

# Eksplorasi Model Pengalaman Konsumen Di Bar Kota Surabaya

Editor's Request	Your Response	Review Submitted	Review Due
2024-11-26	2024-12-02	2024-12-02	2024-12-24

**Titin Lestariningsih, Yoseph Agung Priyo Widodo, Paulus Yehuda Chrismartin**

Akademi Sages Pasuruan

Desa Durensewu Km 03, Pandaan, Pasuruan

meicindo@gmail.com, sriemaria76@gmail.com paulus,.chrismartin@sages.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini berfokus pada kreativitas bartender dalam menciptakan pengalaman minum yang menyenangkan di bar di Surabaya, dengan mengeksplorasi bagaimana pendekatan inovatif mereka meningkatkan kualitas minuman yang disajikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana praktik kreatif ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan, tetapi juga reputasi bar di Surabaya secara keseluruhan. Jenis penelitian ini kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data dengan wawancara kepada bartender dan konsumen kafe di Surabaya. Penelitian menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi dalam menciptakan minuman berkualitas untuk meningkatkan pengalaman konsumen di industri bar. Rekomendasi bagi manajer bar mencakup peningkatan fokus pada pengembangan minuman kreatif dan inovatif serta perbaikan berkelanjutan pada kualitas produk untuk memperkuat loyalitas pelanggan dan memperbaiki kepuasan konsumen. Pemilik bar, kafe, dan bartender di Surabaya perlu berkolaborasi lebih erat dengan industri pariwisata untuk mempromosikan minuman khas yang terinspirasi dari budaya lokal. Dalam era digital, bar dan kafe di Surabaya harus memanfaatkan media sosial untuk menampilkan kreativitas bartender mereka.

**Kata kunci:** Kreativitas, Inovasi, Kualitas Produk, Pengalaman Konsumen

## Abstract

This research focuses on the creativity of bartenders in creating an enjoyable drinking experience in bars in Surabaya, by exploring how their innovative approaches improve the quality of the drinks served. This research aims to uncover how these creative practices not only contribute to increased customer satisfaction, but also the overall reputation of bars in Surabaya. This type of research is descriptive qualitative. The data collection technique is by interviewing bartenders and consumers of cafes in Surabaya. The research shows that creativity and innovation in creating quality drinks to improve the consumer experience in the bar industry. Recommendations for bar managers include an increased focus on developing creative and innovative drinks and continuous improvement in product quality to strengthen customer loyalty and improve consumer satisfaction. Bar, café and bartender owners in Surabaya need to collaborate more closely with the tourism industry to promote locally-inspired signature drinks. In the digital age, bars and cafes in Surabaya should utilize social media to showcase the creativity of their bartenders.

**Keywords:** Creativity, Innovation, Product Quality, Consumer Experience

## PENDAHULUAN

Surabaya adalah ibu kota Provinsi Jawa Timur, Indonesia, dan merupakan salah satu kota terbesar di negara ini. Kota ini memiliki sejarah panjang sebagai salah satu pelabuhan tertua di Indonesia. Nama Surabaya berasal dari legenda tentang pertempuran antara hiu (sura) dan buaya (baya), yang melambangkan kekuatan dan ketahanan. Terletak di pesisir utara Pulau

Jawa, Surabaya menjadi pusat perdagangan dan transportasi berkat aksesnya yang strategis ke pelabuhan dan beberapa sungai yang membantu transportasi serta irigasi. Sebagai pusat ekonomi Jawa Timur, Surabaya menjadi lokasi berbagai perusahaan besar dan usaha kecil menengah (UKM). Kota ini juga terkenal dengan pasar tradisionalnya yang sibuk, seperti Pasar Keputran dan Pasar Turi. Kekayaan budaya Surabaya ditampilkan melalui berbagai festival, seperti Festival Rujak Uleg, dan kuliner khas seperti rawon, rujak cingur, serta soto, yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan.

Surabaya juga memiliki infrastruktur transportasi yang baik, dengan pilihan transportasi umum seperti bus, taksi, dan ojek online. Bandara Juanda melayani penerbangan domestik dan internasional. Selain itu, kota ini merupakan pusat pendidikan dengan institusi-institusi ternama seperti Universitas Airlangga dan Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Dalam hal pariwisata, Surabaya terus berkembang dengan berbagai atraksi dan acara yang menarik wisatawan lokal maupun internasional. Sesuai dengan (Tjiptono., 2001) promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan menyebarkan informasi, mempengaruhi, serta mengingatkan pasar sasaran untuk menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan. Hotel, kafe, dan restoran merupakan jenis usaha di sektor industri pariwisata yang fokus pada penyediaan layanan kepada tamu dengan tujuan memberikan kepuasan, baik secara fisik, mental, psikologis, maupun rasa aman. Para tamu dapat menikmati berbagai fasilitas yang disediakan oleh hotel, dan kepuasan tamu ini dapat memengaruhi kinerja pelayanan para karyawan. Oleh karena itu, karyawan hotel harus memiliki keterampilan yang sesuai dengan bidang perhotelan, karena keahlian tersebut penting untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan usaha perhotelan.

