Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS) *ISSN 2622-3740 (Online)*
Vol 9, No. 1, Agustus 2026: 174-183, DOI: 10.34007/jehss.v9i1.3167

Peran Food Presentation dan Taste dalam Membangun Kepuasan Tamu pada Restoran Padma Hotel Semarang

The Role of Food Presentation and Taste in Building Guest Satisfaction at the Padma Hotel Semarang Restaurant

Sandri Insan Nurwana & Aletta Dewi Maria Th*
Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 10 Juni 2026; Direview: 14 Juli 2026; Disetujui: 05 Agustus 2026; Dipublish: 18 Agustus 2026

*Coresponding Email: alettadewi@stiepari.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *food presentation* dan *taste* dalam membangun kepuasan tamu pada Restoran Semawis Padma Hotel Semarang. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengalaman dan persepsi tamu terhadap kualitas penyajian makanan dan cita rasa yang disajikan. Penelitian dilaksanakan pada Januari-Februari 2026 dengan melibatkan 14 informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, terdiri atas 1 manajer Food and Beverage, 1 executive chef, 1 supervisor Restoran Semawis, 3 staf pelayanan, dan 8 tamu yang memiliki pengalaman menikmati hidangan di Restoran Semawis Padma Hotel Semarang. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi metode, dan *member checking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *food presentation* membangun kesan pertama tamu melalui estetika penyajian, kreativitas *plating*, kebersihan, dan daya tarik visual hidangan, sehingga meningkatkan persepsi terhadap kualitas makanan dan pengalaman bersantap. Selanjutnya, *taste* memperkuat kepuasan tamu melalui konsistensi cita rasa, keseimbangan rasa, aroma, tekstur, dan kualitas bahan baku yang digunakan. Penelitian ini menemukan bahwa kepuasan tamu terbentuk melalui keterkaitan antara pengalaman visual sebelum konsumsi dan pengalaman sensorik setelah makanan dinikmati, sehingga *food presentation* dan *taste* menjadi dua dimensi kualitas makanan yang saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman bersantap yang positif. Temuan penelitian memberikan implikasi bagi manajemen Restoran Semawis Padma Hotel Semarang untuk mempertahankan konsistensi kualitas makanan sekaligus mengembangkan inovasi penyajian sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan tamu dan daya saing restoran.

Kata kunci: *Food Presentation*; *Taste*; Kepuasan Tamu; Restoran Semawis.

Abstract

This study aims to analyze the role of food presentation and taste in building guest satisfaction at Semawis Restaurant, Padma Hotel Semarang. The study employed a qualitative approach with a descriptive research design to gain an in-depth understanding of guests' experiences and perceptions regarding the quality of food presentation and taste served at the restaurant. The research was conducted from January to February 2026 and involved 14 informants selected through a purposive sampling technique, consisting of one Food and Beverage Manager, one Executive Chef, one Semawis Restaurant Supervisor, three service staff members, and eight guests who had dining experience at Semawis Restaurant, Padma Hotel Semarang. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation, and were analyzed using the interactive analysis model developed by Miles, Huberman, and Saldaña, which includes data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. Data trustworthiness was ensured through source triangulation, method triangulation, and member checking. The findings indicate that food presentation creates guests' first impressions through aesthetic presentation, creative plating, cleanliness, and the visual appeal of dishes, thereby enhancing perceptions of food quality and the overall dining experience. Furthermore, taste reinforces guest satisfaction through the consistency of flavor, balanced seasoning, aroma, texture, and the quality of ingredients used. The study also reveals that guest satisfaction is formed through the interaction between the visual experience before consumption and the sensory experience after the meal is enjoyed, demonstrating that food presentation and taste are two complementary dimensions of food quality that jointly create a positive dining experience. These findings provide practical implications for the management of Semawis Restaurant, Padma Hotel Semarang to maintain consistent food quality while continuously developing innovative food presentation strategies to enhance guest satisfaction and strengthen the restaurant's competitiveness.

Keywords: *Food Presentation; Taste; Guest Satisfaction; Semawis Restaurant.*

How to Cite: Nurwana, S.I., & Th, A.D.M. (2026). Peran Food Presentation dan Taste dalam Membangun Kepuasan Tamu pada Restoran Padma Hotel Semarang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 9 (1): 174-183.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa yang menghadapi persaingan semakin ketat seiring meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi pada penyediaan fasilitas akomodasi, tetapi juga pada layanan Food and Beverage (F&B) yang menjadi salah satu sumber pendapatan utama hotel berbintang (Kotler, Philip, 2020). Restoran hotel saat ini dituntut tidak hanya mampu menyajikan makanan yang berkualitas, tetapi juga menghadirkan pengalaman bersantap (*dining experience*) yang mampu memberikan kepuasan serta mendorong niat berkunjung kembali pelanggan (Han & Hyun, 2017).

