

Analisis Tingkat Peminat Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye Mb6 di Locāahands Dinning Club Surabaya

Wahyu Ratnasari¹, Briyan Glory Herlambang²

^{1,2} Akademi Kuliner Monas Pasifik Surabaya

Email : wratnasari81@yahoo.com¹, Briyangeloryherlambang@gmail.com²

Abstrak

Di tengah tren peningkatan minat konsumen terhadap pengalaman kuliner premium, penelitian ini menggali tingkat peminatan masyarakat Surabaya terhadap dua jenis daging premium, yaitu Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 yang ditawarkan oleh LocāaHands Dinning Club Surabaya. Preferensi konsumen dalam hal rasa, tekstur, dan presentasi daging ini menjadi titik fokus dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat peminatan masyarakat Surabaya terhadap kedua jenis daging premium tersebut dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh pengalaman kuliner, termasuk rasa dan penyajian, terhadap kepuasan konsumen dalam mencicipi kedua jenis daging tersebut. Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif dengan fokus pada Focus Group Discussion (FGD) dan analisis data penjualan di LocāaHands Dinning Club Surabaya. Data primer diperoleh melalui FGD dengan konsumen dan data sekunder dari catatan penjualan restoran. Hasil FGD dianalisis untuk memahami preferensi konsumen, sementara data penjualan digunakan untuk mengukur tingkat peminatan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 lebih diminati oleh masyarakat Surabaya dibandingkan dengan Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo. Faktor rasa, tekstur, dan presentasi hidangan memengaruhi preferensi konsumen. Pengalaman kuliner yang positif, terutama dalam hal rasa dan penyajian, memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan konsumen.

Kata kunci : *Daging premium, pengalaman kuliner, preferensi konsumen, LocāaHands Dinning Club.*

Abstract

In the midst of the trend of increasing consumer interest in premium culinary experiences, this research explores the level of interest of Surabaya people towards two types of premium meat, namely A5 Miyazaki Top Side Uchimomo Meat and 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 offered by LocāaHands Dinning Club Surabaya. Consumer preferences in terms of taste, texture and presentation of meat are the focus point in this research. The aim of this research is to analyze the level of interest of the people of Surabaya in these two types of premium meat and understand the factors that influence consumer preferences. Apart from that, this research also aims to evaluate the influence of culinary experience, including taste and presentation, on consumer satisfaction in tasting these two types of meat. This research uses a qualitative research model with a focus on Focus Group Discussion (FGD) and sales data analysis at LocāaHands Dinning Club Surabaya. Primary data was obtained through FGDs with consumers and secondary data from restaurant sales records. The FGD results are analyzed to understand consumer preferences, while sales data is used to measure the level of public interest. The results of the research show that 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 is more popular with the people of Surabaya compared to A5 Miyazaki Top Side Uchimomo Meat. Taste, texture and presentation factors influence consumer preferences. A positive culinary

experience, especially in terms of taste and presentation, has a significant impact on consumer satisfaction.

Keywords : *Premium meat, culinary experience, consumer preferences, LocāaHands Dinning Club.*

PENDAHULUAN

Dalam era gastronomi modern tidak dapat disangkal bahwa kegemaran manusia terhadap berbagai jenis daging telah menjadi bagian integral dari budaya kuliner global (Angela Putri Tresna Ningrum et al., 2022). Terdapat berbagai jenis daging yang dihargai dan dijelajahi oleh pecinta makanan di seluruh dunia. Ada beberapa jenis daging yang mendapatkan pengakuan khusus diantaranya Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6. Kedua jenis daging ini menawarkan cita rasa dan kualitas yang luar biasa, mengundang minat penuh para penikmat makanan (Saputro, 2023). Penggemar daging ini tidak hanya di luar negeri, akan tetapi di Indonesia sudah mulai banyak di kota-kota besar.

