menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa *signage* cukup
(1 = Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)	membantu untuk memberi informasi dengan jelas.



Gambar 9. Alur Sirkulasi *Drive-Thru* dan Posisi Signage Identifikasi Menu Display Drive-Thru Jokopi - MERR

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 23. Hasil Observasi *Experience* pada Area Menu Display Drive-Thru Jokopi - MERR

Sensory Experience	***Physical Experience***
Terdapat papan menu setelah *signage drive-thru* dan 6 meter sebelum jendela pemesanan, menampilkan semua menu yang ada termasuk menu paket menu paket dua papan atas dapat dibaca dengan jelas karena letaknya yang sejajar dan lebih tinggi dari pada pengemudi namun pada papan bawah kurang bisa dibaca oleh pengemudi ketika sejajar, hanya bisa dilihat dan dibaca jika belum sejajar.	Pada titik ini sirkulasi dibuat searah sehingga masih terasa nyaman dengan ukuran jalan yang ada.
Kesimpulan	
Signage dapat memberikan informasi dengan baik dan sirkulasi nyaman.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 23. Hasil Observasi *Signage* pada Area Menu Display Drive-Thru Jokopi - MERR

Standar	**Eksisting**
a. *Visibility* Terlihat jelas, menarik perhatian mata, dan ditempatkan di tempat yang sesuai. **Parameter:** Jarak Pandang b. *Readability* Terbaca dengan karakter huruf yang tegas, besar, dan kontras dengan latar. **Parameter:** Karakter *Font* c. *Noticeability* Mudah dikenali di berbagai tempat dan keadaan sekitar. **Parameter:** Warna *Signage* d. *Legibility* Tingkat keterbacaan perlu diperhatikan. **Parameter:** Ukuran *Font*	a. Terletak di pinggir jalur *drive-thru*, papan menu ini diletakkan dengan posisi menyerong 45 derajat dari posisi mobil. Pengukuran jarak pandang yang dianalisa adalah sejauh 80 cm. b. Huruf pada papan menu ini merupakan variasi dari karakter *bold* dan tidak *bold* dengan warna hitam yang kontras dengan warna latarnya, yakni warna putih dan kuning. c. Warna / *color palette* pada desain papan ini merupakan warna dari *branding* Jokopi, yakni kuning, putih, dan hitam. d. Pada papan menu ini, terdapat *font* dengan ukuran 2,5 cm sebagai *Subheading text*, dan 0,5 cm sebagai *Body text*.
Kesimpulan	
Kriteria *signage* telah memenuhi standar.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 24. Hasil Observasi Layout pada Area Menu Display Drive-Thru Jokopi - MERR

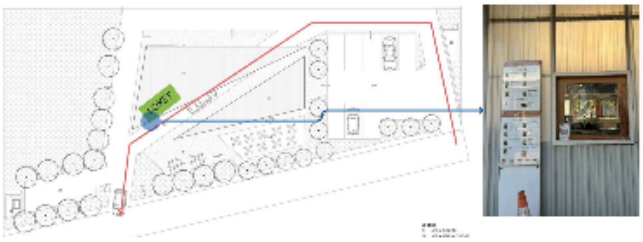
Standar	Eksisting	Kesimpulan
Lebar untuk 1 mobil penumpang adalah 2,5 m.	Jalan drive-thru Jokopi-MERR memiliki lebar 2,5 m.	Jalan masuk Jokopi-MERR memiliki lebar yang sesuai dengan standar.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 25. Hasil Kuesioner Mengenai *Signage* Menu *Display Drive-Thru* Jokopi - MERR

Pertanyaan	Hasil
Apakah *signage* menu *display* pada *drive-thru* Jokopi - MERR yang berada di sebelah kanan kendaraan sudah cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas? (1 = Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)	Sebanyak 48,8% atau 20 orang memberikan *rating* dengan angka 3 dan yang terendah yaitu 0% atau 0 orang memberikan *rating* angka 1, menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa *signage* cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.



