

# Perancangan One-Stop Coffe & Work Area sebagai Respon terhadap Pergeseran Budaya Ngopi

Nabila Vian Iszeti dan Kirami Bararatin

Departemen Arsitektur, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

e-mail: q.ramy.b@arch.its.ac.id

**Abstrak**—Kegiatan ngopi menjadi budaya tersendiri bagi masyarakat penikmat kopi. Selain sebagai jembatan untuk bersosialisasi, ngopi juga menjadi pendamping bekerja karena khasiat kopi yang dapat meningkatkan produktivitas dan mencegah kantuk. Adanya perkembangan teknologi, khususnya di kota metropolitan Surabaya, menyebabkan pergeseran budaya ngopi akibat munculnya kebutuhan masyarakat untuk berekspre di media sosial, yang mana hal ini menuntut kedai kopi untuk memiliki suasana yang nyaman dan estetik sehingga dapat menarik lebih banyak peminat. Di sisi lain, banyak para pekerja seperti pegawai kantor yang mengalami kebosanan kerja membutuhkan suasana nyaman kedai kopi beserta minuman kopinya untuk meningkatkan produktivitas. Karena peminat kopi semakin banyak, maka tingkat konsumsi kopi menjadi semakin tinggi dan diperlukan peningkatan produksi kopi untuk mengimbangi hal ini. Pendekatan behaviorology akan menjawab permasalahan produktivitas dengan mensintesis perilaku pengguna ke dalam arsitektur. Selain itu, kedai kopi pada perancangan ini juga menjawab kebutuhan berekspre dan peningkatan produksi kopi. Metode behavior mapping digunakan untuk merumuskan kriteria umum rancangan dari perilaku user yang kemudian akan disintesis menjadi konsep desain. Objek rancangan yang dihasilkan adalah One-stop Coffee & Work Area yang merupakan mixed-use building bertema kopi, mencakup coffee shop-like co-working space, coffee shop and roastery, dan coffee training center. Objek rancangan ini diharapkan dapat mawadahi aktivitas penikmat dan pelaku kopi dalam satu area yang terintegrasi serta merespon permasalahan akibat pergeseran budaya ngopi terkait produktivitas kerja, berekspre di media sosial, dan peningkatan produksi kopi.

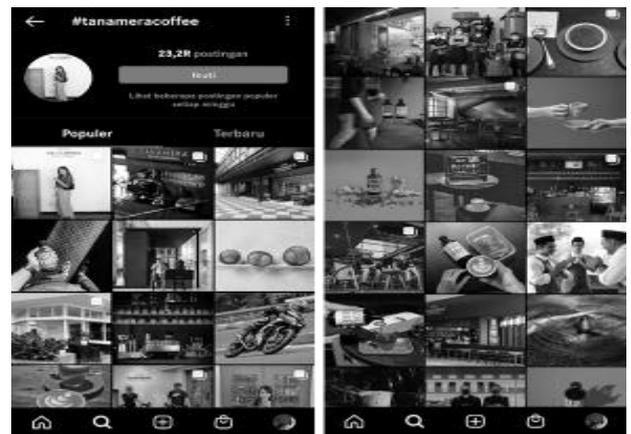
**Kata Kunci**—Berekspre, Kopi, Perilaku, Produktivitas

## I. PENDAHULUAN

BUDAYA ngopi di Indonesia yang kita kenal sekarang berbeda dengan budaya ngopi sebelum teknologi berkembang seperti masa kini. Budaya ngopi dahulu bersifat kasual dengan kesederhanaan tempat dan menjembatani kegiatan sosialisasi [1]. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan peradaban, budaya ngopi di Indonesia mengalami pergeseran akibat adanya perubahan kebutuhan serta perilaku konsumtif masyarakat. Saat ini, masyarakat tidak hanya membutuhkan sosialisasi, tetapi juga kebutuhan mengekspresikan diri, salah satunya melalui budaya ngopi. Budaya ngopi saat ini identik dengan mem-posting kegiatan yang dilakukan dengan memperlihatkan minuman kopi dan tempat estetik (Gambar 2). Perilaku seperti inilah yang membuat budaya ngopi dapat memberikan identitas untuk diekspresikan melalui media sosial konsumen [2]. Pergeseran budaya ngopi sebagai gaya hidup membuat fungsi kedai kopi turut bergeser. Kedai kopi yang semula sebagai tempat sederhana untuk bersosialisasi, kini kedai kopi dituntut untuk memiliki suasana yang nyaman dan estetik, dilengkapi



Gambar 1. Diagram Pergeseran Budaya Ngopi hingga Kedai Kopi menjadi Working Place.



