# PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MENU DI *CAFE DE ROSSA* HARMONI SUITES HOTEL BATAM

**By :Marisya**
**Conselor : Firdaus Yusrizal, SST. MM.Par**
**E-mail : marisyaicha0@gmail.com**
Department of Administration - Tourism Studies Program
Faculty of Social and Political Science
Riau University
Bina Widya Building Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293–
Phone/Fax. 0761-63277

**Abstract**

*This research aim to determine customer satisfaction on the menu that are not yet using a standard recipe, determine customer satisfaction on the menu that has been using the standard recipe and know the difference between the consumer satisfaction not yet using standard menu recipes and which has been using the standard recipe. This research is a field experiment. The population of this research is guest who ever eat and drink at Cafe de Rossa, a sample of this research were 200 respondents taken in stages, the first stage is done to the 100 consumers who consume the menu without using the standard recipe and the second stage at 100 those consumers who consume the menu using the standard recipe. Based on the research that has been done, that the difference in satisfaction of consumers who consume without using the standard menu recipes and menus that have been using the standard recipe.*

***Keywords : Satisfaction, Consumer, Standard Recipes.***

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut E.Guyer Freuler dalam Oka A.Yoeti (1996) pariwisata dalam artian modern adalah merupakan phenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan dari pada alat-alat pengangkutan.

Namun dalam pengertian kepariwisataan modern seperti sekarang ini dapat dikatakan semua perjalan termasuk perjalanan pariwisata. Pendapat ini bertitik tolak dari pemikirannya dengan perjalanan pariwisata, dimana setelah urusan dinasnya selesai, maka sebagian waktunya digunakan untuk melihat atau menyaksikan obyek atau atraksi wisata di tempat yang ia kunjungi. Akhirnya timbul suatu istilah "*business tourist*" yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan untuk keperluan dinas atau bisnis, tetapi setelah tujuannya selesai sebagian besar waktunya digunakan untuk melakukan perjalanan wisata di tempat yang dikunjunginya.

Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan , dimana dalam Bab VI pasal 14 disebutkan: "Usaha Pariwisata" meliputi, antara lain: daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi pariwisata, jasa perjalanan pariwisata, jasa makanan dan minuman, penyedia akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan

pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta dan spa.

Hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan. Ini berarti hidup dan kehidupannya banyak tergantung pada banyak atau sedikitnya wisatawan yang datang. Bila diumpamakan industri pariwisata itu sebagai bangunan, maka sektor perhotelan merupakan tiangnya. Kita menyadari bahwa tujuan wisatawan datang berkunjung pada suatu tempat bukanlah untuk tidur di hotel semata-mata tetapi menginapnya wisatawan di hotel dan akomodasi lainnya selalu dikaitkan dengan keperluan lain dengan motivasi yang beraneka ragam. Dengan perkataan lain, sektor perhotelan bukan suatu hal yang mutlak harus ada. Menurut Oka A.Yoeti ( 1996:263) perkembangan industri makan dan minum ini di masa yang akan datang bergantung pada : prioritas yang diberikan terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dalam tata perekonomian dunia pada umumnya dan sumber-sumber energi yang digunakan serta tersedianya bahan baku yang diperlukan pada khususnya, perubahan dalam pola kehidupan keluarga-keluarga dan masyarakat luas, perubahan dalam teknologi karena adanya inovasi, cara distribusi dan cara-cara pemasaran yang digunakan.

Standar resep adalah satu dari sekian banyak bagian terpenting untuk meyakinkan tingginya kualitas produk makanan (Eugen Pauli : 1979). Resep merupakan acuan bagi setiap juru masak selama memproduksi makanan karena di dalam resep terdapat petunjuk bahan, takaran, proses memasak, dan catatan-catatan lain yang penting untuk ditaati.

Harmoni Apartment atau yang sekarang disebut Harmoni Suites Hotel didirikan oleh PT.Harmoni Mas, dengan konstruksi bangunan 8 lantai dan memiliki 144 kamar. Awalnya diberi nama Harmoni Apartement karena dibuka hanya khusus bagi tamu yang tinggal dalam jangka waktu lama, namun pada tanggal 17 Januari 2012 diganti dengan Harmoni Suites Hotel sehingga tidak hanya tamu dalam jangka waktu lama saja yang dapat menginap tetapi juga tamu dalam jangka waktu pendek. Fasilitas yang dimiliki satu restoran yang bernama *Cafe de Rossa,* Bar, *Swimming Pool,* SPA, *Meeting Room* dan *Fitness Center.*

Di Harmoni Suites Hotel Batam semua menu yang dibuat merupakan hasil dari kreativitas CDP bersama *owner* , memiliki 69 menu reguler dan 8 menu non-reguler. Untuk menu reguler telah memiliki standar resep baku namun pada menu non-reguler belum memiliki standar resep. Menu non-reguler ini baru dikeluarkan pada bulan Oktober 2015 dengan menu sebagai berikut: Hokkien Mie, Nasi Timbel, Bawal Bakar, Gurame Asam Manis, Gurame Acar Kuning, Ayam Pop, Ikan Pari Sambal Merah dan Prawn Blackpepper. Karena belum adanya standar resep baku untuk menu-menu tersebut, hal ini sering menimbulkan keluhan-keluahan tamu. Disebabkan dalam proses pembuatan pesanan menu non-reguler oleh *cook* yang bertugas pada masing-masing *shift* terjadinya perubahan-perubahan dalam takaran porsi, rasa dan penataan. Yang seharusnya terjadi di hotel apabila sebuah menu dikeuarkan wajib memiliki standar resep baik menu reguler maupun menu non-reguler.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang didapatkan terhadap yang diharapkan (Philip Kotler : 2007). Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi

terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Dilihat dari data diatas, begitu pentingnya sebuah standar resep yang dibuat, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul : "**Perbedaan Kepuasan Konsumen terhadap Menu di *Cafe de Rossa* Harmoni Suites Hotel Batam".**