Menurut Agusnawar (2002:14) hotel adalah bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi orang-orang yang membutuhkan tempat penginapan, serta layanan makanan dan minuman. Menurut (Soekresno, 2004) departemen makanan dan minuman di hotel bertanggung jawab untuk menyediakan layanan makanan, minuman, serta kebutuhan lain terkait tamu, baik yang menginap maupun tidak, dan dikelola secara komersial serta profesional. Hotel, kafe, dan restoran merupakan jenis usaha di sektor industri pariwisata yang fokus pada penyediaan layanan kepada tamu dengan tujuan memberikan kepuasan, baik secara fisik, mental, psikologis, maupun rasa aman.



Gambar 1. Pembuatan Minuman di Bar

Para tamu dapat menikmati berbagai fasilitas yang disediakan oleh hotel, dan kepuasan tamu ini dapat memengaruhi kinerja pelayanan para karyawan. Oleh karena itu, karyawan hotel harus memiliki keterampilan yang sesuai dengan bidang perhotelan, karena keahlian tersebut penting untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan usaha perhotelan. (Agusnawar, 2002) menyatakan bahwa hotel adalah bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi orang-orang yang membutuhkan tempat penginapan, serta layanan makanan dan minuman.

Menurut Soekresno dan Pendit (1998:4), departemen makanan dan minuman di hotel bertanggung jawab untuk menyediakan layanan makanan, minuman, serta kebutuhan lain terkait tamu, baik yang menginap maupun tidak, dan dikelola secara komersial serta profesional.



Gambar 2. Pelatihan Bartender

Penelitian sebelumnya dilakukan (Ayu et al., 2023) menjelaskan bahwa kreativitas seorang bartender memainkan peran dalam meningkatkan penjualan minuman di bar. Azwar et al., (2020) menyatakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bartender diharapkan meningkatkan kepuasan wisatawan (Sabrina & Juhanda, 2023). Pramita & Parma, (2020) menjelaskan bahwa seorang barista dan bartender profesional harus memenuhi beberapa persyaratan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, di antaranya memiliki pengetahuan dasar tentang kopi, kemampuan memahami dan menguasai minuman, sikap atau perilaku yang baik, serta keterampilan komunikasi yang efektif. Arianty, (2020) menjelaskan bahwa adanya seni barista berpengaruh pada minat pembelian minuman dan pelayanan bartender dalam meningkatkan kualitas layanan di *The Lounge Four Points Hotel by Sheraton Surabaya*. Namun demikian, belum banyak penelitian tentang kreativitas bartender dan kualitas produk pada bar maupun kafe. Bagaimana kontribusi bartender dalam meningkatkan kualitas produk dan pengalaman minum di Bar?

#### **METODE PENELITIAN**

Fokus pada penelitian ini yaitu kreativitas dan inovasi bartender dalam meningkatkan pengalaman konsumen melalui kualitas produk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif bersifat deskriptif, berupa kata-kata, gambar, atau rekaman. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang tidak menggunakan prosedur statistik atau perhitungan lain untuk memperoleh temuannya (Sugiyono, 2018) & (Sujaweni, 2015). Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara tidak terstruktur kepada bartender, dan konsumen yang pernah di Bar Kota Surabaya dan observasi dengan gambar-gambar yang