Gambar 2. Ngopi di Tanamera Coffee sebagai contoh sarana berekspre diri di media sosial Instagram.



Gambar 3. Kedai kopi sebagai working place karena suasana yang nyaman dan mendukung peningkatan produktivitas.

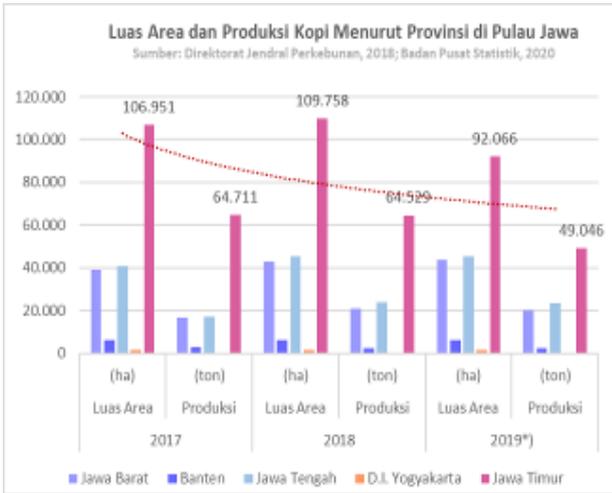
fasilitas-fasilitas penunjang seperti WiFi dan stop kontak dalam jumlah banyak.

Generasi millennial, yang berusia antara 24 – 36 tahun pada 2022, merupakan salah satu generasi yang terpengaruh arus pergeseran budaya ngopi sebagai gaya hidup. Saat ini mereka menduduki status sebagai penduduk usia produktif (15 – 64 tahun) yang diantaranya memilih untuk menjadi sumber daya manusia di perkantoran kota metropolitan. Pegawai kantor dari generasi millennial yang rata-rata telah bekerja di perkantoran lebih dari 3 tahun cenderung mengalami kebosanan kerja karena kurangnya variasi dan tantangan [3].

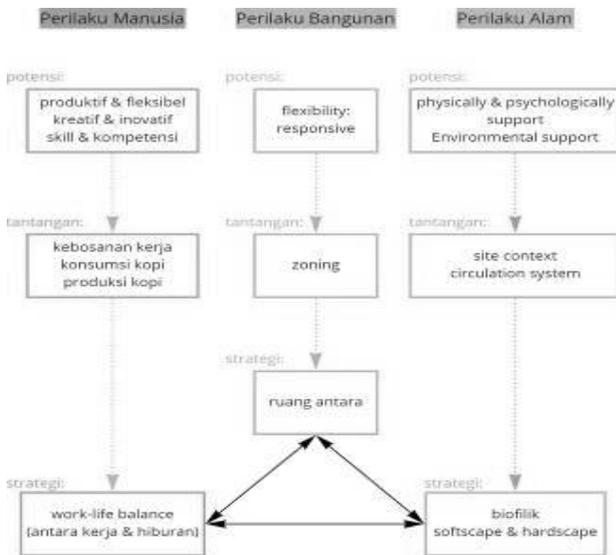
Tabel 1.  
Produktivitas Kopi di Jawa Timur 2017-2019

Tahun	Luas Area (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (kg/ha)
2017	106.951	64.711	605,05
2018	109.758	64.529	587,92
2019*	92.066	49.046	532,73