## A. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan pada latar belakang, peneliti merumuskan permasalahan yang akan diteliti ialah "**Bagaimana Perbedaan Kepuasan Konsumen terhadap Menu di *Cafe de Rossa* Harmoni Suites Hotel Batam?".**

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pendapat konsumen pada menu yang belum menggunakan standar resep ?
2. Bagaimana pendapat konsumen pada menu yang sudah menggunakan standar resep ?
3. Bagaimana perbedaan kepuasan konsumen antara menu yang menggunakan standar resep dan yang tidak menggunakan standar resep ?

## C. Batasan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang dan identifikasi masalah, maka perlu adanya pembatasan masalah untuk mempermudah penelitian dan memungkinkan tercapainya hasil yang sebaik mungkin. Pembatasan masalah ini dimaksudkan untuk membantu mengarahkan penulis pada masalah yang sebenarnya dan mengingat masalah yang sangat kompleks, keterbatasan waktu, pengetahuan, tenaga dan dana, untuk menghindari meluasnya masalah dalam penelitian ini, maka permasalahan yang akan dikaji pada perbedaan kepuasan konsumen terhadap menu yang mengunakan standar resep dan tidak menggunakan standar resep yang dibatasi selama 3 bulan, dimulai dari bulan Maret sampai bulan Juni 2016. Dan menu yang akan diteliti adalah Hokkien Mie.

## D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dengan diadakannya penelitian ini ialah :

1. Mengetahui kepuasan konsumen pada menu yang belum menggunakan standar resep.
2. Mengetahui kepuasan konsumen pada menu yang sudah menggunakan standar resep.
3. Mengetahui perbedaan kepuasan konsumen antara menu yang menggunakan standar resep dan yang tidak menggunakan standar resep.

## E. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dengan diadakannya penelitian ini dapat memberikan manfaat:

1. Bagi penulis

Penelitian ini nantinya akan menghasilkan menu-menu yang telah memiliki standar resep. Dengan adanya penelitian ini akan memberikan penambahan pengetahuan kepada penulis pada khususnya dan kepada pembaca pada umumnya bahwa standar resep itu penting dalam menjalankan sebuah usaha dalam bidang yang bergerak pada jasa makanan dan minuman guna memberikan kepuasan kepada konsumen.

2. Bagi perusahaan

Memberikan arti penting penggunaan standar resep dalam pemberian kepuasan kepada konsumen. Standar resep yang diberikan dapat selalu dipakai sebagai pedoman memasak yang nantinya akan berguna dalam menjaga kualitas dan konsistensi rasa, porsi, dan tampilan menu.

## TINJAUAN PUSTAKA

Sebagai kerangka pemikiran dalam penulisan proposal ini, maka perlu adanya landasan teori yang ada mendukung penulisan tersebut. Berikut ini penulis akan mengemukakan beberapa teori yang ada hubungannya dengan masalah yang dihadapi.

### 1. Persiapan Pengolahan

Keberhasilan kegiatan memasak banyak ditentukan oleh kegiatan *mise en place* ( proses persiapan sebelum melakukan pengolahan makanan. Beberapa hal yang harus dipersiapkan adalah : persiapan standar resep, peralatan yang akan dipakai, bahan olahan yang disediakan, *heat sources* (sumber panas) yang akan dipakai, alat pembersih dan sumber air untuk memasak, dan alat-alat penyaji yang diperlukan (Bartono dan Ruffino, 2006:27-35).

a. Standar Resep

Dalam membuat suatu makanan yang lezat, tidak hanya diusahakan oleh satu atau dua orang saja di dapur. Untuk itu perlu di buat suatu standar resep untuk semua juru masak. Dengan tujuan demi keseragaman, baik pada rasa maupun penampilan.

Standar Resep adalah satu dari sekian banyak bagian terpenting untuk meyakinkan tingginya kualitas produk makanan (Eugen Pauli,1979 :18). Sebuah standar resep merupakan suatu yang telah di uji dan dikembangkan untuk menemukan apa saja spesifikasi bahan yang ditetapkan, ketersediaan alat, metode dan biaya makanan tersebut. Suatu standar resep memiliki urutan-urutan yang sangat penting, berupa : ukuran porsi, bahan, metode, alat pengolahan, alat penyajian dan penampilan.

Menurut Bartono dan Ruffino (2005), resep merupakan acuan bagi setiap juru masak selama memproduksi makanan karena di dalam resep itu terdapat petunjuk bahan, takaran, proses memasak, dan catatan-catatan lain yang penting untuk ditaati. Untuk memberikan visualisasi, foto berwarna produk jadi makanan dari standar resep itu juga disertakan di dalam formulir standar resep. Standar resep di tulis untuk setiap jenis makanan, seperti makanan pembuka *(appetizer)*, sup *(soup)*, makanan utama *(main course)*, serta makanan penutup *(dessert)*.