Perubahan perilaku konsumen menunjukkan bahwa keputusan pelanggan dalam memilih restoran tidak lagi semata-mata didasarkan pada rasa makanan, melainkan juga dipengaruhi oleh tampilan visual makanan (*food presentation*), estetika penyajian, kebersihan, kreativitas plating, dan pengalaman sensorik secara keseluruhan (Spencer, 2019). Fenomena ini semakin menguat pada era digital ketika pelanggan dengan mudah membagikan pengalaman kuliner melalui media sosial. Tampilan makanan yang menarik menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan persepsi kualitas sebelum makanan benar-benar dikonsumsi (Spencer, 2019); (Harrington, R. J., & Ottenbacher, 2011) Food presentation merupakan bentuk komunikasi visual yang mampu menciptakan kesan pertama terhadap kualitas makanan. Penyajian yang menarik dapat meningkatkan persepsi nilai, ekspektasi rasa, hingga kepuasan pelanggan setelah mengonsumsi makanan tersebut (Louie & Slamet, 2021). Penelitian dari (Spencer, 2019) Menjelaskan bahwa konsumen cenderung memberikan penilaian rasa yang lebih tinggi terhadap makanan yang disajikan secara estetis dibandingkan dengan makanan dengan kualitas rasa yang sama tetapi memiliki tampilan yang kurang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa aspek visual memiliki kontribusi penting dalam membentuk pengalaman konsumsi pelanggan.

Selain tampilan makanan, faktor taste atau cita rasa tetap menjadi atribut utama yang menentukan kepuasan pelanggan restoran. Taste mencerminkan kualitas produk yang dirasakan secara langsung melalui kombinasi rasa, aroma, tekstur, suhu, dan keseimbangan bumbu yang mampu memenuhi harapan pelanggan (Editor, 2022). Kualitas rasa yang konsisten menjadi indikator penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan karena pelanggan cenderung kembali apabila memperoleh pengalaman kuliner yang memuaskan (Ryu, 2024). Dengan demikian, taste tidak hanya menjadi indikator kualitas makanan, tetapi juga merupakan faktor strategis dalam membangun kepuasan tamu hotel.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara kualitas makanan dan kepuasan pelanggan restoran. (Editor, 2022) menemukan bahwa kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan behavioral intention pelanggan restoran. Selanjutnya, (Ryu, 2024) Menunjukkan bahwa food quality menjadi determinan utama kepuasan pelanggan dibandingkan dengan faktor lingkungan fisik restoran. Penelitian (Han & Hyun, 2017) Juga membuktikan bahwa pengalaman bersantap di restoran hotel berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas tamu. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih memandang kualitas makanan sebagai satu konstruk secara umum tanpa menguraikan kontribusi spesifik dari food presentation dan taste sebagai dua dimensi yang berbeda.

Penelitian lain lebih banyak dilakukan pada restoran cepat saji, restoran independen, maupun industri restoran secara umum (Jelanu & Ayu, 2023); (Froehlich et al., 2023); (Kim & Park, 2017). Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh food presentation dan taste terhadap kepuasan tamu pada restoran hotel berbintang di Indonesia, khususnya di Kota Semarang, masih relatif terbatas. Karakteristik pelanggan hotel berbintang berbeda dengan pelanggan restoran pada umumnya karena mereka tidak hanya mengharapkan kualitas makanan, tetapi juga mengutamakan pengalaman layanan yang premium, kenyamanan, serta estetika penyajian yang mencerminkan citra hotel (Sop, 2020); (Bali, 2022). Keterbatasan penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji lebih lanjut.

Padma Hotel Semarang merupakan salah satu hotel bintang lima yang menawarkan berbagai konsep kuliner dengan standar pelayanan internasional. Salah satu restoran unggulannya adalah

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.

Restoran Semawis, yang menyajikan beragam hidangan khas Indonesia, Asia, dan internasional dengan mengedepankan kualitas bahan baku, cita rasa autentik, serta penyajian makanan yang menarik. Restoran Semawis menjadi salah satu fasilitas Food and Beverage yang berperan penting dalam menciptakan pengalaman bersantap (*dining experience*) bagi tamu hotel maupun pengunjung dari luar hotel. Sebagai restoran yang berada di bawah pengelolaan hotel berbintang lima, Restoran Semawis dituntut untuk mempertahankan konsistensi kualitas makanan sekaligus menghadirkan *food presentation* yang mampu memberikan kesan eksklusif dan mencerminkan citra premium Padma Hotel Semarang (Maria et al., 2022). Dalam praktiknya, restoran hotel menghadapi tantangan untuk mempertahankan kualitas cita rasa secara konsisten sekaligus menghadirkan food presentation yang menarik sesuai tren kuliner modern. Keberhasilan mengintegrasikan kedua aspek tersebut diyakini mampu meningkatkan kepuasan tamu serta memperkuat daya saing hotel di tengah meningkatnya kompetisi industri hospitality (Kotler, Philip, 2020); (Rahadhini & Lamidi, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dengan menganalisis secara simultan peran *food presentation* dan *taste* sebagai dua dimensi kualitas makanan yang berbeda dalam membangun kepuasan tamu pada Restoran Semawis Padma Hotel Semarang. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menempatkan kualitas makanan sebagai satu konstruk atau variabel tunggal, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kontribusi masing-masing dimensi terhadap pembentukan kepuasan tamu pada restoran hotel berbintang di Indonesia, khususnya Restoran Semawis sebagai salah satu restoran premium di Kota Semarang.