\*) Angka Sementara

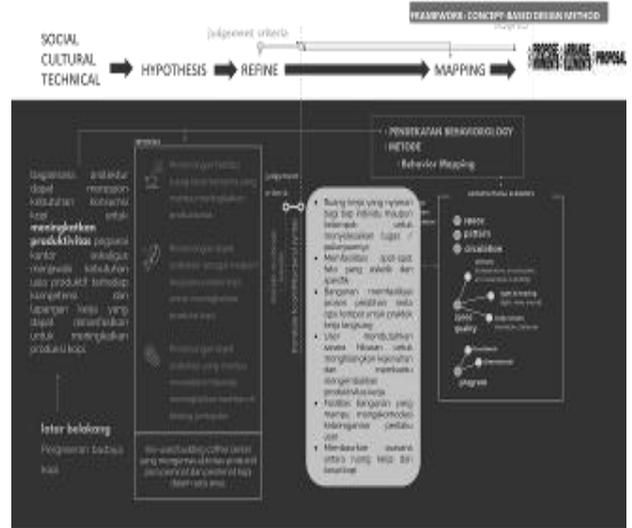


Gambar 6. Luas area dan produksi kopi menurut provinsi di pulau jawa periode 2017 – 2019.

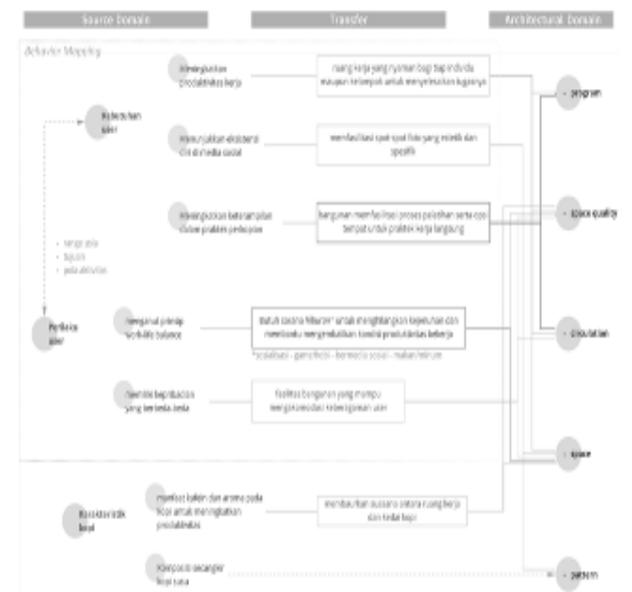


Gambar 7. Strategi dalam Pendekatan Behaviorology oleh Atelier Bow-Wow.

Selain itu, faktor lingkungan kerja juga mempengaruhi rasa bosan, seperti suasana kantor dan sosial yang monoton dan kurang menyenangkan. Pegawai yang tidak merasa nyaman dengan lingkungannya akan lebih mudah stress dan kesulitan mengendalikan emosi. Kekebalan tubuh juga akan menurun sehingga lebih mudah lelah dan sakit. Apabila kebosanan kerja tidak segera diatasi, maka akan terjadi penurunan produktivitas yang signifikan dan merugikan diri sendiri, organisasi, serta ekonomi. Oleh karena itu, mengonsumsi kopi di kedai kopi sembari bekerja (Gambar 3) adalah salah satu cara yang banyak dipilih untuk kembali meningkatkan produktivitas dikarenakan manfaat kopi itu sendiri dan suasana kedai kopi yang mendukung [4]. Namun, bagi sejumlah orang yang tubuhnya kurang memiliki toleransi terhadap kafein, aroma kopi yang selalu muncul di kedai kopi juga dapat meningkatkan produktivitas tanpa harus meminum



Gambar 4. Concept-Based Design Method oleh Plowright.



Gambar 5. Domain-to-domain Transfer.

kopi. Hal ini disebabkan karena aroma kopi dapat memberikan efek plasebo dimana subjek penelitian mengalami peningkatan kinerja aktual dan performa otak dalam menganalisis [5]. Selain pegawai kantor, generasi millennial lainnya yang terdampak bonus demografi memerlukan kompetensi untuk bersaing mendapatkan lapangan pekerjaan ataupun menciptakan lapangan pekerjaan baru [6].