Satu yang terpenting bagi seorang *Chef* harus membuat standar resep dalam berbentuk file yang dapat memudahkan bagi *staff* dapur lainnya. Buku standar resep atau file resep harus memiliki duplikat yang satu bagian diletakkan di dalam kantor manajer satu bagian lagi diletakkan di kantor kepala *Chef* dan satu bagian lainnya diletakkan di dapur. Meletakkan file standar resep harus di tempat yang mudah di lihat dan di jangkau oleh setiap staff dapur.

Menurut Eugen Pauli (1979) Fungsi standar resep bagi manajemen dapat diringkas menjadi sebagai berikut:

a) Sebagai alat bantu dalam menentukan konsistensi cita rasa, takaran, penampilan, dan cara penyajian suatu makanan. Pada kartu standar resep ditentukan bahan-bahan makanan yang diperlukan dengan mutu yang sesuai dengan spesifikasi baku bahan makanan, metode memasak yang harus dilakukan, cara menghidangkan, suhu produk makanan ketika dihidangkan (panas,hangat, atau dingin), bahan-bahan makanan yang digunakan sebagai penghias *(garnishes)* sehingga tampilan produk lebih menarik.
b) Sebagai alat bantu pelatihan bagi karyawan. Standar baku digunakan sebagai panduan dalam melatih karyawan hotel yang baru mulai bekerja, belum berpengalaman, atau untuk karyawan yang sudah bekerja; memiliki pengalaman di dapur hotel/restoran lain. Dengan adanya standar resep dalam pelatihan akan didapat konsistensi cita rasa, penampilan, cara penyajian, dan takaran per porsi yang sesuai dengan target yang ditentukan.

c) Sebagai alat bantu dalam mengendalikan harga pokok makanan. Dalam standar resep ditentukan takaran baku untuk setiap bahan makanan yang digunakan. Dengan penentuan takaran ini akan dapat dicapai target harga pokok makanan. Pada standar resep dicantumkan pula persentase harga pokok baku untuk makanan dimaksud.

**2. Porsi Makanan**

Porsi makanan adalah aturan baku tentang porsi makanan yang disajikan berapa takaran beratnya sesuai kebutuhan makanan baik dalam menu *a'la carte* maupun *table d'hote/elaborate* (Bartono dan Ruffino : 2005). Standar porsi yang ditentukan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Standar Porsi Bahan Makanan

| **NAMA MAKANAN** | **JUMLAH PORSI** |
|---|---|
| Sirloin *Steak* | 200 gr/porsi |
| T-Bone *Steak* | 350 gr |
| Burger | 200 gr |
| Escalope | 180 gr |
| *Steak* Ikan | 180 gr |
| Udang | 180 gr |
| Lobster Panggang | 300 gr |
| Sayuran Pelengkap Steak | 60 gr |
| Pasta dan Nasi *a'la charte* | 250 gr |
| Pasta dan Nasi Pelengkap *Steak* | 60 gr |
| Saus Kental | ½ dl |
| Sup Kental | 2 dl |
| Kentang | 60 gr |
| *Steak* Ayam | 200 gr/porsi |

*Sumber: Bartono & Ruffino, 2005*

**A. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang didapatkan terhadap yang diharapkan (Philip Kotler : 2007). Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.

Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa, konsumen tidak akan memebeli ulang produk. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen.

Keputusan pembelian didasarkan pada penilaian yang dibentuk mengenai nilai pemasaran yang dilakukan pemasar. Harapan konsumen didasarkan pada pengalaman pembelian di masa lalu. Banyak perusahaan sukses sekarang ini karena berhasil memenuhi harapan konsumen akan kualitas dan pelayanan produk. Ada lima tahap pascapembelian produk yang akan dilalui konsumen, yaitu: (1) konsumsi produk, (2) perasaan puas atau tidak puas, (3) perilaku keluhan konsumen, (4) disposisi barang dan (5) pembentukan kesetiaan merek. Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting untuk membentuk kepuasan konsumen, selain itu untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Kivetz dan Simonson (2002) kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang

baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

Teori-teori yang membahas kepuasan konsumen:

1. Teori perasaan afektif eksperiental, menurut Jones (2008) beranggapan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan konsumen dengan produk yang sudah dibeli dan dikonsumsi.
2. Teori kepuasan mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidak puasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya (Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, 2013).
3. Teori keadilan, berpendapat bahwa masyarakat akan menganalisis rasio hasil *(outcomes)* dan masukan *(input)* mereka terhadap hasil dan masukan rekan mereka dalam suatu pertukaran dan bila melihat bahwa rasionya lebih tinggi, mereka akan mengalami perasaan tidak adil (Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, 2013).

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Freddy Rangkuti, 2006). Salah satu faktor menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai kualitas jasa yang berfokuskan pada lima dimensi jasa. Selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Persepsi didefinisikan sebagai proses di mana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulasi yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna (Freddy Rangkuti, 2006). Persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa berpengaruh terhadap: tingkat kepentingan pelanggan, kepuasan pelanggan, dan nilai. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persepsi pelanggan atas suatu jasa adalah: harga, citra, tahap pelayanan dan momen pelayanan.