Surabaya adalah kota terbesar kedua di Indonesia yang mempunyai penduduk yang cukup banyak dan memiliki minat terhadap dunia kuliner yang cukup tinggi. Di Surabaya saat ini banyak juga restoran yang menyediakan aneka daging, diantaranya ada steak house, steak hut, steaklab, locāaHands Dinning Club. LocāaHands Dinning Club, yang terletak di sana, telah memposisikan diri sebagai salah satu tempat paling eksklusif dan inovatif di dunia kuliner Surabaya. Dengan penekanan pada pengalaman makan yang luar biasa, club ini menawarkan berbagai hidangan yang berbeda, yang melibatkan berbagai jenis daging, termasuk Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6.

Dalam beberapa tahun terakhir, minat masyarakat terhadap makanan dan pengalaman kuliner telah berkembang pesat. Terlebih lagi, tidak hanya rasa yang penting, tetapi juga cerita di balik makanan dan cara penyajiannya (Mustikasari, 2020). Ini telah membuka pintu bagi eksplorasi dan penjelajahan berbagai jenis daging dan cara memasaknya. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Siregar et al., 2022) menyatakan bahwa berbagai publikasi, penelitian, dan liputan media telah menyebabkan peningkatan minat dalam daging premium seperti Daging A5 Miyazaki dan daging dry aged. Ketertarikan pada bagaimana daging-daging ini dipersiapkan dan disajikan telah menciptakan kebutuhan akan restoran dan klub kuliner yang dapat memenuhi ekspektasi yang semakin tinggi.

Melihat latar belakang ini, LocāaHands Dinning Club di Surabaya menjadi tempat yang menarik untuk mengeksplorasi pengalaman kuliner yang unik, dengan fokus pada Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6. Artikel ini akan membahas lebih dalam tentang kedua jenis daging tersebut, bagaimana mereka disajikan, serta mengapa LocāaHands Dinning Club menjadi tempat yang sesuai untuk menikmati mereka. Dengan begitu, artikel ini akan memberikan wawasan yang komprehensif tentang tren kuliner terkini dan memenuhi hasrat pecinta daging yang selalu mencari pengalaman kuliner yang luar biasa.

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari tingkat peminatan masyarakat Surabaya terhadap Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 di LocāaHands Dinning Club serta memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap kedua jenis daging tersebut. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi peminatan masyarakat terhadap Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo di LocāaHands Dinning Club dan menganalisis pengaruh pengalaman kuliner, termasuk rasa dan penyajian, terhadap tingkat kepuasan konsumen yang mencicipi Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 di LocāaHands Dinning Club.

METODE

Pada penelitian ini penulis menggunakan model penelitian kualitatif dengan fokus pada Focus Group Discussion (FGD) sebagai metode pengumpulan data utama. Pendekatan kualitatif dipilih karena metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman

mendalam tentang minat masyarakat terhadap Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6, serta faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen dalam konteks pengalaman kuliner di LocãaHands Dinning Club di Surabaya. Metode FGD terpilih karena dapat menciptakan lingkungan yang mempromosikan diskusi terbuka dan berkelanjutan antara peserta, yang memungkinkan untuk menggali berbagai sudut pandang, pengalaman, dan persepsi yang lebih kaya terkait dengan topik penelitian ini (Sugiyono, 2018).

FGD sebagai metode pengumpulan data akan melibatkan sejumlah peserta yang telah memiliki pengalaman dalam mencicipi Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 di LocãaHands Dinning Club. Diskusi akan dipandu oleh sejumlah pertanyaan terstruktur yang dirancang untuk mengungkap preferensi dan harapan mereka terhadap pengalaman kuliner. Data yang diperoleh dari FGD akan dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi pola umum, kesamaan, dan perbedaan dalam pandangan peserta, serta untuk menyusun pemahaman yang lebih kaya tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen terhadap makanan premium tersebut (Sugiyono, 2017). Selain FGD, penulis juga akan memanfaatkan penelitian studi pustaka untuk memberikan kerangka teoretis yang mendukung hasil penelitian. Kombinasi antara FGD dan studi pustaka diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif dan mendalam tentang minat dalam Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 serta faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman kuliner di LocãaHands Dinning Club.

