
ANALISIS TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN TERHADAP MENU *TENDERLOIN STEAK*

Oleh

Muhammad Ghafur¹, Eka Afrida Ermawati², Rudi Tri Handoko³, Aditya Wiralatief Sanjaya⁴, Nurhalimah⁵

^{1,2,3,4,5}Program studi DIV Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi

Email: ¹muhammadalghofur06@gmail.com, ²ekaafrida22@poliwangi.ac.id

Article History:

Received: 17-04-2024

Revised: 17-05-2024

Accepted: 24-05-2024

Keywords:

éL Hotel Banyuwangi, Steak, Uji Organoleptik (Hedonik)

Abstract: *éL Hotel Banyuwangi merupakan salah satu hotel berbintang 4 yang ada di Banyuwangi. Banyak wisatawan lokal maupun mancanegara yang berlibur di Banyuwangi memilih untuk mempercayakan penginapannya di éL Hotel Banyuwangi. Meskipun begitu éL Hotel Banyuwangi tetap berjuang dalam meningkatkan pelayanannya ditengah banyaknya hotel lain yang mulai berkembang, salah satunya dalam pengembangan sebuah makanan. kitchen éL Hotel Banyuwangi perlu mengetahui dengan pasti dan jelas apa yang di butuhkan dan diinginkan oleh seorang konsumen atau tamu hotel dalam memilih makanan, seperti menu steak di Resto Gandrung éL Hotel Banyuwangi. Menu steak sendiri adalah menu unggulan karena memiliki tingkat harga yang paling mahal di Resto Gandrung éL Hotel Banyuwangi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap menu tenderloin steak di Resto Gandrung éL Hotel Banyuwangi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan di uji menggunakan uji Organoleptik (Hedonik) yang memperhatikan aspek aroma, rasa, tekstur, dan warna. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian tentang "Analisis tingkat kesukaan konsumen terhadap menu tenderloin steak di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi"*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan wisata di Banyuwangi mendorong tumbuhnya berbagai akomodasi penunjang yang dibutuhkan (Ermawati dkk, 2023). éL Hotel Banyuwangi merupakan salah satu hotel berbintang empat di Banyuwangi yang kemudian muncul sebagai akomodasi pendukung, sejalan dengan perkembangannya, El Hotel banyuwangi banyak dipilih sebagai akomodasi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara yang berlibur di Banyuwangi. Meskipun sudah mendapat kepercayaan yang begitu besar dari *customer* loyalnya, éL Hotel Banyuwangi tetap selalu berusaha meningkatkan pelayanan yang

diberikan serta memprtahankan kualitas yang dimiliki ditengah banyaknya hotel lain yang mulai berkembang. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan pada bagian *Food and Beverage*. Menurut Arief (2005) *food & beverage* adalah bagian yang bertugas untuk mengolah, memproduksi dan menyajikan makanan dan minuman untuk keperluan hotel, baik dalam kamar, restaurant, makanan karyawan dan sebagainya. *Food & beverage* itu sendiri dibagi menjadi 2 bagian, yakni bagian *product* dan bagian *service*. Bagian *product* bertugas dalam mengolah dan memproduksi makanan yang akan disajikan untuk tamu, sedangkan bagian *service* bertugas untuk menyajikan maupun mengantar makanan tersebut kepada tamu.

Setiap *food and baverage product* biasanya memiliki produk unggulan yang ditawarkan kepada konsumen loyalnya. Salah satu produk unggulan yang banyak diminati oleh pelanggan éL Hotel adalah menu steak. Jenis *steak* yang ada di restoran éL Hotel Banyuwangi yaitu Sirloin dan Tenderloin.

Dalam pengembangan sebuah makanan, *kitchen* éL Hotel Banyuwangi perlu mengetahui dengan pasti dan jelas apa yang di butuhkan dan diinginkan oleh seorang konsumen atau tamu hotel dalam memilih makanan contohnya, penting untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap sebuah makanan, seperti menu *tenderloin steak* sebagai menu ala carte di éL Hotel Banyuwangi.