## B. Kepuasan Konsumen pada Menu

Kepuasan konsumen terhadap suatu menu makanan menurut para ahli:

1. Menurut Heru Riyadi (2011) kepuasan konsumen terhadap suatu menu tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: tampilan makanan, konsistensi porsi, konsistensi rasa dan waktu.
2. Menurut Essinger dan Wylie (2003) kepuasan konsumen terhadap kualitas makanan terdiri dari: kualitas rasa, kuantitas atau porsi, variasi makanan, cita rasa yang khas, waktu, kebersihan dan inovasi.
3. Menurut Knight dan Kotschevar (2000) kepuasan konsumen pada suatu menu merupakan suatu tingkatan terhadap konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai.

Pelayanan makanan dapat ditentukan dengan beberapa indikator diantaranya variasi menu makanan, cara penyajian makanan, ketepatan waktu menghidangkan makanan, keadaan tempat waktu makan, kebersihan makanan yang dihidangkan,sikap dan perilaku petugas yang menghidangkan makanan Suryawati dalam (Dian Bardhika Sari Lumbantoruan,2012).

1. Waktu Makan

Dari proses pembuatan sampai menghidangkan makanan kepada tamu, waktu yang sudah ditetapkan di standar resep harus sesuai dengan pelaksanaannya.

2. Penampilan Makanan

Penyajian makanan merupakan faktor terakhir dari proses penyelenggaraan makanan. Meskipun makanan diolah dengan cita rasa yang tinggi tetapi dalam penyajianya tidak dilakukan dengan baik, maka nilai makanan tersebut tidak akan berarti, karena makan yang ditampilkan waktu disajikan akan merangsang indra penglihatan sehingga menimbulkan selera yang berkaitan dengan cita rasa. Faktor yang menentukan penampilan makanan waktu disajikan :

3. Warna Makanan

Warna makanan memegang peran utama dalam penampilan makanan. Karena bila warnanya tidak menarik akan mengurangi selera orang yang memakannya. Kadang untuk mendapatkan warna yang diinginkan digunakan zat perwarna yang berasal dari berbagai bahan alami dan buatan.

4. Konsistensi atau Tekstur Makanan

Konsistensi makanan juga merupakan komponen yang turut menentukan cita rasa makanan karena sensivitas indera dipengaruhi oleh konsistensi makanan.

5. Bentuk Makanan Yang Disajikan

Untuk membuat makanan menjadi lebih menarik biasanya disajikan dalam bentuk – bentuk tertentu. Bentuk makanan yang serasa akan memberikan daya tarik tersendiri bagi setiap makanan yang disajikan.

6. Porsi makanan

Potongan makanan yang terlalu kecil atau besar akan merugikan penampilan makanan. Pentingnya porsi makanan bukan saja berkenan dengan waktu disajikan tetapi juga berkaitan dengan perencanaan dan perhitungan pemakaian bahan.

7. Penyajian makanan

Penyajian makanan merupakan faktor penentu dalam penampilan hidangan yang disajikan. Jika penyajian makanan tidak dilakukan dengan baik, seluruh upaya yang telah dilakukan guna menampilkan makanan dengan cita rasa yang tinggi akan tidak berarti. ( Moehyi, 1992).

8. Rasa Masakan

Penilaian terhadap bahan makanan berbeda-beda, tergantung dari kesenangan atau selera seseorang. Penilaian akan berbeda karena pengalaman, misalnya rasanya enak pada jenis makanan yang sama akan berbeda pada setiap orang. Dua aspek utama dalam makanan adalah penampilan makanan sewaktu dihidangkan dan rasa makanan pada saat dimakan. Disamping penampilan makanan maka rasa makanan juga mempengaruhi rasa makanan: suhu makanan, bumbu masak dan bumbu penyedap, tekstur makanan, bau/aroma makanan. Rasa makanan mempunyai faktor kedua yang menentukan cita rasa makanan setelah penampilan makanan. Komponen yang berperan dalam penentuan rasa makanan adalah:

1. Aroma Makanan

Aroma yang disebabkan oleh makanan merupakan daya tarik yang sangat kuat dan mampu merangsang indera penciuman sehingga membangkitkan selera.

2. Bumbu Masakan dan Bahan Penyedap

Bau yang sedap, berbagai bumbu yang digunakan dapat membangkitkan selera karena memberikan rasa makanan yang khas.

3. Keempukan makanan

Keempukan makanan selain ditentukan oleh mutu bahan makanan yang digunakan juga ditentukan oleh cara memasak.

4. Kerenyahan Makanan

Kerenyahan makanan memberikan pengaruh tersendiri pada cita rasa makanan. Kerenyahan makanan adalah

makanan menjadi kering, tetapi tidak keras sehingga enak untuk dimakan.

5. Tingkat kematangan.

Tingkat kematangan makanan dalam masakan belum mendapat perhatian karena umumnya masakan Indonesia harus dimasak sampai masak benar.

6. Temperatur Makanan

Temperatur makanan waktu disajikan memegang peranan penting dalam penentuan cita rasa makanan. Namun makanan yang terlalu panas atau terlalu dingin akan sangat mengurangi sensivitas sarang pengecap terhadap rasa makanan ( Moehyi, 1992).