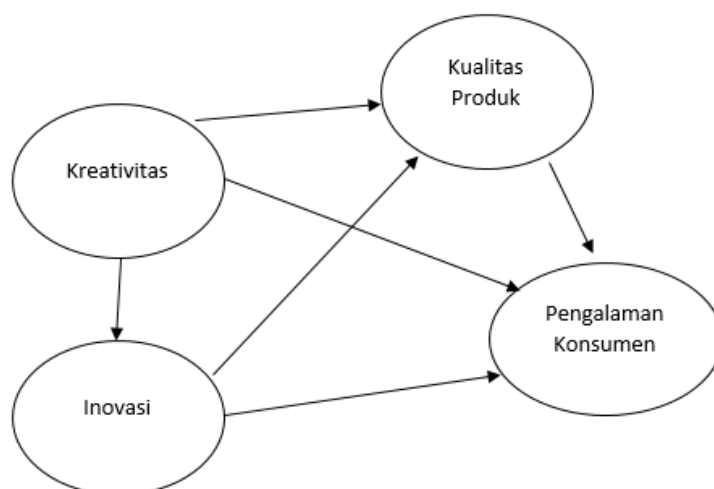
relevan, Data yang diperoleh dikumpulkan, direduksi, dielemenasi, lanjut data yang relevan di sajikan berupa model kerangka konseptual lanjut dianalisis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman mengenai budaya lokal memungkinkan seorang bartender untuk menyampaikan informasi berharga kepada wisatawan, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih kaya dan bermakna. Dengan mengaitkan minuman dengan budaya Surabaya melalui narasi dan konteks budaya, bartender tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga turut serta dalam upaya melestarikan dan mempromosikan budaya lokal di sektor pariwisata. Pariwisata merupakan aktivitas di mana seseorang melakukan perjalanan sementara ke luar dari tempat tinggalnya, dengan alasan selain untuk memperoleh pendapatan atau gaji. Pariwisata juga mencakup berbagai aktivitas, layanan, dan produk dari industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman berkesan bagi wisatawan (Muljadi, 2012:7). Secara lebih luas, pariwisata meliputi semua fenomena dan hubungan yang timbul akibat perjalanan seseorang yang bukan untuk menetap atau mencari nafkah, melainkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya selama perjalanan (Muljadi A, 2009). Wisatawan, atau dalam bahasa Inggris disebut "*traveller*", adalah individu yang melakukan perjalanan, biasanya selama lebih dari 24 jam, dengan tujuan yang dapat diklasifikasikan sesuai dengan salah satu alasan tersebut (Muljadi, 2012).

Peran seorang bartender adalah memastikan standar pelayanan yang optimal kepada tamu sesuai dengan tujuan bisnis hotel, menjaga konsistensi produk, serta bertanggung jawab atas operasional bar, mulai dari persiapan, pengawasan stok, peralatan, inventaris, hingga pemeliharaan standar pelayanan dan produk guna memaksimalkan penjualan. Peran bartender sangat penting dalam meningkatkan penjualan minuman di bar. Seorang bartender perlu memahami kondisi dan situasi saat melayani tamu yang sedang memesan, termasuk memperhatikan tingkat mabuk tamu saat menyajikan minuman campuran agar tidak ada keluhan terkait pelayanan cocktail. Selain itu, bartender harus menguasai langkah-langkah pelayanan yang akan diberikan kepada tamu. Umumnya, tamu akan mengeluarkan uang mereka di bar jika mereka mendapatkan apa yang diinginkan dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Bartender juga berperan dalam menciptakan atmosfer yang menyenangkan di bar atau kafe, di mana suasana yang nyaman dan menarik membuat wisatawan merasa betah dan lebih menikmati waktu mereka. Keterampilan kemampuan berinteraksi sosial, dan pengetahuan budaya yang mereka miliki berkontribusi besar terhadap kepuasan pengunjung (Samudra Ginting, 2024).

Bartender yang kreatif mampu menciptakan resep baru dan unik yang menggugah selera. Inovasi ini tidak hanya menarik perhatian wisatawan tetapi juga memberikan pengalaman baru yang tidak bisa mereka temukan di tempat lain. Mengintegrasikan bahan-bahan lokal dalam pembuatan minuman menciptakan pengalaman yang lebih otentik, memungkinkan wisatawan merasakan cita rasa khas daerah yang mereka kunjungi, sehingga membuat pengalaman mereka lebih berkesan. Dengan memahami preferensi dan keinginan wisatawan, bartender dapat menawarkan minuman yang sesuai dengan selera individu, menambah nilai bagi keseluruhan pengalaman.



Gambar 3. Model Pengalaman Konsumen

Model ini menekankan bagaimana kreativitas dan inovasi, ketika diterapkan pada peningkatan kualitas minuman, dapat meningkatkan pengalaman konsumen secara keseluruhan, kemungkinan besar dalam konteks bar atau layanan serupa. Bartender yang memiliki pengetahuan tentang budaya lokal dapat memberikan informasi berharga kepada wisatawan. Penjelasan tentang asal-usul minuman tradisional, festival lokal, dan kebiasaan masyarakat setempat membantu wisatawan memahami dan menghargai konteks budaya. Wisatawan yang mendapatkan informasi ini merasa lebih terlibat dan menghargai pengalaman mereka. Mereka cenderung merasa bahwa kunjungan mereka tidak hanya sekadar menikmati minuman, tetapi juga memahami dan merasakan kehidupan lokal.