Pada penelitian ini penulis menggunakan 2 jenis sumber data yaitu data Primer dan data Skunder yang di jabarkan sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama, dalam konteks penelitian ini, hal itu dapat mencakup informasi yang dikumpulkan langsung dari peserta FGD (Focus Group Discussion). FGD adalah metode pengumpulan data utama dalam penelitian ini, di mana sejumlah peserta yang memiliki pengalaman dalam mencicipi Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 di LocãaHands Dinning Club akan berpartisipasi dalam diskusi terbuka. Peserta akan memberikan pandangan, preferensi, pengalaman, dan sudut pandang mereka terkait dengan dua jenis daging premium ini dan pengalaman kuliner di klub tersebut. Data primer ini akan mencakup tanggapan verbal peserta, diskusi, dan mungkin juga catatan lapangan dari peneliti yang memfasilitasi FGD. Data primer ini memiliki nilai tinggi dalam penelitian ini karena memberikan pemahaman mendalam tentang persepsi dan preferensi konsumen yang langsung terlibat dalam pengalaman kuliner.

2. Data Skunder

Data sekunder, atau data skunder, merujuk pada informasi yang diperoleh dari sumber yang sudah ada, seperti literatur, penelitian sebelumnya, laporan industri, dan sumber data lain yang telah dikumpulkan sebelumnya. Dalam penelitian ini, data skunder dapat mencakup tinjauan literatur tentang topik yang berkaitan, seperti kualitas daging, pengalaman kuliner, dan minat konsumen terhadap hidangan premium. Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan di bidang kuliner atau ilmu pangan juga merupakan sumber data skunder yang berharga. Data skunder digunakan untuk memperkuat dan mendukung temuan dari data primer, serta sebagai landasan teoritis untuk konteks penelitian ini. Dengan menggabungkan data primer yang diperoleh dari FGD dengan data skunder yang ada, penelitian ini dapat membangun kerangka kerja yang kuat dan komprehensif untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menggambarkan tren dan faktor-faktor yang memengaruhi minat dalam Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 dalam pengalaman kuliner di LocãaHands Dinning Club.

Dalam penelitian kualitatif yang mendalami minat dalam Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 serta faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman kuliner di LocãaHands Dinning Club, teknik pengumpulan data memainkan peran kunci dalam menghasilkan pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang subjek penelitian. Berikut ini adalah beberapa teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini:

1. Wawancara

Wawancara akan digunakan untuk menggali lebih dalam pemahaman individu tentang pengalaman kuliner dan faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka. Wawancara akan menjadi cara yang efektif untuk mengungkapkan pandangan yang lebih pribadi, motivasi, dan latar belakang individu yang mungkin tidak muncul dalam FGD.

2. Observasi Lapangan

Observasi langsung di LocãaHands Dinning Club memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman kuliner secara praktis. Hal ini melibatkan pengamatan terhadap pengaturan restoran, penyajian hidangan, interaksi antara staf dan pelanggan, serta reaksi pelanggan terhadap makanan dan lingkungan klub kuliner.

3. Analisis Dokumen

Data sekunder, seperti penelitian sebelumnya, ulasan restoran, atau laporan industri tentang makanan premium, akan dianalisis sebagai data tambahan untuk memberikan konteks dan kerangka teoritis dalam penelitian ini.

Dengan menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data ini, penelitian ini akan dapat memberikan gambaran komprehensif dan mendalam tentang minat konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman kuliner di LocãaHands Dinning Club. Pendekatan ini akan memungkinkan peneliti untuk memahami dan menjelaskan preferensi konsumen, dinamika perilaku, dan faktor-faktor sosial dan psikologis yang mendasari minat mereka dalam makanan premium. Teknik pengumpulan data yang beragam akan menghasilkan data yang kuat, memungkinkan peneliti untuk merinci temuan dan menjawab pertanyaan penelitian dengan pemahaman yang mendalam.