Jawa Timur merupakan provinsi dengan produksi kopi terbesar di pulau Jawa (Gambar 4). Perkebunan kopi di Jawa Timur paling banyak tersebar di sembilan daerah di Jawa Timur, antara lain Blitar, Kediri, Malang, Lumajang, Jember, Banyuwangi, Bondowoso, Situbondo, dan Probolinggo [7]. Namun lahan perkebunan kopi di Jawa Timur dari tahun 2017 hingga 2019 semakin berkurang, diikuti dengan penurunan jumlah produksi kopi (Tabel 1). Laju pertumbuhan produksi kopi hanya 2%, masih lebih rendah daripada laju pertumbuhan konsumsi kopi yang mencapai 8% [8]. Strategi dalam pendekatan behaviorology oleh Altelier Bow-Wow dapat dilihat pada Gambar 5.

Permasalahan perancangan yang muncul dari paparan di atas adalah bagaimana arsitektur dapat merespon kebutuhan



Gambar 10. Behavior Mapping pada ketiga area utama.

konsumsi kopi untuk meningkatkan produktivitas pegawai kantor sekaligus menjawab kebutuhan berekspresi diri para pengunjung serta kebutuhan usia produktif terhadap kompetensi dan lapangan kerja yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan produksi kopi. Diagram pergeseran budaya ngopi hingga kedai kopi menjadi working place dapat dilihat pada Gambar 1.

## II. METODE DESAIN

### A. Pendekatan Behaviorology

Pendekatan *behaviorology* merupakan studi tentang upaya mensintesis perilaku ke dalam arsitektur. Tujuannya adalah untuk memudahkan dalam hal mendefinisikan dan menghubungkan antara aspek perilaku yang berulang dan berirama dengan lingkungan binaan, baik bangunan maupun alam [9].

### B. Framework: Concept-Based Design Method

Kerangka berpikir yang digunakan pada perancangan objek arsitektur ini adalah *Concept-Based Design Method* oleh Plowright, yaitu didasari oleh sebuah ide besar dari isu non-arsitekturnal (sosial, kultural, teknis) yang akan ditranslasikan ke dalam aspek arsitektur melalui *domain-to-domain transfer* dan kemudian dicari solusinya. *Concept-*



Gambar 8. Lokasi tapak terpilih.



Gambar 9. Kopi Mantan 001 (a); dan Kopi Anak Monopole (b).

based design method oleh Plowright dapat dilihat pada Gambar 6 [10].

### C. Metode Behavior Mapping

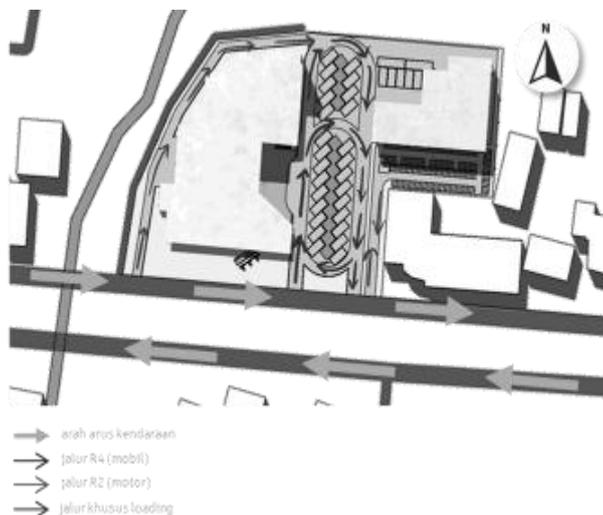
Pada saat yang bersamaan, metode Behavior Mapping dilakukan dalam proses domain-to-domain transfer untuk memetakan pola perilaku user di satu ruang berdasarkan rentang usia dan tujuan user berada di ruang tersebut. Informasi yang didapat kemudian dianalisa kembali pada domain-to-domain transfer dan ditranslasikan ke dalam aspek arsitektural untuk merumuskan kriteria umum rancangan. Domain-to-domain transfer dapat dilihat pada Gambar 7. Behavior Mapping pada ketiga area utama dapat dilihat pada Gambar 8. Lokasi tapak terpilih dapat dilihat pada Gambar 9.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