Menurut Heru Riyadi (2011), suatu menu dapat memberikan kepuasan bagi konsumen apabila telah memiliki indikator sebagai berikut:

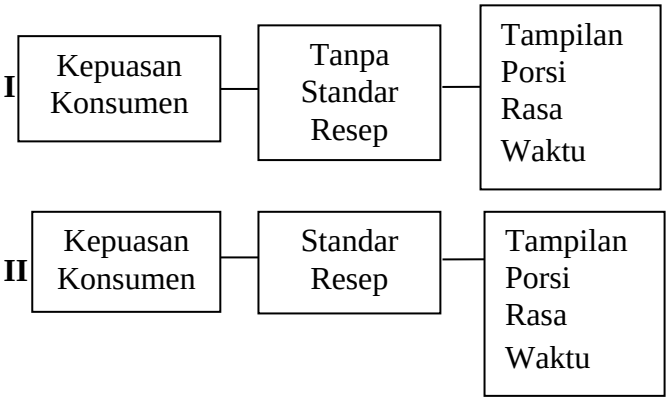
1. Tampilan. Tampilan makanan akan berdampak pada saat makanan telah disajikan kepada tamu, tampilan akan memberikan kesan menarik apabila adanya perpaduan warna dari bahan-bahan yang digunakan, susunan atau tataan letak makanan di dalam piring dan hiasan (*garnish)* yang digunakan dari bahan yang bisa dimakan dan segar.
2. Porsi. Setiap menu yang disajikan memiliki porsi sesuai dalam standar resep yang telah ada, porsi yang disediakan selalu tetap/stabil pada setiap kali pemesanan.
3. Rasa. Dalam makanan adanya perpaduan rasa manis, asin, dan asam sehingga menjadi suatu rasa yang unik (rasa yang dihasilkan dari ciptaan menu dari perpaduan bahan-bahan yang digunakan pada standar resep) dan rasa tersebut dapat selalu dipertahankan konsistensinya.
4. Waktu. Waktu juga merupakan salah satu bagian terpenting dalam pemberian kepuasan kepada konsumen dalam penyajian makanan, waktu disini dimaksud perhitungan pada saat proses pembuatan makanan sampai makanan tersebut selesai dan disajikan kepada konsumen. Setiap menu memiliki waktu yang berbeda, semua itu tergantung pada standar resep menu tersebut.

Menurut Jimmy Sugianto (2013) kualitas makanan berpengaruh pada kepuasan konsumen, dilihat pada: apabila makanan tersebut dapat memberikan rasa kenyang bagi konsumen, porsi yang disajikan selalu sama setiap kali pemesanan, bentuk penataan makanan dan ukuran potongan bahan yang digunakan selalu sama.

Menurut Wika Rinawati (2008) seorang konsumen akan merasa puas apabila dilihat dari kebersihan makanan, karena kebersihan makanan berpengaruh pada setiap tampilan makanan yang disajikan dan keragaman bahan yang digunakan dapat memberikan sebuah hasil dari makanan tersebut baik dari warna dan penataan makanan tidak terlalu berlebihan atau kekurangan namun dapat membentuk suatu hasil yang pas dan menarik selera.

## C. Kerangka Pemikiran

**Gambar 2.2**
**Kerangka Pemikiran**




*Sumber : Hasil Olahan Penulis Berdasarkan Heru Riyadi,2011.*

## D. Hipotesis

Dilihat dari latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian ini bahwa adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap menu yang disajikan menggunakan standar resep dengan menu

yang disajikan tidak menggunakan standar resep.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah usaha penyelidikan yang sistematis dan terorganisasi, karena proses yang dilakukan melalui tahapan-tahapan tertentu untuk mencapai tujuan penelitian dimulai dari adanya permasalahan, mengumpulkan fakta-fakta, menganalisis data dengan teknik tertentu, hingga membuat kesimpulan (Etta Mamang Sanadji & Sopiah,2010).

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen lapangan, penelitian eksperimen adalah penelitian yang dirancang sedemikian rupa sehingga peneliti dapat memanipulasi semua variabel yang dilibatkan dalam penelitian, dengan tujuan mendapatkan kesimpulan secara pasti relasi dari satu atau beberapa variabel terhadap variabel lain (Endang Poerwati : 2000).

### A. Waktu dan Tempat Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini akan dilakukan di Harmoni Suites Hotel Batam,Provinsi Kepulauan Riau. Peneliti akan mengambil waktu penelitian selama 3 bulan, dimulai pada bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2016.

### B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: subyek atau obyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Etta Mamang Sanadji & Sopiah : 2010). Populasi diambil kepada tamu yang pernah makan dan minum di *Cafe de Rossa* pada tanggal 20 Maret sampai tanggal 20 Juni 2016.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Etta Mamang Sanadji & Sopiah : 2010). Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* yaitu membuat atau memungkinkan peluang seseorang menjadi responden tidak diketahui (Kusmayadi,2004). Sampel diambil secara kebetulan atau *accidental sampling* yang dijumpai pada waktu penelitian dijadikan responden sebagai sumber data. karena adanya keterbatasan waktu dan biaya maka penulis mengambil 200 orang responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Diambil secara bertahap, tahap pertama dilakukan pada tanggal 20 Maret sampai 18 April 2016 kepada 100 orang konsumen yang mengkonsumsi menu tanpa menggunakan standar resep dan tahap kedua dilakukan pada tanggal 19 April sampai 20 Juni 2016 kepada 100 orang konsumen yang mengkonsumsi menu dengan menggunakan standar resep di *Cafe de Rossa* Harmoni Suites Hotel Batam.