Menurut Supriyatin (2020) *Tenderloin* merupakan jenis daging *steak* yang paling dicari dan memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan daging *steak* lainnya. Hal ini dikarenakan tekstur dari *tenderloin* yang sangat lembut dan lapisan lemaknya sedikit. Menu tenderloin steak di éL Hotel Banyuwangi sendiri adalah salah satu menu favorit yang biasa di pesan oleh konsumen atau tamu hotel yang menginap ataupun sekedar datang untuk menikmati beberapa menu favorit di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi.

Kelebihan dari menu *tenderloin steak* di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi adalah kualitas daging yang diolah dengan sempurna. Potongan daging yang tebal dan lembut menjadikan *tenderloin steak* menjadi menu favorit bagi para konsumen atau tamu hotel. Menurut Setyaningsih (2010) Uji kesukaan juga disebut uji hedonik. Panelis dimintakan tanggapan pribadinya tentang kesukaan atau sebaliknya (ketidaksukaan). Disamping panelis mengemukakan tanggapan senang, suka atau kebalikannya, mereka juga mengemukakan tingkat kesukaannya. Tingkat-tingkat kesukaan ini disebut skala hedonik. Skala hedonik dapat direntangkan atau dicituk menurut rentangan skala yang dikehendaki.

Skala hedonik dapat juga diubah menjadi skala numerik dengan angka mutu menurut tingkat kesukaan. Dengan data numerik ini dapat dilakukan analisis secara statistik. Penggunaan skala hedonik pada prakteknya dapat digunakan untuk mengetahui perbedaan. Uji hedonik banyak digunakan untuk menilai produk akhir. Penilaian dalam uji hedonik ini bersifat spontan. Ini berarti panelis diminta untuk menilai suatu produk secara langsung saat itu juga pada saat mencoba. Soekarto (1985).

Di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi tingkat kesukaan konsumen terhadap menu tenderloin steak sendiri belum di ketahui, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian tentang "Analisis tingkat kesukaan konsumen terhadap menu *tenderloin steak* di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi".

Bagaimana tingkat kesukaan konsumen terhadap menu tenderloin steak di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi?

LANDASAN TEORI

Hotel

Menurut Horner dan Swarbrook (2016), hotel adalah sebuah tempat akomodasi yang menyediakan pelayanan penginapan, makanan, minuman, dan fasilitas lainnya kepada tamu yang datang dari luar daerah atau negara dengan imbalan pembayaran. Hotel terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar. Hotel berusaha untuk memberikan pengalaman penginapan yang unik, memenuhi kebutuhan tamu, dan menciptakan lingkungan yang nyaman dan memuaskan. Hotel berfokus pada pengelolaan pengalaman tamu yang positif. Hotel juga berusaha untuk memberikan layanan yang ramah, responsif, dan memenuhi kebutuhan tamu. Hal ini mencakup pelayanan yang baik dari staff hotel, kenyamanan kamar, kebersihan, dan respons terhadap permintaan tamu.

Oleh karena itu, pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan bagian penting bagi industri perhotelan dan pariwisata. Hotel tidak hanya menyediakan tempat penginapan bagi tamu yang datang dari luar daerah atau negara, tetapi juga menciptakan pengalaman penginapan yang nyaman, memenuhi kebutuhan makanan dan minuman, serta juga menyediakan fasilitas yang lengkap, tamu dapat memilih akomodasi yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan tamu.

Meskipun kegiatan yang berada didalam setiap hotel sama, beberapa hotel memiliki keunikan rancangan yang berbeda-beda baik dari sisi kelengkapan ruang, kelengkapan layanan, penampilan bangunan, maupun suasana dalam bangunan yang dirancang. Hal ini dipengaruhi oleh kegiatan khusus atau lebih spesifik dari para tamu hotel. Proses perencanaan sebuah hotel perlu diperhatikan berbagai komponen yang terkait, yang berbeda-beda sesuai dengan jenis hotel yang direncanakan. Hotel dapat dibagi dan dikelompokkan menjadi beberapa jenis berdasarkan bintang diantaranya:

Restoran

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumen baik berupa makanan ataupun minuman Khusnul (2018). Pengertian restoran atau rumah makan menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KN.73/PVVI05/MPPT-85 tentang Peraturan usaha Rumah Makan, dalam peraturan ini yang dimaksud dengan pengusaha Jasa Pangan adalah : "Suatu usaha yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial". Sedangkan menurut peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan maka yang dimaksud rumah makan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya.