Teknik analisis data adalah tahap penting dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami minat masyarakat terhadap Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 serta faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman kuliner di LocãaHands Dinning Club. Berikut adalah teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini:

1. Analisis Tematik

Analisis tematik adalah pendekatan yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif. Dalam analisis ini, peneliti akan mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menganalisis pola-pola tematik yang muncul dari data primer, seperti hasil FGD dan wawancara. Tema-tema ini mencakup perspektif, preferensi, dan faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen terhadap daging premium dan pengalaman kuliner. Analisis tematik membantu dalam mengidentifikasi pola umum dan memahami aspek yang penting dalam data.

2. Analisis Konsep atau Framing

Dalam analisis konsep, peneliti akan mencari konsep-konsep dan konstruksi ide yang muncul dalam data, seperti konsep rasa, kualitas daging, pengalaman kuliner, dan minat konsumen. Analisis ini membantu dalam memahami konsep-konsep kunci yang mendasari preferensi konsumen dan elemen-elemen yang membentuk pengalaman kuliner di restoran atau klub kuliner.

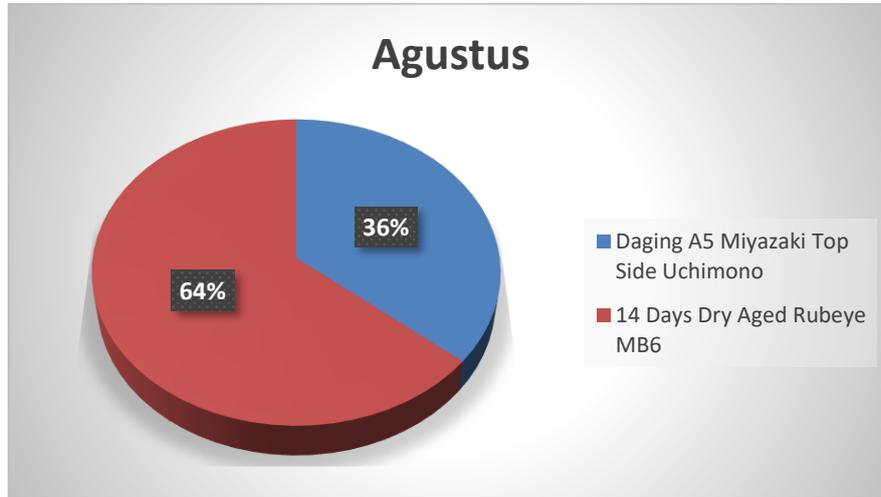
3. Analisis Konteks

Penelitian ini mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang memengaruhi minat dan pengalaman konsumen. Analisis konteks akan membantu peneliti dalam memahami bagaimana faktor-faktor eksternal memengaruhi minat dalam hidangan daging premium dan pengalaman kuliner di klub. Ini melibatkan pengekplorasi interaksi antara individu, makanan, dan lingkungan.

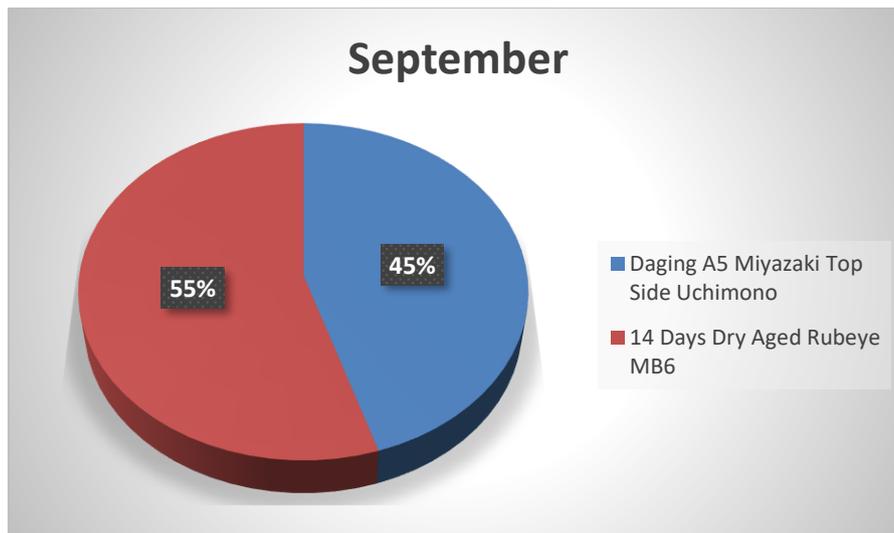
HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan minat konsumen terhadap kuliner premium dan pengalaman kuliner yang unik telah menjadi tren yang signifikan dalam industri makanan dan minuman. Terutama, daging premium seperti Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 telah mendapatkan perhatian yang meningkat dari pecinta kuliner yang mencari cita rasa yang istimewa. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menguji tingkat