Berdasarkan latar belakang, penelitian terdahulu, dan *research gap* yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada bagaimana peran *food presentation* dan *taste* dalam membangun kepuasan tamu di Restoran Semawis Padma Hotel Semarang. Fokus penelitian diarahkan untuk memahami pengalaman dan persepsi tamu terhadap kualitas penyajian makanan serta cita rasa yang disajikan, sekaligus mengidentifikasi bagaimana kedua aspek tersebut saling berinteraksi dalam membentuk pengalaman bersantap (*dining experience*) yang memengaruhi kepuasan tamu. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengkaji kualitas makanan sebagai satu konstruk secara umum, tetapi juga mengeksplorasi kontribusi masing-masing dimensi, yaitu *food presentation* dan *taste*, dalam konteks restoran hotel berbintang, tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran *food presentation* dan *taste* dalam membangun kepuasan tamu pada Restoran Semawis Padma Hotel Semarang, serta memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas layanan *Food and Beverage* melalui penguatan kualitas penyajian makanan dan konsistensi cita rasa sebagai upaya meningkatkan kepuasan tamu, loyalitas pelanggan, dan daya saing perusahaan.

Berdasarkan fokus permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran *food presentation* dan *taste* dalam membangun kepuasan tamu pada Restoran Semawis Padma Hotel Semarang, serta memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas layanan *Food and Beverage* melalui penguatan kualitas penyajian makanan dan konsistensi cita rasa sebagai upaya meningkatkan kepuasan tamu, loyalitas pelanggan, dan daya saing perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai peran *food presentation* dan *taste* dalam membangun kepuasan tamu di Restoran Semawis Padma Hotel Semarang (Creswell, 2018). Penelitian dilaksanakan pada Januari–Februari 2026 di Restoran Semawis, salah satu restoran utama yang berada di bawah pengelolaan Padma Hotel Semarang. Restoran ini dipilih secara *purposive* karena memiliki standar pelayanan *Food and Beverage* hotel berbintang lima serta menawarkan berbagai layanan, seperti sarapan (*breakfast buffet*), makan siang dan makan malam *à la carte*, serta *buffet* pada kegiatan tertentu, sehingga memberikan pengalaman bersantap yang beragam bagi tamu hotel maupun pengunjung eksternal.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan pengalaman dan keterlibatan mereka dalam layanan restoran. Penelitian melibatkan 14 informan, yang terdiri atas tiga unsur manajemen dan pengawasan (Manajer *Food and Beverage*, *Executive Chef*, dan Supervisor Restoran Semawis), tiga staf pelayanan restoran, serta delapan tamu yang pernah menikmati hidangan di Restoran Semawis. Informan tamu terdiri atas tamu hotel dan pengunjung eksternal, dengan karakteristik usia dewasa (sekitar 25–60 tahun), pernah menggunakan layanan *à la carte* maupun *buffet*, serta sebagian merupakan pelanggan berulang sehingga memiliki pengalaman dalam menilai kualitas penyajian makanan dan cita rasa restoran (Sugiyono, 2013).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dengan pihak manajemen dan karyawan dilakukan berdasarkan kesediaan informan pada waktu yang tidak mengganggu operasional restoran. Sementara itu, tamu direkrut secara langsung (*direct approach*) setelah selesai menikmati hidangan dan bersedia menjadi informan penelitian tanpa melalui proses seleksi oleh pihak manajemen hotel. Wawancara dengan tamu dilaksanakan di area yang tenang di sekitar restoran atau area lobi hotel sesuai kenyamanan informan. Identitas tamu dijaga kerahasiaannya dan tidak disampaikan kepada pihak manajemen untuk mengurangi potensi *response bias* sehingga informan dapat memberikan pendapat secara bebas mengenai pengalaman bersantap mereka (L.J Moleong, 2022)..

