

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan dan restoran *fine dining* saat ini menunjukkan tren yang semakin kuat terhadap pentingnya estetika visual dalam penyajian makanan. *Visual presentation* dan *food plating* menjadi aspek yang tidak hanya menambah nilai estetis, tetapi juga membentuk pengalaman tamu secara keseluruhan. Presentasi *visual* makanan (*plating*, warna, komposisi, dan estetika piring) secara signifikan memengaruhi persepsi kualitas, nilai, dan kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung menilai makanan lebih enak, sehat, dan bernilai tinggi ketika *plating* diperhatikan. Momen di mana saat jasa itu disampaikan adalah momen pembuktian kualitas layanan. Tidak mengherankan jika momen ini dikenal dengan istilah ‘*the moment of truth*’. *Moments of truth* adalah pengalaman paling berkesan yang didapatkan saat berinteraksi dengan pelayanan (Rendrawan *et al.*, 2020). Konsep “*you eat with your eyes first*” menekankan bahwa visualisasi hidangan merupakan pintu pertama yang memengaruhi persepsi rasa dan kepuasan pelanggan (Alba-Martínez *et al.*, 2023).

Meski demikian, *plating* yang indah belum tentu menjamin kepuasan tamu. Ada tamu yang lebih menekankan cita rasa, ukuran porsi, maupun aspek keberlanjutan dibandingkan penampilan *visual*. Tidak jauh berbeda dengan kualitas pelayanan, kualitas produk juga menjadi tolak ukur pelanggan puas atau tidak terhadap produk yang mereka beli (Widiantara & Trianasari, 2021). Studi eksperimental yang menilai efek “*art-inspired*” *plating* terhadap ekspektasi *dinner* sangat relevan untuk argumen bahwa pendekatan artistik *chef* memodifikasi ekspektasi yang bisa cocok atau tidak dengan preferensi tamu. Konsistensi ini menjadi krusial di *fine dining* karena pelanggan mengharapkan “*perfection every time*” (Michel *et al.*, 2014).

Kualitas makanan merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga tapi dalam meningkatkan kualitas makanan di setiap hotel terutama *chef* pasti memiliki beberapa kendala, menurut para ahli hal yang biasa di hadapi di kitchen hotel yaitu dari segi rasa yang tidak

sesuai SOP, bahan baku yang kurang lengkap, *product knowledge* dari masing-masing staf yang menjadi kendala setiap *chef* di hotel dalam meningkatkan kualitas makanan (Pratiwi *et al.*, 2019).

Beberapa studi menegaskan bahwa teknik *food plating* mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Bahkan, penelitian eksperimental di Kanada menemukan adanya bias estetika dalam penataan makanan: konsumen lebih menyukai hidangan yang ditata dengan kecenderungan ke arah kiri atau diagonal dari kiri bawah ke kanan atas, yang sesuai dengan kebiasaan membaca dan memengaruhi persepsi estetika (Michel *et al.*, 2014). Pengalaman wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan terhadap kepercayaan. Pengalaman wisatawan juga berpengaruh dalam kepuasan konsumen dalam pengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali. Sehingga didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa pengalaman dan kepuasan memiliki pengaruh yang kuat terhadap niat berkunjung kembali ke tempat tersebut (Triyanti Ariestiana Dewi & Musmini, 2023).

Kontribusi *plating* dalam membentuk *customer experience* tidak dapat diabaikan. Studi kuantitatif pada 2023 menemukan bahwa *plating* menyumbang 41% pengaruh terhadap kepuasan konsumen, disusul oleh faktor *ambience* dan pelayanan. Bahkan, dalam konteks *fine dining*, penelitian yang dipublikasikan di *Food Quality and Preference Journal* (2023) mengungkapkan bahwa konsumen bersedia membayar hingga 30% lebih mahal untuk hidangan dengan *plating* yang unik, kreatif, dan estetis. Hal ini menandakan bahwa seni penyajian makanan telah menjadi indikator nilai tambah dan diferensiasi di pasar kuliner premium. Yang menyatakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas produk dan selain dipengaruhi oleh kualitas produk juga ditentukan oleh nilai, kualitas pelayanan dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Widiantara & Trianasari, 2021).

Konsistensi ini menjadi kunci dalam mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap *brand image restoran*. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara apa yang diharapkan pelanggan sebelum melakukan pembelian dan bagaimana mereka memandang kinerja produk atau layanan setelah pembelian (Nugraha, 2023).