minat konsumen terhadap dua jenis daging premium ini di LocāaHands Dinning Club Surabaya, sebuah klub kuliner yang terletak di Jl. Jawa No.6, Gubeng, Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur.



Gambar 1. Data Penjualan Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6



Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat konsumen terhadap Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 di LocāaHands Dinning Club Surabaya memiliki perbedaan yang signifikan. Selama periode penelitian pada bulan Agustus, Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo terjual sebanyak 22 porsi, sedangkan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 terjual sebanyak 39 porsi. Pada bulan September, tercatat bahwa Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo terjual sebanyak 32 porsi, sementara 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 terjual sebanyak 31 porsi. Dengan demikian, total penjualan masing-masing produk selama bulan Agustus dan September adalah Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo terjual sebanyak 54 porsi, sedangkan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 terjual sebanyak 70 porsi.

Analisis data penjualan ini menunjukkan bahwa minat konsumen lebih cenderung menuju 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 dibandingkan dengan Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo. Meskipun Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo memiliki ciri kualitas tinggi sebagai daging Wagyu Jepang, 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 tampak lebih diminati oleh konsumen di LocāaHands Dinning Club. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi

ini, seperti rasa, tekstur, harga, atau presentasi hidangan. Namun, perlu diperhatikan bahwa preferensi konsumen dalam konteks kuliner sangat subjektif dan bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor individu.

Hasil penelitian ini juga memberikan wawasan tentang pengaruh rasa dan kualitas daging terhadap minat konsumen. Rasa dan kualitas daging adalah faktor penting yang memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih hidangan daging premium. 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 memiliki karakteristik rasa dan tekstur yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen di lokasi tersebut, sehingga lebih banyak diminati. Di sisi lain, Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo, meskipun memiliki kualitas yang sangat baik, mungkin memiliki rasa yang kurang sesuai dengan preferensi konsumen di wilayah Surabaya. Selain faktor rasa dan kualitas, ada pertimbangan tambahan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian ini. Faktor seperti harga, promosi, atau pelayanan mungkin juga memengaruhi minat konsumen. Perbedaan musim atau perubahan tren kuliner juga bisa memainkan peran dalam preferensi konsumen dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, pemilik restoran dan klub kuliner perlu secara kontinu memantau minat konsumen dan menyesuaikan penawaran mereka untuk memenuhi preferensi yang berubah.

Hasil penelitian ini menyiratkan pentingnya pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen dan dinamika minat dalam pengalaman kuliner. Dalam kasus LocãaHands Dinning Club Surabaya, 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 muncul sebagai pilihan yang lebih disukai oleh konsumen daripada Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo. Analisis lebih lanjut diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang mendasari preferensi ini. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa pemilik restoran dan klub kuliner perlu terus memantau minat konsumen dan beradaptasi dengan preferensi yang berubah. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan pentingnya memahami hubungan antara rasa, kualitas, dan minat konsumen dalam konteks kuliner premium. Ini bisa membantu dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan peningkatan menu yang lebih relevan dengan preferensi konsumen.