Pengalaman positif yang diperoleh dari interaksi dengan bartender dapat meningkatkan loyalitas wisatawan. Mereka cenderung kembali ke tempat yang sama pada kunjungan berikutnya jika merasa dihargai dan terhubung dengan bartender. Pengalaman ini sering diabadikan oleh wisatawan dalam foto-foto yang mereka bagikan di media sosial, meningkatkan daya tarik bar atau kafe. Interaksi yang ramah dan informatif antara bartender dan wisatawan menciptakan suasana yang hangat dan menyenangkan. Bartender di Surabaya memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pengalaman wisatawan. Keterampilan, interaksi sosial, dan pengetahuan budaya yang dimiliki bartender tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkaya pengalaman mereka selama berada di kota. Dengan memperkuat aspek-aspek ini, industri pariwisata di Surabaya dapat terus berkembang dan menarik lebih banyak wisatawan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kreativitas dan inovasi tidak hanya penting untuk menciptakan produk yang menarik, tetapi juga untuk membangun pengalaman konsumen yang berkesan. Dengan memfokuskan kreativitas pada peningkatan kualitas minuman dan menggunakan inovasi untuk menciptakan layanan yang unik, bar dapat memberikan pengalaman pelanggan yang superior. Ini pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan loyalitas, dan memperkuat posisi kompetitif di pasar. Terus mengeksplorasi teknik-teknik baru dalam mixologi, penyajian, dan layanan pelanggan untuk mempertahankan daya tarik. Investasi dalam bahan baku berkualitas tinggi dan presentasi kreatif yang berkesan. Secara teratur mengukur kepuasan konsumen melalui feedback dan menyesuaikan pendekatan berdasarkan masukan mereka. Keterampilan yang handal, interaksi sosial yang baik, serta pemahaman budaya yang mendalam, bartender tidak hanya bertugas menyajikan minuman, tetapi juga memberikan pengalaman yang

lebih berkesan dan bermakna bagi para wisatawan. Strategi pelatihan bagi bartender diharapkan meningkatkan kualitas layanan bar dan kafe. Melalui interaksi yang positif dan pemahaman mendalam, bartender membantu wisatawan merasa lebih terikat dengan budaya Surabaya. Penelitian ini memiliki keterbatasan referensi dan . Peneliti selanjutnya dapat menggunakan data kuantitatif untuk mengkonfirmasi model pengalaman konsumen dengan obyek yang berbeda dan alat analisis yang sesuai.

## REFERENSI

- Agusnwar. (2002). *Operasional Tata Graha*. Gramedia Pustaka Utama.
- Arianty, A. A. A. S. (2020). Pengaruh kualitas produk dan seni barista terhadap minat pembelian minuman Pada Restoran Di Starbuck Reserve Dewata Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(1), 62–70. <https://doi.org/10.22334/jihm.v11i1.178>
- Ayu, D., Sri, D., & Sari, L. K. (2023). Kreativitas Bartender sebagai upaya meningkatkan kunjungan dan pembelian customer Di Intercontinental Bali Resort. *Jotis.Triatmamulya.Ac.Id*, 3(2), 10.
- Azwar, Z., Putra, A. M., & Pertiwi, P. R. (2020). Analisis kualitas pelayanan bartender/bartendres dalam meningkatkan kepuasan wisatawan pada sea fire salt bar di anantara uluwatu resort & spa bali. 4(2), 103–116.
- Muljadi. (2012). *Kepariwisata dan perjalanan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Muljadi A. (2009). *Kepariwisata dan perjalanan*. Rajawali Press.
- Pramita, I. A. P. M., & Parma, i. p. g. (2020). strategi Peningkatan Kualitas Barista dan Bartender di Hotel. *Jurnal manajemen perhotelan dan pariwisata*, 3(2), 69–77. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/29078>
- Sabrina, M. N., & Juhanda, J. (2023). Kualitas pelayanan bartender di the lounge four point hotel by Sheraton Surabaya. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 7. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v1i1.1889>
- Samudra Ginting, D. S. L. (2024). Peranan bartender terhadap kualitas moctail dan kepuasan tamu di The Onyx Lounge Hotel Four Points. 8(7), 60–68.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung). CV Alfabeta.
- Sujaweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*. Pustaka Baru Press.