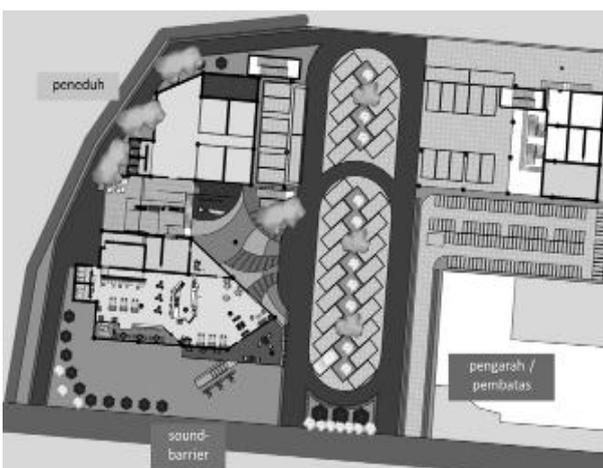
One-stop Coffee & Work Area dalam perancangan ini merupakan *mixed-use coffee center*. Penggunaan istilah “one stop” yang berarti “satu kali berhenti” ini bertujuan untuk menaungi berbagai aktivitas dan fungsi ruang dalam satu area yang memiliki keterkaitan dengan kopi. Di dalamnya mencakup:

### A. Coffe Shop-Like Co-Working Space

Pada dasarnya coffee shop-like co-working space adalah co-working space yang menghadirkan suasana coffee-shop. Sebuah co-working space umumnya merupakan lingkungan



Gambar 13. Sirkulasi dan parkir kendaraan pada tapak.

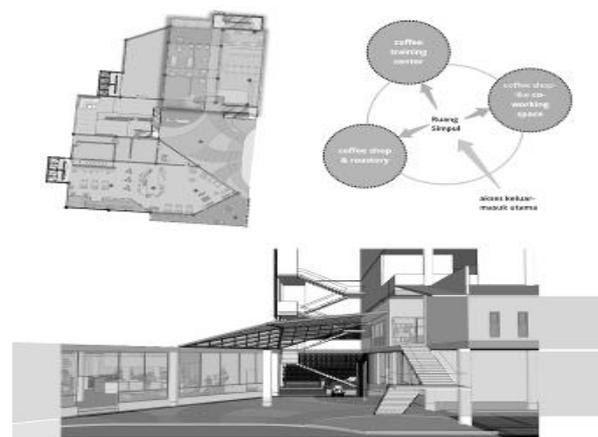


Gambar 14. Vegetasi pada tapak.

kerja bersama yang mewadahi orang-orang dari berbagai latar belakang disiplin ilmu / profesi di satu tempat, baik dalam ruang privat maupun ruang kerja terbuka. Fungsi utamanya sama seperti co-working space pada umumnya, yaitu sebagai tempat kerja bersama dengan sistem sewa ruang yang lebih fleksibel. Selain fungsi sebagai workplace, adanya perbedaan profesi / disiplin ilmu diantara pengguna memunculkan fungsi sosial dimana terjadi interaksi atau bertukar informasi secara dinamis dan terjadi kolaborasi yang kreatif. Adapun fungsi khusus dari adanya penerapan coffee shop-like co-working space adalah sebagai workplace kondusif yang menerapkan suasana kedai kopi untuk memaksimalkan produktivitas penggunaanya.

**B. Coffe Shop & Roastery**

*Coffee shop* dan *roastery* merupakan dua hal yang berbeda, namun sering kali berdiri berdampingan di kehidupan nyata tergantung konsep bisnis pemiliknya. Dalam pemahaman masyarakat, *coffee shop* memiliki definisi yang hampir sama dengan *café* maupun kedai kopi, yaitu tempat santai yang menjual makanan dan minuman, . Lain halnya dengan Atmodjo yang mendefinisikan *coffee shop* (atau kedai kopi menurut KBBI) dan *café* berbeda, dimana keduanya merupakan tempat bersuasana santai untuk makan dan minum, namun *coffee shop* memiliki keunikan pada minuman kopi yang disajikan sebagai menu spesial [11]. Tak jarang ditemukan *coffee shop* yang tidak hanya menjual minuman kopi saja, melainkan juga menjual biji kopi dan bubuk kopi



Gambar 11. Lobby utama sebagai ruang simpul.