Hasil Uji Tingkat Peminatan

Makanan telah lama menjadi salah satu aspek utama dalam budaya dan kehidupan sosial manusia. Pada zaman modern, minat konsumen terhadap pengalaman kuliner yang unik dan berkualitas semakin meningkat. Seiring dengan itu, permintaan untuk hidangan premium seperti Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 juga tumbuh pesat. Mengukur tingkat peminatan masyarakat terhadap produk daging premium adalah langkah awal dalam memahami tren konsumen dan preferensi makanan. Dalam penelitian ini, data penjualan dan hasil uji tingkat minat selama periode Agustus dan September menggambarkan bagaimana masyarakat Surabaya merespons tawaran Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 di LocãaHands Dinning Club. Pada bulan Agustus, terlihat bahwa Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo terjual sebanyak 22 porsi, sementara 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 terjual sebanyak 39 porsi. Namun, pada bulan September, Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo mengalami peningkatan penjualan menjadi 32 porsi, sementara 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 tetap populer dengan penjualan sebanyak 31 porsi. Dalam total keseluruhan selama dua bulan, Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo terjual sebanyak 54 porsi, sedangkan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 terjual sebanyak 70 porsi.

Data penjualan yang signifikan ini mengindikasikan bahwa masyarakat Surabaya cenderung lebih menyukai 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 dibandingkan dengan Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo. Preferensi ini mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti rasa, tekstur, harga, atau presentasi hidangan. Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo, meskipun memiliki reputasi sebagai daging Wagyu Jepang berkualitas tinggi, memiliki rasa atau karakteristik tekstur yang kurang sesuai dengan preferensi konsumen di lokasi tersebut. Sebaliknya, 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 menawarkan citarasa yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen.

Selain faktor rasa dan tekstur, terdapat faktor-faktor lain yang memengaruhi preferensi konsumen. Harga, promosi, merek, atau promosi juga dapat memainkan peran dalam

keputusan pembelian konsumen. Variasi musiman atau perubahan tren kuliner juga bisa memengaruhi preferensi konsumen dari waktu ke waktu. Dalam konteks ini, kebijakan harga atau promosi yang digunakan oleh LocãaHands Dinning Club dapat memengaruhi preferensi masyarakat Surabaya terhadap kedua jenis daging premium ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Presepsi Rasa David R. Daube yang menyatakan bahwa persepsi rasa adalah hasil interaksi antara berbagai elemen sensorik dalam makanan, seperti rasa manis, asin, pahit, asam, dan umami, dengan reseptor rasa di lidah. Teori ini menjelaskan bagaimana rasa dan tekstur daging yang baik dapat memicu tanggapan positif dari reseptor rasa di lidah dan memengaruhi persepsi kualitas daging (Mutiara et al., 2020).

Hasil penelitian ini memiliki implikasi yang signifikan bagi pemilik restoran dan klub kuliner, terutama bagi mereka yang menawarkan hidangan daging premium. Memahami preferensi konsumen adalah langkah awal dalam mengoptimalkan penawaran menu dan meningkatkan kepuasan konsumen. Rekomendasi dapat mencakup pemantauan kontinu terhadap minat konsumen, penyesuaian menu atau strategi harga yang lebih sesuai, serta pengembangan promosi yang berfokus pada produk yang lebih diminati. Dengan demikian, pemilik restoran dapat memastikan bahwa penawaran mereka selalu relevan dengan preferensi konsumen, meningkatkan daya tarik menu mereka, dan mempertahankan daya saing dalam industri kuliner yang kompetitif.

Hasil uji tingkat minat ini memberikan pandangan yang mendalam tentang preferensi masyarakat Surabaya terhadap Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 di LocãaHands Dinning Club. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang preferensi konsumen, pemilik restoran dapat mengoptimalkan penawaran mereka, meningkatkan kepuasan konsumen, dan mempertahankan keberlanjutan bisnis mereka dalam industri kuliner yang selalu berubah.

Pengaruh Pengalaman Kuliner dan Kepuasan Konsumen

Pengalaman kuliner dan kepuasan konsumen adalah dua aspek yang saling terkait dalam industri makanan dan minuman. Pengalaman kuliner yang positif dapat memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan konsumen, yang pada gilirannya memengaruhi reputasi dan keberlanjutan bisnis kuliner. Dalam pembahasan ini, akan dikupas secara mendalam tentang bagaimana pengalaman kuliner memengaruhi kepuasan konsumen dan mengapa hal ini menjadi kunci dalam bisnis kuliner.