### C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) (Etta Mamang Sanadji & Sopiah : 2010). Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil dari wawancara dan observasi yang dilakukan langsung oleh peneliti kepada tamu dan pengelola hotel.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang merupakan hasil pengumpulan orang atau instansi lain dalam bentuk publikasi, seperti laporan tahunan, profil perusahaan, dan seterusnya (Kusmayadi & Endar Sugiarto,2000:29). Data sekunder dalam penelitian ini berupa data-data yang dimiliki hotel berupa profil perusahaan dan data keluhan tamu.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut I Gusti Bagus Rai Utama dan Ni Made Eka Mahadewi (2012:64) wawancara adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai tamu yang telah mengkonsumsi menu baru di *Cafe de Rossa* , CDP dan beberapa staff dapur di Harmoni Suites Hotel Batam.

2. Observasi

Observasi adalah proses pencatatan pola prilaku subyek (orang) obyek (benda), atau kegiatan yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti (Indriantoro dalam Etta Mamang Sanadji & Sopiah : 2010).

Dalam penelitian ini observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya.

Observasi yang dilakukan adalah observasi terhadap subjek,perilaku subjek selama wawancara, interaksi subjek dengan peneliti dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara.

3. Kuisioner

Kuisioner adalah teknik penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan angket, sehingga dalam waktu relatif singkat dapat menjangkau banyak responden (Etta Mamang Sanadji & Sopiah : 2010).

4. Dokumentasi

Dokumentasi menurut I Gusti Bagus Rai Utama dan Ni Made Eka Mahadewi (2012:67) adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini, peneliti nantinya akan mengumpulkan bukti atau keterangan-keterangan berupa gambar mengenai objek yang diteliti.

## E. Operasional Variabel

Operasional adalah suatu informasi yang digunakan oleh peneliti untuk mengikut suatu variabel yang merupakan hasil penjabaran dari sebuah konsep (Wardiyanta:2006).

## F. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Etta Mamang Sanadji & Sopiah,2010) sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

| Kriteria | Skor |
|---|---|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Kurang Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

*Sumber : Etta Mamang Sanadji & Sopiah,2010*

## G. Teknik Analisa Data/ Teknik Pengolahan Data

Untuk menelaah permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, maka penulis melakukan analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif adalah penelitian yang datanya bersifat numerik yang berorientasi pada hasil yang berupa kesimpulan yang bersifat pasti dan jelas, pada umumnya dengan pembuktian hipotesis (Endang Poerwanti,2000). Adapun semua data yang terkumpul baik primer maupun sekunder akan penulis analisis dengan menggunakan SPSS (*statistical package for social science)* dan diharapkan dapat menghasilkan hasil yang akurat sehingga hasil akhir dari penelitian ini untuk mengetahui pentingnya penggunaan standar resep terhadap menu baru di Harmoni Suites Hotel Batam.

Untuk menjawab tujuan nomor 1 dan 2 penulis menggunakan teknik persentase, yaitu membandingkan antara keadaan aktual dengan keadaan ideal.

Keadaan aktual adalah jawaban murni responden saat menjawab semua pertanyaan (mulai dari nilai tertinggi sampai terendah), sedangkan keadaan ideal adalah hasil dimana responden menjawab semua pertanyaan dengan nilai skor tertinggi.

Adapun cara dari teknik persentase ini adalah:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{total keadaan aktual}}{\text{total keadaan ideal}} \times 100\%$$

Untuk menjawab soal nomor 3, penulis menggunakan *Analisis of Variance* atau ANOVA merupakan salah satu teknik analisis multivariate yang berfungsi untuk membedakan rerata lebih dari dua kelompok data dengan cara membandingkan variansinya (Neter dalam Sudjana, 1989).

Setelah mendapatkan tenggang waktu yang cukup, maka data hasil skor eksperimental mengenai kepuasan konsumen dikelompokkan menjadi dua bagian, kelompok A: yang mengkonsumsi menu tanpa menggunakan standar resep. Dan kelompok B: yang mengkonsumsi menu dengan menggunakan standar resep.

Teknik analisis yang digunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian yang pertama adalah analisis perbedaan. Analisis perbedaan adalah teknik analisis yang mengkaji perbedaan-perbedaan antara dua atau lebih kelompok. Adapun perbedaan yang dapat dikaji adalah item-item dalam statistik deskriptif. Dalam penelitian ini perbedaan antara dua kelompok dikaji menggunakan:

a. Skor Penilaian
b. Harga Tengah (*mean*)

$N$ - 1

**Rancangan Pengujian Hipotesis**

Langkah pertama adalah menetapkan hipotesis statistik dari penelitian ini, yaitu:

$H_0 : M_{k1} - M_{k2} = 0$ atau $M_{k1} = M_{k2}$

$H_a : M_{k1} - M_{k2} \neq 0$ atau $M_{k1} > M_{k2}$

Selanjutnya untuk membuktikan hipotesis tersebut, dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menghitung varian (kedua kelompok)
b. Menghitung daviasi standar masing-masing kelompok
*c.* Menghitung galat standar masing-masing kelompok
d. Menghitung varian standar nilai tengah masing-masing kelompok

*e.* Menghitung galat standar selisih antara dua harga tengah
f. Untuk membuktikan hipotesis penelitian yang pertama maka digunakan rancangan penghitungan uji t

Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah tolak hipotesis nol dan terima hipotesis alternatif apabila nilai t lebih besar dari pada 1.

## PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

### A. Gambaran Umum Perusahaan

Berawal dari adanya pendirian satu perusahaan dengan nama PT. Harmoni Mas yang mana perusahaan ini bergerak di bidang kontraktor dan developer, dan kemudian menjadi developer pembangunan Harmoni Apartment yang didirikan pada tahun kuda tepatnya pada tahun 2003, maka di dirikanlah 3 patung kuda di *lobby* yang menjadi pilar bagi Harmoni Group. Angka 3 diyakini sebagai angka keberuntungan bagi pemilik hotel. Ada 3 hotel yang bergabung dalam Harmoni Group, diantaranya: Harmoni Hotel yang berlokasi di Jodoh, Harmoni Suites Hotel berlokasi di Nagoya dan Harmoni One berlokasi di Batam Center.

Harmoni Suites Hotel dengan konstruksi bangunan 8 lantai dengan jumlah kamar sebanyak 144 kamar. Awalnya diberi nama Harmoni Apatment karena di buka hanya khusus tamu yang menginginkan sebuah apartemen. Namun pada tanggal 17 Januari 2012 berubah

menjadi nama Harmoni Suites Hotel yang sudah dibuka untuk umum. Memiliki 3 tipe kamar yang terdiri dari: 123 kamar *studio king*, 8 kamar *corner room*, 13 kamar *suites room.* Semua tipe kamar itu difasilitasi dengan *mini kitchen.* Untuk akses masuk dan keluar hotel ini, harus memiliki *key card* yang berfungsi sebagai pembuka pintu antara *lobby* dengan *coridor* kamar, menggunakan *elevator*, membuka pintu kamar dan menghidupkan semua aliran listrik di dalam kamar.

*Sumber: Human Resources Harmoni Suites Hotel Batam 2016*

Tahap pertama penelitian , disimpulkan bahwa, responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin ialah berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 88 orang, untuk usia responden terbanyak pada usia 35-43 tahun dengan jumlah 54 orang, untuk kewarganegaraan responden terbanyak ialah dari Singapura dengan jumlah 58 orang, untuk daerah asal responden juga berasal dari Singapura dengan jumlah 58 orang, untuk pekerjaan responden terbanyak ialah bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah 62 orang, untuk pendidikan terakhir responden terbanyak ialah S1 berjumlah 63 orang dan untuk frekuensi mengkonsumsi menuHokkien Mie terbanyak ialah 1x dengan jumlah 69 orang. Tahap kedua penelitian disimpulkan bahwa, responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin ialah berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 86 orang, untuk usia responden terbanyak pada usia 35-43 tahun dengan jumlah 60 orang, untuk kewarganegaraan responden terbanyak ialah dari Singapura dengan jumlah 53 orang, untuk daerah asal responden juga berasal dari Singapura dengan jumlah 53 orang, untuk pekerjaan responden terbanyak ialah bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah 56 orang, untuk pendidikan terakhir responden terbanyak ialah S1 berjumlah 67 orang dan untuk frekuensi mengkonsumsi menu Hokkien Mie terjadi peningkatan menjadi 2x dengan jumlah 49 orang.

1. Persentase Jumlah Kepuasan Konsumen pada Menu yang Belum Menggunakan Standar Resep

Jumlah keseluruhan jawaban responden (keadaan aktual) adalah 3.640. Sehingga dapat diketahui persentase kepuasan konsumen pada menu yang belum menggunakan standar resep ialah 45,5%. Jika dibandingkan dengan keadaan ideal, total keseluruhan jawaban responden adalah 8.000 dengan persentase 100%. Maka dapat dilihat bahwa terjadinya selisih yang sangat besar dari hasil yang didapat dengan hasil yang diharapkan sebanyak 54,5%.

Mengkonsumsi menu tanpa standar resep membuktikan bahwa sangat kurangnya kepuasan yang didapatkan konsumen ketika telah mengkonsumsi menu tersebut.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Standar resep merupakan satu dari sekian banyak bagian terpenting untuk meyakinkan tingginya kualitas produk makanan dan merupakan acuan bagi setiap juru masak selama memproduksi makanan.

Standar resep sangat berguna dalam menentukan konsistensi tampilan, porsi, rasa dan waktu. Karena di dalam sebuah standar resep terdapat aturan-aturan yang harus diperhatikan baik penggunaan bahan makanan, ukuran bahan yang digunakan, metode memasak, waktu yang diperlukan dan cara mensajikan makanan.

Dari hasil penelitian yang penulis kemukakan mengenai perbedaan kepuasan konsumen terhadap menu di *Cafe de Rossa* Harmoni Suites Hotel Batam, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Menjawab tujuan nomor 1, diketahui kepuasan konsumen yang mengkonsumsi menu tanpa menggunakan standar resep mendapatkan persentase sebesar

45,5%, ini merupakan hasil aktual. Sedangkan hasil ideal yang diharapkan adalah 100%, terjadinya selisih yang sangat besar dari hasil yang didapat dengan hasil yang diharapkan sebanyak 54,5%. Maka dapat disimpulkan bahwa sangat rendahnya kepuasan konsumen yang mengkonsumsi menu tanpa menggunakan standar resep.