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif (Miles et al., 2020), yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Seluruh hasil wawancara ditranskripsikan, kemudian dilakukan proses *coding* untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan *food presentation*, *taste*, dan kepuasan tamu. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, triangulasi metode, dan *member checking* dengan membandingkan informasi dari manajemen, staf pelayanan, dan tamu sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai pengalaman bersantap di Restoran Semawis Padma Hotel Semarang (Zaini et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana food presentation dan taste berperan dalam membangun kepuasan tamu pada restoran Semawis Padma Hotel Semarang. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Manajer Food and Beverage, Executive Chef, supervisor restoran, tiga orang staf pelayanan, dan delapan orang tamu yang dipilih secara purposive berdasarkan pengalaman mereka menikmati hidangan di restoran tersebut. Selain wawancara, peneliti melakukan observasi terhadap proses penyajian makanan, interaksi antara staf dan tamu, serta mendokumentasikan berbagai bentuk penyajian menu yang menjadi ciri khas restoran. Analisis dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga diperoleh gambaran yang utuh mengenai faktor-faktor yang membentuk kepuasan tamu.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan tamu di restoran Semawis Padma Hotel Semarang tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas rasa makanan, tetapi juga oleh pengalaman visual yang diperoleh sebelum makanan dikonsumsi. Kedua aspek tersebut saling melengkapi dalam membentuk pengalaman bersantap (dining experience). Food presentation membangun persepsi awal mengenai kualitas restoran, sedangkan taste memperkuat atau mengonfirmasi persepsi tersebut setelah pelanggan menikmati hidangan.

Peran Food Presentation dalam Membangun Kepuasan Tamu

Hasil observasi menunjukkan bahwa setiap hidangan yang disajikan di Restoran Semawis Padma Hotel Semarang mengikuti standar penyajian yang telah ditetapkan oleh departemen Food and Beverage. Standar tersebut mencakup komposisi warna makanan, pemilihan jenis piring, penempatan garnish, proporsi makanan, kebersihan alat makan, hingga kesesuaian suhu penyajian. Seluruh proses plating dilakukan dengan memperhatikan keseimbangan estetika

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.

sehingga menghasilkan tampilan makanan yang menarik sekaligus mencerminkan identitas restoran sebagai bagian dari hotel berbintang lima.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Executive Chef, penyajian makanan dipandang sebagai salah satu strategi untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang berbeda. Menurut informan, pelanggan saat ini tidak hanya menilai makanan dari cita rasanya, tetapi juga dari bagaimana makanan tersebut disajikan. Oleh karena itu, setiap menu dirancang agar memiliki karakter visual yang kuat sehingga mampu memberikan kesan eksklusif sejak pertama kali dihidangkan kepada tamu. Salah satu informan, yaitu Executive Chef, menyampaikan:

> "Di Restoran Semawis kami tidak hanya fokus pada rasa, tetapi juga bagaimana makanan terlihat ketika pertama kali disajikan. Tamu biasanya menilai hidangan dari tampilannya terlebih dahulu, sehingga setiap menu harus memiliki plating yang menarik dan konsisten sesuai standar restoran."

Hasil wawancara dengan supervisor restoran memperkuat temuan tersebut. Informan menjelaskan bahwa staf pelayanan diberikan pelatihan mengenai cara membawa, menyajikan, dan menjelaskan menu kepada pelanggan. Penyajian makanan dilakukan secara hati-hati agar bentuk hidangan tetap sempurna ketika sampai di meja tamu. Hal tersebut dianggap penting karena kesan pertama pelanggan terhadap makanan terbentuk sebelum mereka mencicipi hidangan yang disajikan. Supervisor Restoran Semawis menjelaskan:

> "Setiap staf mendapatkan pelatihan mengenai cara membawa dan menyajikan makanan agar bentuk hidangan tetap sempurna ketika sampai di meja tamu. Kami juga memastikan setiap menu disajikan sesuai standar plating yang sudah ditetapkan."

Sebagian besar tamu yang diwawancarai mengemukakan bahwa tampilan makanan menjadi faktor pertama yang menarik perhatian mereka. Hidangan dengan kombinasi warna yang harmonis, garnish yang tidak berlebihan, penataan makanan yang rapi, serta penggunaan peralatan makan yang elegan memberikan kesan bahwa restoran memiliki standar kualitas yang tinggi. Beberapa tamu bahkan menyampaikan bahwa tampilan makanan meningkatkan ekspektasi mereka terhadap cita rasa yang akan diperoleh. Salah satu tamu menyampaikan:

> "Saat makanan datang, yang pertama saya lihat adalah tampilannya. Kalau plating-nya rapi, warnanya menarik, dan terlihat bersih, saya langsung yakin kualitas makanannya juga bagus. Bahkan sebelum mencicipi, sudah muncul ekspektasi bahwa rasanya akan enak."

Observasi lapangan juga memperlihatkan bahwa sebagian besar tamu mendokumentasikan makanan menggunakan telepon seluler sebelum mulai menyantap hidangan. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa food presentation memiliki nilai lebih dibandingkan sekadar fungsi estetika. Tampilan makanan yang menarik menjadi bagian dari pengalaman pelanggan yang kemudian dibagikan melalui media sosial sebagai bentuk ekspresi kepuasan maupun rekomendasi kepada orang lain. Kondisi tersebut secara tidak langsung memberikan keuntungan bagi restoran karena pelanggan turut berperan sebagai media promosi melalui konten digital yang mereka unggah. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan salah satu pelanggan:

> "Makanan di Semawis memang menarik untuk difoto. Biasanya saya foto dulu sebelum makan lalu saya unggah ke Instagram karena tampilannya cantik dan berbeda dengan restoran lain."