Pengaruh Pengalaman Kuliner:

1. Penyajian Hidangan

Cara hidangan disajikan memiliki pengaruh besar pada pengalaman kuliner. Penyajian yang indah dan menarik mata dapat memberikan nilai tambah pada hidangan. Pengalaman visual ini dapat memengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas dan nilai hidangan. Hal ini sejalan dengan teori motivasi konsumen yang menyatakan bahwa Individu yang memiliki minat yang tinggi dalam kuliner seringkali didorong oleh motivasi internal dan eksternal (Aprilia, 2022).

2. Aspek Visual dan Estetika

Pengalaman kuliner mencakup aspek visual dan estetika. Komposisi warna, presentasi hidangan, dan elemen dekoratif dapat menciptakan kesan yang mendalam. Pengaruh unsur-unsur visual ini pada keseluruhan pengalaman kuliner akan dianalisis dalam penelitian. Hal ini sejalan dengan teori kepuasan konsumen Claes Fornell yang menyatakan Apabila pengalaman kuliner menciptakan kepuasan, pelanggan cenderung akan kembali ke restoran tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain (Rasam et al., 2022).

Pengaruh Pengalaman Kuliner pada Kepuasan Konsumen:

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah ukuran sejauh mana konsumen merasa puas dengan pengalaman mereka. Pengalaman kuliner yang positif cenderung meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, pengalaman yang kurang memuaskan dapat mengurangi tingkat kepuasan. Hal ini sejalan dengan teori kepuasan konsumen Claes Fornell yang

menyatakan Apabila pengalaman kuliner menciptakan kepuasan, pelanggan cenderung akan kembali ke restoran tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain (Rasam et al., 2022).

2. Persepsi Kualitas

Pengalaman kuliner yang positif sering kali menciptakan persepsi kualitas yang tinggi tentang produk dan layanan yang ditawarkan. Ketika konsumen merasa bahwa mereka telah mengalami pengalaman kuliner yang baik, mereka lebih cenderung memandang produk sebagai berkualitas tinggi. Pendapat ini sejalan dengan Teori Persepsi Rasa David R. Daube yang menyatakan bahwa persepsi rasa adalah hasil interaksi antara berbagai elemen sensorik dalam makanan, seperti rasa manis, asin, pahit, asam, dan umami, dengan reseptor rasa di lidah (Mutiara et al., 2020).

3. Hubungan Emosional

Pengalaman kuliner juga dapat memicu respons emosional pada konsumen. Hidangan yang membawa kenangan atau memberikan pengalaman yang unik dapat memperkuat hubungan antara konsumen dan bisnis kuliner. Pemahaman hubungan emosional ini adalah kunci dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan Teori Sosial berfokus pada bagaimana individu di dalam kelompok sosial tertentu, seperti teman, keluarga, atau kolega, memengaruhi preferensi dan keputusan konsumen dalam konteks kuliner (Weber, 2023).

Implikasi dan Rekomendasi:

1. Meningkatkan Kualitas Pengalaman

Pemilik bisnis kuliner perlu berfokus pada meningkatkan kualitas pengalaman kuliner yang mereka tawarkan. Ini termasuk perhatian pada rasa, tekstur, penyajian, dan aspek visual. Dengan mengoptimalkan elemen-elemen ini, pemilik bisnis dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Personalisasi Pengalaman

Pemahaman pengaruh pengalaman kuliner pada kepuasan konsumen memungkinkan pemilik bisnis untuk lebih mendekati personalisasi pengalaman sesuai dengan preferensi individu. Ini dapat mencakup rekomendasi menu, layanan yang lebih baik, atau penyajian yang dikustomisasi.

3. Pengaruh Terhadap Citra Merek

Pengalaman kuliner yang positif juga berdampak pada citra merek. Dalam industri makanan dan minuman yang kompetitif, pemilik bisnis kuliner dapat memanfaatkan pemahaman ini untuk membangun dan memelihara citra merek yang kuat.