Tren global F&B 2024 juga menyoroti pergeseran konsep *plating* yang tidak lagi dipandang sekadar sebagai estetika, melainkan bagian integral dari *multi-sensory dining experience*. Plating kini dianggap sebagai medium komunikasi antara restoran dan pelanggan yang menggabungkan *visual*, rasa, aroma, serta atmosfer, sehingga membentuk pengalaman makan yang utuh. Dalam penelitian (Magnini & Kim, 2016), *plating* bahkan disebut berperan sebagai *strategi branding* yang mampu meningkatkan *emotional value* pelanggan dan memperkuat loyalitas. Bentuk dari penyajian makanan dan minuman dapat mempengaruhi berkembangnya suatu hotel, dilihat dari presentasi makanan dan minuman yang disajikan (Parma, 2020)

Bagi Rumari Restaurant yang berada dalam kategori *fine dining*, fenomena ini semakin penting. Pelanggan datang bukan hanya untuk menikmati cita rasa, melainkan untuk memperoleh pengalaman yang eksklusif dan berkesan. Oleh karena itu, *visual presentation* dan *food plating* tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, melainkan sebagai elemen strategis dalam membangun *customer experience* sekaligus diferensiasi kompetitif di tengah persaingan industri kuliner premium. Urgensi penelitian ini semakin jelas ketika melihat perubahan perilaku tamu pasca- pandemi, yang menuntut pengalaman makan yang unik, personal, dan berkelanjutan.

*Visual plating* berpotensi menjadi faktor pembeda yang signifikan dalam menarik wisatawan dengan daya beli tinggi, sekaligus mendukung strategi *green hospitality* dan *regenerative tourism* yang tengah digalakkan di Bali. Oleh karena itu, kajian mengenai *visual presentation* dan *food plating* di Rumari Restaurant memiliki relevansi praktis maupun strategis bagi pengembangan industri *hospitality*.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatannya yang tidak hanya menilai *plating* dari sisi estetika semata, melainkan juga menghubungkannya dengan keberlanjutan dan pengalaman tamu secara holistik. Selain memberi kontribusi pada literatur, penelitian ini menghadirkan konteks lokal dengan

mengkaji Rumari *Restaurant*, yang belum banyak dijadikan objek riset dalam studi internasional. Perspektif ini menempatkan *food plating* sebagai bagian dari kualitas layanan dan citra hotel secara keseluruhan, sehingga hasil penelitian diharapkan bermanfaat baik secara akademis maupun praktis bagi industri perhotelan.

Berdasarkan paparan tersebut, dapat dipahami bahwa peran *visual presentation* dan *food plating* tidak hanya memperindah tampilan makanan, tetapi juga berfungsi sebagai medium komunikasi emosional antara restoran dan konsumen. Di Rumari Restaurant, yang dikenal dengan konsep *fine dining* berkelas, aspek ini menjadi semakin krusial dalam membangun pengalaman pelanggan yang unik, berkesan, dan membedakan dirinya dari kompetitor.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Belum optimalnya pemanfaatan *visual presentation* sebagai strategi dalam plating
2. Ekspektasi tinggi pelanggan *fine dining*

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Penelitian hanya difokuskan pada aspek *visual presentation* dan *food plating* dalam konteks *customer experience* di Rumari *Restaurant*, tidak mencakup seluruh elemen pelayanan F&B seperti kecepatan layanan, cita rasa, maupun harga. Persepsi yang dikaji terbatas pada tamu restoran yang menikmati hidangan langsung di Rumari *Restaurant*, bukan melalui layanan luar (*take away* atau *room service*). berfokus pada hubungan *visual plating* dengan kepuasan dan pengalaman tamu, bukan pada aspek teknis dapur atau manajemen operasional keseluruhan. Unsur keberlanjutan (*sustainability*) yang ditinjau terbatas pada praktik plating ramah lingkungan, seperti penggunaan bahan lokal, *edible garnish*, dan pengurang-an limbah.

#### 1.4. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karyawan memaknai dan menjelaskan elemen-elemen *visual plating* yang berperan dalam membentuk pengalaman tamu selama layanan *fine dining* di Rumari Restaurant?
2. Bagaimana peran *visual presentation* dan *food plating* dalam mendukung strategi *sustainable dining* serta memperkuat *brand image* hotel?

#### 1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi karyawan dalam memaknai dan menjelaskan elemen-elemen *visual plating* yang berperan dalam membentuk pengalaman tamu selama layanan *fine dining* di Rumari Restaurant
2. Menganalisis peran *visual presentation* dan *food plating* dalam mendukung strategi *sustainable dining* serta memperkuat *brand image* hotel.

#### 1.6. Manfaat Hasil Penelitian

##### 1. Manfaat Akademis

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perhotelan dan pariwisata, khususnya terkait *food and beverage service* dan *customer experience*.
- b. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji hubungan antara *visual presentation*, *food plating*, dan kepuasan tamu dalam konteks *fine dining* maupun *hospitality*.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan masukan bagi pihak manajemen Rumari Restaurant dalam meningkatkan kualitas layanan melalui inovasi *visual plating* yang sesuai dengan preferensi tamu.

Membantu chef dan tim F&B untuk memahami elemen *plating* yang paling diapresiasi tamu