Temuan ini menunjukkan bahwa food presentation memberikan pengaruh psikologis terhadap persepsi pelanggan. Sebelum makanan dikonsumsi, pelanggan telah membentuk penilaian mengenai kualitas restoran berdasarkan tampilan visual makanan yang diterima. Apabila penyajian makanan terlihat menarik, bersih, dan profesional, maka pelanggan cenderung memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas rasa dan pelayanan restoran. Sebaliknya, penyajian yang kurang menarik dapat menurunkan persepsi kualitas meskipun cita rasa makanan sebenarnya baik.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Froehlich et al., 2023) yang menjelaskan bahwa manusia cenderung mengevaluasi kualitas makanan melalui rangsangan visual sebelum melakukan penilaian terhadap rasa. Penelitian (Chen et al., 2021) juga menunjukkan bahwa estetika penyajian mampu meningkatkan persepsi nilai makanan serta memberikan pengalaman

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

konsumsi yang lebih menyenangkan. Demikian pula, (Froehlich et al., 2023) menegaskan bahwa food presentation merupakan salah satu dimensi kualitas produk yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan pada industri restoran dan perhotelan.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa *food presentation* bukan merupakan faktor yang berdiri sendiri dalam membangun kepuasan. Penyajian makanan terutama berperan dalam menciptakan kepuasan dan ekspektasi awal, tetapi kepuasan tersebut akan bertahan apabila didukung oleh kualitas rasa yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan kata lain, *food presentation* berfungsi sebagai pembentuk harapan (*expectation builder*), sedangkan *taste* menjadi aspek yang menentukan apakah harapan tersebut dapat dipenuhi setelah pelanggan mengonsumsi makanan.

Peran Taste dalam Membangun Kepuasan Tamu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa taste atau cita rasa memiliki peran yang sangat penting dalam membangun kepuasan tamu di Restoran Semawis Padma Hotel Semarang. Tujuh dari delapan informan tamu menyatakan bahwa keputusan mereka untuk kembali berkunjung lebih dipengaruhi oleh pengalaman terhadap kualitas rasa makanan dibandingkan dengan tampilan visual semata. Meskipun pelanggan mengapresiasi penyajian makanan yang menarik, mereka menilai bahwa cita rasa tetap menjadi pertimbangan utama dalam mengevaluasi kualitas restoran. Salah satu tamu mengungkapkan:

> "Buat saya, tampilan makanan memang menarik, tetapi alasan saya kembali ke Restoran Semawis adalah karena rasanya selalu konsisten. Setiap kali datang, kualitas makanannya hampir sama dan sesuai dengan harapan saya."

Menurut Executive Chef, menjaga konsistensi rasa merupakan tantangan terbesar dalam operasional restoran hotel. Konsistensi tersebut dicapai melalui penggunaan bahan baku berkualitas, standar resep yang baku, pengendalian kualitas pada setiap tahap produksi, serta evaluasi menu secara berkala berdasarkan masukan pelanggan. Seluruh koki diwajibkan mengikuti standar resep yang sama sehingga kualitas makanan tetap terjaga meskipun diproduksi oleh personel yang berbeda. Executive Chef menjelaskan:

> "Kami menggunakan resep baku untuk setiap menu. Seluruh koki harus mengikuti standar tersebut, mulai dari takaran bumbu, teknik memasak, hingga proses penyajian sehingga rasa yang diterima tamu tetap konsisten."

Hasil observasi menunjukkan bahwa makanan disajikan dalam kondisi segar dengan suhu yang sesuai sehingga mampu mempertahankan aroma dan tekstur makanan. Peneliti juga mengamati adanya proses pemeriksaan kualitas sebelum makanan diantar kepada pelanggan. Tahapan tersebut menunjukkan adanya komitmen restoran dalam memastikan bahwa setiap hidangan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Hasil wawancara dengan pelanggan berulang menunjukkan bahwa mekanisme pengendalian kualitas yang diterapkan restoran tercermin dalam pengalaman mereka ketika menikmati hidangan pada kunjungan yang berbeda. Beberapa informan menyatakan bahwa kualitas rasa relatif tetap sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap restoran. Salah satu pelanggan menyampaikan:

> "Saya sudah beberapa kali makan di Semawis, baik saat menginap maupun ketika datang bersama keluarga. Menurut saya, rasa makanannya tetap konsisten. Itu yang membuat saya percaya untuk kembali lagi."

Temuan tersebut didukung oleh hasil observasi peneliti yang menunjukkan bahwa setiap hidangan melewati proses pemeriksaan (quality checking) sebelum disajikan kepada tamu. Dengan demikian, konsistensi cita rasa dalam penelitian ini tidak hanya didasarkan pada penjelasan pihak manajemen, tetapi juga dikonfirmasi melalui pengalaman pelanggan yang melakukan kunjungan berulang.