COFFEE SHOP & ROASTERY	COFFEE SHOP-LIKE CO-WORKING SPACE	RUANG ISTIRAHAT	COFFEE TRAINING CENTER
<p>Suasana hangat dan nyaman dari gradasi warna coklat untuk membangun keakraban.</p> <p>Warna merah sebagai warna aksen / dekoratif agar suasana lebih hidup</p> <p>Warna hijau menghadirkan alam yang diperoleh dari penambahan vegetasi pada ruang atau bukaan ke lingkungan</p>	<p>Suasana seperti coffee shop yang hangat dan nyaman namun juga menggugah semangat</p> <p>Warna hitam sebagai warna aksen / dekoratif yang memunculkan formalitas dalam ruang</p> <p>Warna hijau menghadirkan alam yang diperoleh dari penambahan vegetasi pada ruang atau bukaan ke lingkungan</p>	<p>Suasana yang ceria dan menyenangkan untuk kembali membangkitkan energi</p> <p>Warna-warna yang mudah ditemukan di alam yang memunculkan harmoni dan ketenangan</p> <p>Warna merah dan coklat sebagai warna aksen / dekoratif yang hadir di semua ruangan</p>	<p>Suasana netral yang memberi kesan hangat dan damai untuk memaksimalkan proses pelatihan</p> <p>Warna merah sebagai warna aksen / dekoratif untuk memicu semangat</p> <p>Kehadiran warna biru dari langit yang tenang mampu memberi energi tambahan</p>

Gambar 12. Pemilihan warna ruang.

hasil olahan sendiri mulai dari biji kopi mentah / *green bean* yang disangrai / *roast* hingga menjadi biji kopi siap saji, dan tempat dimana proses penyangraian kopi ini berlangsung disebut *coffee roastery*.

Selain mengolah dan menyajikan kopi kepada konsumen, Coffee Shop & Roastery ini juga memiliki fungsi khusus sebagai objek komersial yang sebagian profitnya dialokasikan dalam program peningkatan produksi kopi lokal. Biji kopi mentah / *green bean* yang diolah di *coffee roastery* diperoleh dari perkebunan kopi di Jawa Timur dalam bentuk kerja sama, dan profit dari penjualan produk kopi di coffee shop & roastery dimanfaatkan untuk mendukung para petani kopi dan melengkapi fasilitas produksi di perkebunan kopi sehingga produksi kopi di Jawa Timur kedepannya diharapkan dapat menjadi lebih baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

**C. Coffe Training Center**

*Coffee Training Center* adalah pusat pelatihan perkopian berbasis pendidikan singkat untuk meningkatkan keterampilan dan kecakapan bekerja khususnya di bidang terkait kopi. Pelatihan ini termasuk dalam jenis pendidikan non formal. Fungsi utama sebagai tempat mengasah dan mengembangkan keterampilan di bidang perkopian yang dibutuhkan dalam praktik kerja. Bagi pecinta kopi, tempat ini

dapat berfungsi sebagai penyalur hobi yang menguntungkan. Adapun fungsi khususnya, *coffee training center* berperan untuk meningkatkan daya saing peserta training dalam mendapatkan lapangan kerja maupun menciptakan lapangan kerja baru, dimana secara tidak langsung *coffee training center* turut andil dalam peningkatan produksi kopi.

Lokasi tapak terpilih berada di lahan kosong sebelah sungai, tepatnya di Jl. Mayjen Sungkono Kec. Sawahan Kota Surabaya. Luas keseluruhan lahan yang digunakan adalah sekitar 5.371 m<sup>2</sup>. Lahan ini memiliki potensi untuk dijangkau banyak pengguna karena kemudahan aksesnya dan lokasi yang strategis. Selain itu, yang paling utama adalah lokasinya dekat dengan perkantoran sehingga lebih mudah dan lebih cepat dijangkau oleh pengguna yang butuh sarana untuk meningkatkan produktivitasnya. Kekurangan pada lahan ini ada pada luasannya yang relatif kecil, sehingga memerlukan panataan massa dan lanskap yang baik agar kebutuhan pengguna dan fungsi bangunan dapat terpenuhi. Kopi Mantan 001 (a); dan Kopi Anak Monopole (b) dapat dilihat pada Gambar 10.