Gambar 10. Alur Sirkulasi *Drive-Thru* dan Posisi Signage Identifikasi Menu Pemesanan *Drive-Thru* Jokopi - MERR

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 26. Hasil Observasi *Experience* pada Area Menu Pemesanan *Drive-Thru* Jokopi - MERR

Sensory Experience	*Physical Experience*
Terdapat menu di sebelah jendela pemesanan dilengkapi dengan harga dan gambar pada setiap menu, maka dapat memberikan informasi yang lengkap kepada pengunjung. Tulisan dapat dibaca dengan jelas selain itu jendela pemesanan dengan tinggi 1 m dari tanah dan dirasa cukup nyaman oleh pengemudi yang ingin memesan drive thru. Dengan adanya jendela, pelanggan juga dapat berinteraksi langsung dengan pegawai *coffee shop* sehingga memudahkan interaksi saat memesan.	Pada titik ini sirkulasi dibuat searah sehingga masih terasa nyaman dengan ukuran jalan yang ada.

Kesimpulan
Signage dapat memberikan informasi dengan baik dan sirkulasi nyaman.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 27. Hasil Observasi Signage pada Area Menu Pemesanan Drive-Thru Jokopi - MERR

Standar	Eksisting
a. Visibility Terlihat jelas, menarik perhatian mata, dan ditempatkan di tempat yang sesuai. Parameter: Jarak Pandang b. Readability Terbaca dengan karakter huruf yang tegas, besar, dan kontras dengan latar. Parameter: Karakter Font c. Noticeability Mudah dikenali di berbagai tempat dan keadaan sekitar. Parameter: Warna Signage d. Legibility Tingkat keterbacaan perlu diperhatikan. Parameter: Ukuran Font	a. Terletak di sebelah jendela pemesanan, papan menu ini ditempel pada dinding samping jendela untuk memudahkan pengunjung dalam melakukan pemesanan sambil melihat menu. Pengukuran jarak pandang yang dianalisa adalah sejauh 80cm. b. Huruf pada papan menu ini merupakan variasi dari karakter bold dan tidak bold dengan warna hitam yang kontras dengan warna latarnya yang berwarna putih c. Warna / color palette pada desain papan ini merupakan warna dari branding Jokopi sendiri, yakni coklat, putih, dan hitam. d. Pada papan menu ini, terdapat font dengan ukuran 2 cm sebagai Heading text, dan 1 cm sebagai Subheading text dan Body text.
Kesimpulan	
Kriteria signage telah memenuhi standar.	

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 28. Hasil Observasi *Layout* pada Area Menu Pemesanan *Drive-Thru* Jokopi - MERR

Standar	Eksisting	Kesimpulan
Lebar untuk 1 mobil penumpang adalah 2,5 m.	Jalan *drive-thru* Jokopi-MERR memiliki lebar 2,5 m.	Jalan masuk Jokopi-MERR memiliki lebar yang sesuai dengan standar.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Tabel 29. Hasil Kuesioner Mengenai *Signage* Menu Pemesanan *Drive-Thru* Jokopi-MERR

Pertanyaan	Hasil
Apakah *signage* menu pemesanan pada drive-thru Jokopi - MERR yang berada di sebelah kanan kendaraan sudah cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas? (1 = Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)	Sebanyak 46,3% atau 19 orang memberikan *rating* dengan angka 3 dan yang terendah yaitu 0% atau 0 orang memberikan *rating* angka 1, menunjukkan sebagian besar responden sangat setuju bahwa *signage* sudah cukup membantu untuk memberi informasi dengan jelas.

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024.

Durasi

Dari hasil percobaan yang dilakukan oleh penulis dengan cara melakukan perbandingan

pemesanan melalui drive-thru dan pemesanan manual dengan jumlah pesanan yang sama menghasilkan bahwa pemesanan dengan metode pemesanan manual membutuhkan waktu 4 menit 30 detik dan untuk pemesanan dengan metode pemesanan drive-thru membutuhkan waktu 3 menit 5 detik dengan selisih keduanya 1 menit 25 detik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa metode drive-thru memang membutuhkan waktu yang lebih sedikit dalam pemesanan.

SIMPULAN

Pengalaman pengunjung yang dibahas pada penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu sensory experience dan physical experience. Kategori sensory experience fokus pada indera penglihatan untuk menilai bagaimana signage yang tertangkap oleh mata dapat berpengaruh terhadap bagaimana pengunjung menerima informasi. Sedangkan kategori physical experience fokus pada bagian layout untuk menilai bagaimana layout dapat memberikan kenyaman untuk para pengunjung selama proses drive-thru. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, lima dari signage yang ada di lapangan sudah memenuhi standar yang ada dan jalur drive-thru pada Jokopi - MERR juga memiliki lebar yang sudah sesuai dengan standar. Maka, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar fasilitas pada

Jokopi - MERR telah memenuhi standar, sehingga dapat membantu para pengunjung untuk menerima informasi dengan baik dan leluasa dalam mobilisasi saat melakukan drive-thru.