2. Menjawab tujuan nomor 2, diketahui hasil aktual kepuasan konsumen yang mengkonsumsi menu yang telah menggunakan standar resep mendapatkan persentase sebesar 86,78%, terdapat selisih 13,22% dengan hasil ideal. Dari hasil persentase yang didapatkan maka terjadi peningkatan kepuasan konsumen yang sangat besar saat konsumen telah mengkonsumsi menu dengan menggunakan standar resep, jika dibandingkan dengan jumlah persentase kepuasan konsumen saat mengkonsumsi menu sebelum menggunakan standar resep terjadi selisih hasil persentase sebesar 41,28%.

3. Menjawab tujuan nomor 3, diketahui nilai tengah (*mean*) masing-masing kelompok: Kelompok I : 36,4 , Kelompok II : 69,4. Dari hasil perhitungan nilai tengah (mean) kedua kelompok tersebut didapatkan perbedaan nilai tengah yang cukup besar yaitu: sebesar 33 angka. Nilai varian masing-masing kelompok: Kelompok I : 50,222 dan Kelompok II : 66,165. Lalu dilakukan pengujian hipoteseis, diajukan sebuah hipotesis statistik sebagai berikut:
   $H_0 : M_{k1} - M_{k2} = 0$ atau $M_{k1} = M_{k2}$
   $H_a : M_{k1} - M_{k2} \neq 0$ atau $M_{k1} > M_{k2}$
   Dari hasil perhitungan maka didapatkan $\Sigma\ x^2$ untuk kelompok konsumen pertama adalah 4.972 dan untuk kelompok kedua adalah 6.550. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka diketahui daviasi masing-masing kelompok: Kelompok I : 7,087 dan Kelompok II : 8,134, lalu diketahui standar eror masing-masing kelompok: Kelompok I : 0,709 dan Kelompok II : 0,813, lalu diketahui standar varian nilai tengah masing-masing kelompok: Kelompok I : 0,007 dan Kelompok II : 0,008, selanjutnya adalah diketahui galat standar selisih antara harga tengah ($SE_{mk1 - mk2}$) yang di dapat sebesar 1,370.
   Dari perhitungan tersebut dilakukan pengujian nilai t, yang didapatkan sebesar 23,962. Karena perbedaan yang dicari jumlahnya lebih besar dari 1, maka jelaslah bahwa perbedaan tersebut signifikan, maka tolak H0 dan terima Ha.

**B. Saran**

Mengingat bahwa hotel bukan hanya merupakan suatu bangunan yang digunakan untuk memberikan jasa pelayanan penginapan tetapi juga penyedia makan dan minum serta jasa lainnya. Maka pihak departemen *kitchen* harus memperhatikan secara serius setiap makanan yang dikeluarkan harus membuat standar resep terlebih dahulu.

Konsistensi yang diberikan pada tampilan, porsi, rasa dan waktu dalam makanan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Dengan konsumen merasakan puas terhadap makanan yang disajikan, maka konsumen akan datang berulang-ulang untuk makan di *Cafe de Rossa.* Sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi Harmoni Suites Hotel Batam.

**Daftar Pustaka**


Bartono & Ruffino. 2005. *Food Product Management di Hotel dan Restoran.* Yogyakarta: Andi Offset.

----------. 2005. *Analisis Food Product Studi Food Cost dan Pedoman Training.* Yogyakarta : Andi Offset.

----------. 2006. *Dasar-Dasar Food Product* .Yogyakarta : Andi Offset.

Eugen Pauli. 1979. *Restaurateur, Food and Catering Consultant.* Boston : CBI Publishing Company,INC.

Kadir. 2015. *Statistik Terapan Konsep, Contoh dan Analisis data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian.* Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Kusmayadi & Endar Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataan.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Lumban, Dian Berdhika Sari. Juni 2012. *Jurnal Hubungan Penampilan Makanan dan Faktor Lainnya dengan Sisa Makanan Biasa Pasien Kelas 3 RS Puri Cinere Depok.*

Marsum WA. 1994. *Restoran dan Segala Permasalahannya.* Yogyakarta : Andi Offset.

Mertayasa, I Gede Agus. 2012. *Food & Beverage Service Operasional.* Yogyakarta : Andi Offset.

Muchtadi, R. Tien, Sugiyono & Fitriyono Ayustaningwarno. 2010. *Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan.* Bandung : Alfabeta.

Purnamasari, Endah. 2014. *Ilmu & Teknologi Pengolahan.* Yogyakarta : Aswaja Pressindo.

Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction:Gaining Customer Relationship Strategy.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Riyadi, Heru, Anwari Masatip & Budi Wibowo. 2010. *Pengetahuan Menu.* Bandung : Dewa Ruchi.

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian* . Yogyakarta : Andi Offset.

----------. 2013. *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta : Andi Offset.

Sudjana. 1989. *Desain dan Analisis Eksperimen.* Bandung : Tarsito.

Tohirin. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling.* Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Utama, I Gusti Bagus Rai & Ni Made Eka Mahadewi. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata & Perhotelan.* Yogyakarta : Andi Offset.

Widyastuti, Nurmasari & Adriyan Pramono. 2014. *Manajemen Jasa Boga*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Wiyasha, I.B.M. 2011. *F&B Cost Control untuk Hotel dan Restoran edisi 2.* Yogyakarta : Andi Offset.

Yoeti , Oka.A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata.* Bandung : Angkasa.