Kedai kopi / coffee shop yang menjadi bagian dari perancangan merupakan bangunan komersial yang perlu mempertimbangkan kompetitor serta kemudahan dan kenyamanan akses. Kompetitor kedai kopi di sekitar tapak banyak yang termasuk ke dalam unit perdagangan / jasa skala kecil, dimana tidak memiliki lahan parkir khusus yang cukup dan memadai, contohnya Kopi Anak Monopole dan Kopi Mantan 001 (Gambar 11). Opsi kedai kopi lainnya merupakan unit yang berdiri di dalam unit yang lebih besar, contohnya Starbucks dan beberapa kedai kopi lain di dalam Mal Ciputra World, sehingga memerlukan waktu lebih untuk mencari parkir, berjalan, hingga akhirnya memasuki kedai kopi. Kedai kopi seperti ini cenderung ramai oleh pengunjung mal yang butuh tempat istirahat dan tidak cocok bagi pengunjung yang memerlukan efisiensi waktu. Suasana yang ramai juga tidak cocok bagi pengunjung yang ingin bekerja atau mengerjakan tugas di dalam kedai kopi.

Secara keseluruhan, zonasi dibagi berdasarkan fungsi dan tingkat transparansi terhadap pengunjung. Semakin mudah akses pengunjung untuk memasuki area tersebut dan juga melihat aktivitas di dalamnya, maka sifatnya semakin publik, begitu pula sebaliknya. Pertama, Coffee Shop & Roastery bersifat publik. Semua orang yang melewati objek arsitektur akan dapat melihat dengan jelas aktivitas yang terjadi di dalamnya dan memiliki kebebasan untuk memasuki area ini. Kemudian disusul oleh Coffee Shop-like Co-working Space yang bersifat semi-publik. Siapa saja yang ingin bekerja atau mengerjakan tugas, baik penyewa ruangan atau bukan, diperbolehkan untuk mengakses area ini dengan syarat menjaga ketenangan di dalamnya. Dan terakhir, Coffee Training Center bersifat semi-privat. Akses masuk hanya diperbolehkan untuk peserta training, pelatih, dan juga staff serta pengelola. Akses untuk publik hanya terbatas pada akses visual saja.

Jalur sirkulasi dan lahan parkir, akses masuk dan keluar, serta vegetasi pada tapak yang relatif kecil perlu diperhatikan untuk memaksimalkan ruang terbuka hijau di sekitar bangunan. Jalur Entrance dan Exit serta sirkulasi kendaraan user (Gambar 12) juga memperhatikan kemudahan user mengakses site, contohnya meminimalisasi kemungkinan user terlewat saat hendak memasuki entrance, khususnya

pengunjung baru atau pengunjung dadakan. Jalur U-turn di dalam site juga disediakan untuk efisiensi waktu dan dalam mencari lahan parkir kosong. Vegetasi pada tapak dikelompokkan menjadi empat (4) berdasarkan fungsinya, yaitu sebagai penyaring polutan, sound-barrier, pengarah/pembatas, dan juga peneduh (Gambar 13). Di sisi lain, vegetasi berpotensi menghalangi pandangan orang di luar tapak terhadap fasad bangunan, sehingga penataan dan ketinggian vegetasi pada tapak perlu diperhatikan agar visual bangunan dapat terlihat oleh kendaraan yang melaju cepat sekalipun.

Di dalam rancangan juga terdapat ruang simpul yang berperan sebagai titik kumpul user saat menuju ke salah satu area utama, saat melintas antar area, maupun saat hendak pulang (Gambar 14). Ruang simpul ini berupa lobby utama semi-outdoor dengan akses visual ke ketiga area utama sehingga memudahkan user mengenali tujuannya.

Warna berperan untuk menciptakan space quality yang baik terkait visual. Warna pada ruang juga akan mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suasana ruang sehingga pemilihan warna yang baik adalah disesuaikan dengan suasana ruang yang ingin dibangun untuk mewadahi jenis aktivitas tertentu. Pemilihan warna pada perancangan berdasarkan suasana yang ingin dibentuk dan aktivitas di dalamnya dapat dilihat pada gambar 14.