Sebagian besar tamu memberikan penilaian positif terhadap keseimbangan rasa makanan. Mereka mengungkapkan bahwa hidangan memiliki perpaduan rasa yang tidak berlebihan, aroma yang menggugah selera, tekstur yang sesuai dengan karakteristik menu, serta konsistensi kualitas pada setiap kunjungan. Beberapa pelanggan menyatakan bahwa mereka memilih kembali ke

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.

Restoran Padma Hotel Semarang karena kualitas rasa yang relatif stabil dibandingkan dengan restoran lain yang pernah mereka kunjungi. Enam dari delapan informan tamu memberikan penilaian positif terhadap keseimbangan rasa makanan. Mereka mengungkapkan bahwa hidangan memiliki perpaduan rasa yang seimbang, aroma yang menggugah selera, tekstur yang sesuai dengan karakteristik menu, serta kualitas yang relatif konsisten pada setiap kunjungan. Salah satu informan menyatakan:

> "Yang saya suka dari Semawis adalah rasanya tidak pernah berubah. Walaupun menu yang saya pesan sama pada kunjungan yang berbeda, kualitas rasanya tetap terjaga."

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa taste berpengaruh terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan. Kepuasan yang diperoleh dari pengalaman menikmati makanan mendorong pelanggan untuk merekomendasikan restoran kepada keluarga, rekan kerja, maupun melalui media sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa cita rasa tidak hanya memberikan kepuasan sesaat, tetapi juga membentuk hubungan jangka panjang antara pelanggan dan restoran.

Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian (Namkung & Jang, 2018) Yang menyatakan bahwa kualitas makanan merupakan determinan utama kepuasan pelanggan restoran. (Ryu, 2024) juga menjelaskan bahwa kualitas rasa berpengaruh terhadap kepuasan sekaligus meningkatkan niat pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. Selain itu, (Han & Hyun, 2017) menemukan bahwa pengalaman bersantap di restoran hotel dipengaruhi oleh kombinasi kualitas makanan, pelayanan, dan lingkungan restoran sehingga menciptakan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *taste* berhubungan dengan terbentuknya loyalitas pelanggan. Kepuasan yang diperoleh dari pengalaman menikmati makanan mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan restoran kepada keluarga, rekan kerja, maupun melalui media sosial. Dengan demikian, cita rasa tidak hanya menghasilkan kepuasan sesaat, tetapi dapat berkembang menjadi hubungan jangka panjang antara pelanggan dan restoran.

Keterkaitan *Food Presentation* dan *Taste* dalam Membentuk Kepuasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *food presentation* dan *taste* memiliki hubungan yang saling melengkapi dalam membentuk kepuasan tamu. Beberapa tamu menyampaikan bahwa tampilan makanan yang menarik meningkatkan ekspektasi mereka terhadap rasa. Ketika kualitas rasa sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi tersebut, tingkat kepuasan yang dirasakan menjadi lebih tinggi. Sebaliknya, apabila tampilan makanan sangat menarik tetapi cita rasanya tidak memenuhi harapan, pelanggan cenderung mengalami kekecewaan.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat dipahami hanya berdasarkan kualitas visual atau kualitas rasa secara terpisah. *Food presentation* membentuk persepsi dan harapan sebelum konsumsi, sedangkan *taste* memberikan pengalaman aktual yang kemudian dibandingkan dengan harapan tersebut. Dengan demikian, kesesuaian antara ekspektasi dan pengalaman aktual menjadi bagian penting dalam proses pembentukan kepuasan.

Dalam konteks ini, hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan kecenderungan antara pelanggan baru dan pelanggan berulang. Pelanggan yang pertama kali berkunjung cenderung lebih memperhatikan tampilan visual makanan karena belum memiliki pengalaman sebelumnya mengenai kualitas restoran. Sebaliknya, pelanggan yang telah beberapa kali berkunjung lebih banyak mengevaluasi konsistensi cita rasa dibandingkan aspek visual. Mereka menggunakan pengalaman kunjungan sebelumnya sebagai dasar pembanding terhadap kualitas makanan yang diterima. Oleh karena itu, peran *food presentation* relatif lebih dominan dalam pembentukan kesan awal, sedangkan *taste* memiliki kontribusi yang lebih besar dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Temuan ini memberikan pemahaman bahwa kualitas makanan pada restoran hotel tidak hanya bersifat satu dimensi. Kualitas tersebut dapat dipahami melalui sekurang-kurangnya dua aspek yang memiliki mekanisme berbeda, yaitu aspek visual dan aspek sensorik. *Food presentation* berfungsi sebagai stimulus awal yang membangun persepsi dan ekspektasi, sedangkan *taste*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

berfungsi sebagai pengalaman aktual yang mengonfirmasi atau tidak mengonfirmasi ekspektasi tersebut. Perspektif ini memperkaya penelitian terdahulu yang cenderung menempatkan kualitas makanan sebagai konstruk yang lebih umum.