Berdasarkan hasil pengukuran durasi saat percobaan pemesanan drive-thru dan manual, telah diperoleh data bahwa pemesanan drive-thru menghabiskan waktu lebih sedikit yaitu 1 menit 25 detik lebih cepat daripada pemesanan secara manual. Maka, dapat disimpulkan bahwa drive-thru dapat menghemat waktu pengunjung sebanyak 1 menit 25 detik.

DAFTAR PUSTAKA

Maulida, N. S., & Agustina, T. (2022). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PRODUK KOPI ROBUSTA ORGANIK KOPERASI SERBA USAHA (KSU) BUAH KETAKASI DI KABUPATEN JEMBER. MEDIAGRO, 18(2).

Foithong, N. (2020). Coffee consumption behavior and SWOT analysis: a coffee shop in Hat Yai.

Dira, A. (2016). Dampak Pembangunan Jalan MERR IIC-Gunung Anyar Terhadap Perkembangan

Harga Lahan. Program Magister Jurusan Arsitektur ITS Surabaya.

Sumaryoto, S. (2018). Dampak keberadaan jalan tol terhadap kondisi fisik, sosial, dan ekonomi lingkungannya. Journal of Rural and Development, 1(2).

Theresia, M. C. A., Kusumaningrum, D., Sekartadji, R., & Agung, D. (2022). U-Turn Analysis on Road Performance by Dr. Ir. H. Soekarno Merr (Case Study: West and East Side U-Turn). Journal of Civil Engineering, Planning and Design, 1(2), 99-103.

Nastiti, B. K. (2021, February). Peran Sistem Signage pada Elemen Interior Bandar Undara

Internasional Husein Sastranegara. In Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial (SNDS) (Vol.

1, No. 1, pp. 55-62).

Clarissa, A., & Gunagama, M. G. (2020). EVALUASI WARNA SIGNAGE TERHADAP VISIBILITASNYA PADA MALL DI YOGYAKARTA.

RAMADIA, D., Zubaidah, M. S., & San Ahdi, M. S. (2017). Perancangan Komunikasi Visual Sign
System Semen Padang Hospital. DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 5(2).
Safrina, I., Fahrizal, E., & Saputra, E. (2023). Pola Sirkulasi Ruang Luar Pasar Tradisional Keude Krueng Geukueh di kecamatan Dewantara, Kabupaten Aceh Utara. PROSIDING TEMU ILMIAH, 11(1), C009-C016.
Ching, F. D. (1985). Arsitektur: bentuk, ruang dan susunannya. Erlangga.
Linarto, E. L. (2021). Panti Werdha di Semarang dengan Pendekatan Placemaking (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
Dirjen Perhubungan Darat, D. P. (1998). Pedoman Teknis Penyelenggaraan Fasilitas Parkir. Direktorat
Bina Sistem Lalu Lintas Angkutan Kota, Direktorat Jenderal Perhubungan Darat, Jakarta. Irawan, F., Nananda, N. D., Hafizky, I., & Cahyani, R. (2024). Analisis Pengaruh Layanan Drive Thru
terhadap Kepuasan Konsumen Makanan Cepat Saji di Pekanbaru. Jurnal Pendidikan Tambusai,
8(1), 1773-1776.
Ulhak, Z. (2018). ANALISIS INOVASI PELAYANAN PUBLIK PADA SAMSAT DRIVE THRU SAPE BIMA. Jurnal Ilmiah Administrasi Negara, 15(3).
Hanafi, M. H., Haikal, M. H., Maharani, R. T., & Zakariya, A. F. (2023). ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE DESIGN DEVELOPMENT AT JOKOPI COFFEE SHOP MERR SURABAYA. ADBE, 3(1), 16-25.
Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh fasilitas dan pengalaman pengunjung terhadap loyalitas pengunjung yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung (Survey pada pengunjung wisata umbul ponggok klaten). Jurnal Studi Manajemen Organisasi, 17(2), 8-18.
Rahmawati, N., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. Journal of Management and Bussines (JOMB), 1(1), 109-119.