#### IV. KESIMPULAN?RINGKASAN

Pergeseran budaya ngopi di kalangan millenials metropolitan Surabaya akibat adanya perkembangan teknologi membawa perubahan yang cukup signifikan, mulai dari munculnya kebutuhan berekspressi diri di media sosial yang menyebabkan kedai kopi harus memiliki suasana nyaman dan estetik, penambahan fungsi kedai kopi sebagai tempat bekerja yang berpengaruh positif terhadap produktivitas, dan lonjakan tingkat konsumsi kopi yang belum diimbangi dengan peningkatan produksi kopi.

Concept-based design metode hadir untuk mentranslasikan dan mendefinisikan permasalahan rancang di luar ranah arsitektur menjadi struktur permasalahan arsitektural. Pendekatan behaviorology pada perancangan ini bertujuan untuk memudahkan dalam hal mendefinisikan dan menghubungkan antara aspek perilaku yang berulang dan berirama dengan lingkungan binaan, baik bangunan maupun alam. Metode behavior mapping juga digunakan untuk merumuskan kriteria umum rancangan dari perilaku user yang kemudian akan disintesis menjadi konsep desain.

Melalui perancangan One-stop Coffee & Work Area, kebutuhan akan ruang kerja produktif sekaligus berekspressi diri akan terpenuhi oleh kehadiran area coffee shop-like co-working space dan coffee shop & roastery. Coffee shop & roastery juga berperan dalam peningkatan produksi kopi melalui bentuk kerja sama dengan perkebunan kopi. Dan sebagai pelengkap, perancangan ini juga menghadirkan coffee training center untuk meningkatkan keterampilan pelaku kopi agar dapat terjun ke dunia perkopian dan turut berpartisipasi dalam peningkatan produksi kopi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [ 1 ] D. Gumulya and I. S. Helmi, "Kajian budaya minum kopi Indonesia,

- ,” *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, vol. 13, no. 2, pp. 153–172, 2017.
- [2] Solikatun, Drajat Tri Kartono, and Argyo Demartoto, “Perilaku konsumsi kopi sebagai budaya masyarakat konsumsi: studi fenomenologi pada peminum kopi di kedai kopi kota Semarang,” *Analisa Sosiologi*, vol. 4, no. 1, pp. 60–74, 2015.
- [3] M. Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, 3rd ed. Bandung: CV. Mandar Maju, 2009.
- [4] E. Herlyana, U. Islam, N. Sunan, K. Yogyakarta, J. Marsda, and A. Yogyakarta, “Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda,” *Thaqafiyat*, vol. 13, no. 1, pp. 187–204, 2012.
- [5] A. Madzharov, N. Ye, M. Morrin, and L. Block, “The Impact of coffee-like scent on expectations and performance,” *Journal of Environmental Psychology*, vol. 57, pp. 83–86, Jun. 2018, doi: 10.1016/j.jenvp.2018.04.001.
- [6] Suci Prasasti and Erik Teguh Prakoso, “Karakter dan perilaku milenial: peluang atau ancaman bonus demografi,” *Consilia*, vol. 3, no. 1, pp. 10–22, 2020, doi: <https://doi.org/10.33369/consilia.v3i1.11981>.
- [7] Dinas Perkebunan Propinsi Jawa Timur, *Produksi Perkebunan Kopi Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur Tahun 2006-2017*. Jawa Timur: Badan Pusat Statistia Jawa Timur, 2017. Accessed: Jun. 20, 2022.
- [8] Y. Sarvina, T. June, E. Surmaini, R. Nurmalina, and S. S. Hadi, “Strategi peningkatan produktivitas kopi serta adaptasi terhadap variabilitas dan perubahan iklim melalui kalender budidaya,” *Jurnal Sumberdaya Lahan*, vol. 14, no. 2, p. 65, Dec. 2020, doi: 10.21082/jSDL.v14n2.2020.65-78.
- [9] Atelier Bow-Wow, *The Architectures of Atelier Bow-Wow: Behaviorology*. Rizzoli, 2010.
- [10] P. D. Plowright, *Revealing Architectural Design: Methods, Frameworks, and Tools*. New York: Routledge, 2014. doi: 10.4324/9781315852454.
- [11] W. A. Marsum, *Restoran dan Segala Permasalahannya*, 4th ed. Yogyakarta: Andi, 2005.