Faktor Pendukung dalam Pengalaman Bersantap

Meskipun fokus penelitian terletak pada *food presentation* dan *taste*, hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa kepuasan tamu juga dipengaruhi oleh faktor pendukung lainnya. Pelayanan yang ramah, kecepatan penyajian, kenyamanan suasana restoran, serta kesesuaian harga dengan kualitas makanan turut memengaruhi pengalaman bersantap pelanggan. Beberapa tamu menyampaikan bahwa makanan dengan cita rasa yang baik akan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan apabila didukung oleh pelayanan yang profesional dan suasana restoran yang nyaman.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas makanan tidak bekerja secara terisolasi dari kualitas pelayanan. Makanan yang memiliki cita rasa baik belum tentu menghasilkan kepuasan optimal apabila pelanggan harus menunggu terlalu lama atau memperoleh pelayanan yang kurang responsif. Sebaliknya, pelayanan yang baik dapat memperkuat pengalaman positif yang diperoleh pelanggan ketika menikmati makanan. Dengan demikian, *food presentation* dan *taste* merupakan bagian dari pengalaman pelanggan yang lebih luas, yaitu pengalaman bersantap secara keseluruhan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kontribusi *food presentation* dan *taste* dapat berbeda berdasarkan jenis layanan yang tersedia di Restoran Semawis Padma Hotel Semarang. Pada layanan *à la carte*, pelanggan cenderung memberikan perhatian lebih besar terhadap estetika penyajian karena setiap hidangan disiapkan secara individual sehingga detail *plating* lebih mudah diamati. Sebaliknya, pada layanan *buffet*, pelanggan lebih banyak menilai variasi menu, kesegaran makanan, serta konsistensi cita rasa dibandingkan aspek visual setiap hidangan. Temuan ini menunjukkan bahwa kontribusi *food presentation* terhadap kepuasan dapat dipengaruhi oleh karakteristik layanan, sedangkan *taste* tetap menjadi aspek yang dinilai pada berbagai jenis layanan.

Implikasi Temuan Penelitian

Temuan penelitian memberikan implikasi praktis bagi manajemen Restoran Semawis Padma Hotel Semarang. Manajemen tidak hanya perlu berfokus pada inovasi *plating*, tetapi juga memastikan bahwa setiap inovasi penyajian diimbangi dengan konsistensi cita rasa. Hal tersebut dapat dilakukan melalui penggunaan bahan baku berkualitas, penerapan standar resep, pengendalian mutu pada setiap tahap produksi, serta evaluasi menu secara berkala berdasarkan umpan balik pelanggan.

Selain itu, peningkatan kompetensi staf pelayanan perlu dilakukan secara berkelanjutan agar kualitas penyajian dapat dipertahankan sampai makanan diterima oleh pelanggan. Pengelolaan suasana restoran, kecepatan pelayanan, dan responsivitas staf juga perlu diperhatikan karena faktor-faktor tersebut memperkuat pengalaman pelanggan terhadap kualitas makanan. Dengan demikian, strategi peningkatan kepuasan tidak cukup dilakukan melalui perbaikan produk makanan semata, tetapi perlu dilakukan secara terpadu dengan kualitas pelayanan dan lingkungan restoran.

Secara akademik, penelitian ini menunjukkan bahwa *food presentation* dan *taste* merupakan dua dimensi kualitas makanan yang memiliki mekanisme berbeda tetapi saling mendukung dalam membentuk kepuasan tamu. *Food presentation* berperan sebagai pembentuk persepsi dan ekspektasi sebelum konsumsi, sedangkan *taste* menjadi aspek utama dalam mengevaluasi pengalaman aktual setelah konsumsi. Kepuasan yang optimal muncul ketika pengalaman sensorik yang diperoleh pelanggan sesuai atau melebihi ekspektasi yang dibentuk melalui tampilan makanan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman mengenai kualitas makanan dalam konteks restoran hotel berbintang, khususnya dengan menunjukkan

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.

bahwa kualitas visual dan kualitas sensorik perlu dikelola secara terpadu untuk menciptakan pengalaman bersantap yang konsisten dan berkesan.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *food presentation* memiliki peran penting dalam membangun kesan pertama tamu di Restoran Semawis Padma Hotel Semarang. Estetika penyajian, kreativitas *plating*, perpaduan warna makanan, kebersihan penyajian, penggunaan peralatan saji yang sesuai, serta penataan hidangan yang menarik mampu membentuk persepsi positif terhadap kualitas makanan sebelum dikonsumsi. *Food presentation* juga berfungsi sebagai pembentuk ekspektasi pelanggan terhadap kualitas makanan dan pengalaman bersantap. Semakin baik kualitas penyajian yang ditampilkan, semakin positif pula persepsi dan harapan tamu terhadap makanan yang akan dikonsumsi.