Pengaruh pengalaman kuliner pada kepuasan konsumen adalah faktor kunci dalam bisnis kuliner. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman pengaruh ini memberikan panduan bagi pemilik bisnis kuliner untuk meningkatkan kualitas pengalaman konsumen, membangun citra merek yang kuat, dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Dalam dunia industri makanan dan minuman yang terus berubah, pengalaman kuliner dan kepuasan konsumen adalah elemen penting yang harus diperhatikan.

SIMPULAN

Penelitian mengenai uji tingkat peminatan terhadap Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo dan 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 di LocãaHands Dinning Club Surabaya telah membawa kita ke dalam dunia yang menggugah selera dalam industri kuliner. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi konsumen dalam memilih produk daging premium dan bagaimana pengalaman kuliner memengaruhi kepuasan konsumen. Dari analisis tingkat peminatan, kita dapat melihat bahwa masyarakat Surabaya cenderung lebih memilih 14 Days Dry Aged Ribeye MB6 dibandingkan dengan Daging A5 Miyazaki Top Side Uchimomo. Faktor rasa, tekstur, harga, dan presentasi hidangan berperan penting dalam preferensi konsumen. Pengalaman kuliner yang unik dan menyenangkan adalah elemen kunci yang memengaruhi kepuasan konsumen.

Pemilik bisnis perlu beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen. Pengalaman kuliner dan kepuasan konsumen adalah dua aspek yang harus terus ditingkatkan dan dipertahankan. Kami berharap hasil penelitian ini memberikan panduan yang berharga bagi pemilik bisnis kuliner untuk meningkatkan kualitas dan relevansi penawaran mereka, menciptakan produk yang lebih sesuai dengan ekspektasi konsumen, dan memelihara citra merek yang kuat. Pengalaman kuliner adalah perjalanan yang tak pernah berakhir, dan kesempatan untuk memuaskan selera dan menciptakan kenangan yang tak terlupakan terus hadir. Dalam keragaman pilihan kuliner, semoga setiap hidangan yang disajikan di LocāaHands Dinning Club Surabaya dan tempat-tempat sejenisnya terus menginspirasi dan memuaskan selera para pecinta kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Angela Putri Tresna Ningrum, Fadila Marga Saty, & Muhammad Zaini. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pembelian Ayam Organik di Provinsi Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 3(1), 237–248. <https://doi.org/10.47687/snppvp.v3i1.309>
- Aprilia, A. (2022). PERAN TRUST SEBAGAI MEDIASI ANTARA GAYA HIDUP DAN MOTIVASI KONSUMEN DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Studi Kasus pada Platform Instagram). *Sinergi: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 105–123.
- Indah Handaruwati. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnismen : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33. <https://doi.org/10.52005/bisnismen.v3i2.45>
- Lazuardi, D., & Rezeki, S. (2022). Pengaruh Personal Selling dan Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Chicken Holic Medan Fair. *Prosiding Seminar Nasional ...*, 610–619. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek/article/view/237%0Ahttps://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek/article/download/237/184>
- Mujigae. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITA RASA, GAYA HIDUP, VIRAL MARKETING, KEMASAN DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN INSTAN. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(08).
- Mustikasari, A. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Food Court UNY). *Jurnal Dinamika Teknik*, 13(1), 24–32.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, May, 741. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>
- Rasam, F., Karlina, E., & Sari, A. I. C. (2022). Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Bedahan, Sawangan, Depok. *Sosio E-Kons*, 14(3), 226. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i3.13280>
- Salim, V., & Widiati, E. (2021). MENINGKATKAN MINAT MENGINAP KONSUMEN DI HOTEL 101 URBAN JAKARTA KELAPA GADING. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan*, 498–505.
- Saputro, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURMA: JURNAL RISET MANAJEMEN*, 1(3), 266–285. <https://doi.org/10.36805/bi.v4i2.1137>
- Siregar, A. P., Nofirman, N., Yusuf, M., Jayanto, I., & Rahayu, S. (2022). The Influence of Taste and Price on Consumer Satisfaction. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(6), 998–1007. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1276>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Weber, M. (2023). Social sciences. *Dictionary of Ecological Economics: Terms for the New Millennium*, 496. <https://doi.org/10.4337/9781788974912.S.41>