Selain aspek visual, penelitian menemukan bahwa *taste* menjadi dimensi yang mengonfirmasi pengalaman pelanggan setelah makanan dikonsumsi. Konsistensi cita rasa, keseimbangan bumbu, aroma, tekstur, kesegaran bahan baku, dan kualitas proses pengolahan berperan dalam membentuk kepuasan tamu serta mendorong niat untuk melakukan kunjungan ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Pelanggan berulang cenderung lebih menekankan konsistensi cita rasa dibandingkan aspek visual karena pengalaman kunjungan sebelumnya menjadi dasar dalam mengevaluasi kualitas makanan.

Secara keseluruhan, kepuasan tamu di Restoran Semawis Padma Hotel Semarang terbentuk melalui keterkaitan antara *food presentation* dan *taste*. *Food presentation* berperan dalam membangun persepsi dan ekspektasi sebelum konsumsi, sedangkan *taste* menentukan sejauh mana ekspektasi tersebut terpenuhi setelah makanan dinikmati. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa kedua aspek tidak dapat dikelola secara terpisah. Kualitas visual yang menarik perlu didukung oleh kualitas rasa yang konsisten agar menghasilkan kepuasan yang berkelanjutan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengalaman bersantap dipengaruhi oleh faktor pendukung berupa kualitas pelayanan, kecepatan penyajian, kenyamanan suasana restoran, serta kesesuaian harga dengan kualitas makanan. Oleh karena itu, manajemen Restoran Semawis Padma Hotel Semarang perlu mengintegrasikan inovasi penyajian makanan dengan pengendalian kualitas rasa, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, dan perbaikan kualitas pelayanan. Strategi tersebut penting untuk mempertahankan kepuasan tamu, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat daya saing restoran dalam industri perhotelan.

DAFTAR PUSTAKA

Bali, P. P. (2022). *INOVASI DALAM HOSPITALITY*.

Chen, P., Bao, C., & Gao, Q. (2021). Proactive Personality and Academic Engagement: The Mediating Effects of Teacher-Student Relationships and Academic Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, *12*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.652994

Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.*

Editor, E. (2022). PENGARUH REVIEW FOOD BLOGGER JAVAFOODIE TERHADAP MINAT BERPERILAKU KONSUMEN KULINER DI YOGYAKARTA. *Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia*, *21*(3). https://doi.org/10.14710/jkli.21.3.i-iv

Froehlich, D. E., Raemdonck, I., & Beausaert, S. (2023). Resources to Increase Older Workers' Motivation and Intention to Learn. *Vocations and Learning*, *16*(1), 47–71. https://doi.org/10.1007/s12186-022-09304-9

Han, H., & Hyun, S. S. (2017). Customer Retention in the Restaurant Industry. *International Journal of Hospitality Management*.

Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2011). Strategic management: An analysis of its representation and focus in recent hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 23(4), 439-462.*

Jelanu, Y. E., & Ayu, S. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Velvet Hotel Gunawangsa Merr. *Jurnal AKTUAL*, *21*(1), 1–9. https://doi.org/10.47232/aktual.v21i1.289

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Kim, W. G., & Park, S. A. (2017). Social media review rating versus traditional customer satisfaction: Which one has more incremental predictive power in explaining hotel performance? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *29*(2), 784–802. https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2015-0627

Kotler, Philip, et al. (2020). *Principles of Marketing.*

L.J Moleong. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue Maret). https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en

Louie, M., & Slamet, F. (2021). Pengaruh Budaya Teknologi Informasi Terhadap Kesuksesan Kewirausahaan Digital Pada Wirausaha Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *3*(4), 1106. https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13506

Maria, A. D., Yulianto, H., Palupiningtyas, D., & Usodo, H. (2022). Relationship between transformational leadership, proactive personality, creative self-efficacy and employee creativity at food processing SMEs in Indonesia. *Evidence-Based HRM*, *10*(3), 257–274. https://doi.org/10.1108/EBHRM-03-2021-0033

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2020). *Qualitative Data Analysis*. Sage Publications.

Namkung, Y., & Jang, S. (2018). Effects of Restaurant Service Quality on Customer Satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Research*.

Rahadhini, M. D., & Lamidi. (2020). Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, *4*(2), 81–91. https://doi.org/10.26805/jmkli.v6i2.

Ryu, S. (2024). MEDIA AND ENTERTAINMENT INDUSTRY MANAGEMENT: How to Integrate Business and Management with Creativity and Imagination. In *Media and Entertainment Industry Management: How to Integrate Business and Management with Creativity and Imagination*. https://doi.org/10.4324/9781003271222

Sop, S. A. (2020). *A Systematic Literature Review on Hotel Design *. December*.

Spencer, B. F. (2019). Advances in Computer Vision-Based Civil Infrastructure Inspection and Monitoring. In *Engineering* (Vol. 5, Issue 2, pp. 199–222). https://doi.org/10.1016/j.eng.2018.11.030

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis.*

Zaini, P. M., Zaini, P. M., Saputra, N., Penerbit, Y., Zaini, M., Lawang, K. A., & Susilo, A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue May).

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.