Jenis Jenis Restoran

Menurut Soekresno (2017) terdapat tig jenis restoran yaitu restoran formal, informal dan specialties restoran. Restoran formal adalah restoran yang dikelola secara komersial dan profesional dengan pelayanan yang eksklusif. Ciri-ciri restoran formal adalah:

1. Penerimaan pelanggan dengan *system* pemesanan tempat terlebih dahulu.
2. Para pelanggan terikat dengan menggunakan pakaian formal
3. Sistem penyajian yang dipakai adalah *Russian Service / French Service*

atau modifikasi kedua *table service* tersebut.

4. Menu pilihan yang disediakan adalah menu klasik atau menu Eropa yang populer.
5. Selain ruang jamuan makan, disediakan juga ruang *cocktail* sebagai tempat untuk minuman beralkohol sebelum menyantap makanan.
6. Dibuka pelayanan untuk makan malam (*dinner*) atau makan siang (*lunch*).
7. Menyediakan berbagai menu minuman bar secara lengkap, khususnya *wine* dan *champagne* dari berbagai negara.
8. Menyediakan hiburan *live music* dan tempat untuk melantai dengan suasana yang eksklusif dan romantis.
9. Harga makanan dan minuman relatif tinggi.
10. Penataan meja dan kursi memiliki area *service* yang lebih luas untuk dapat dilewati oleh *gueridon service*.
11. Karyawan relatif banyak dengan standar kebutuhan satu pramusaji untuk melayani 4-8 pelanggan.

Sedangkan pengertian restoran informal adalah restoran yang dikelola secara komersial dan profesional dengan lebih mengutamakan kecepatan pelayanan, kepraktisan dan frekuensi. Ciri-ciri restoran informal adalah sebagai berikut:

1. Harga makanan dan minuman relatif murah.
2. Penerimaan pelanggan tanpa *system* pemesanan tempat.
3. Para pelanggan yang datang tidak terikat untuk menggunakan pakaian formal.
4. Tidak menyediakan hiburan *live music*.
5. Penataan meja dan bangku cukup rapat antara satu dengan yang lainnya.
6. Sistem penyajian makanan dan minuman yang dipakai adalah *American Service*
7. Daftar menu oleh pramusaji tidak dipresentasikan tetapi di *display* di *counter* / langsung disetiap meja makan untuk mempercepat proses pelayanan.
8. Menu yang disediakan cukup terbatas pada menu yang relatif cepat saji
9. Jumlah tenaga servis relatif sedikit dengan standar kebutuhan, satu pramusaji untuk 12-16 pelanggan.

Sedangkan pengertian *specialities* restoran menurut Soekresno(2017) adalah restoran yang dikelola secara komersial dan profesional dengan menyediakan makanan khas dan diikuti dengan sistem penyajian yang khas dari suatu negara tertentu.

Departement Food and Beverage Product

Menurut Komar (2014) *Food and Beverage Departement* adalah salah satu departemen dalam hotel yang bertugas dan bertanggung jawab dalam hal penyediaan (*production*), pelayanan (*service*) makanan dan minuman untuk tamu – tamu yang menginap di hotel, juga tamu – tamu dari luar hotel yang menginginkan makanan dan minuman dari hotel, seperti pesta pernikahan (*wedding party*), rapat – rapat dinas (*convension*), dan pesanan makanan keluar (*outside cutering*). Kitchen merupakan salah satu bagian hotel yang tugas utamanya yaitu menghadirkan makanan atau memproduksi. Dalam mengolah makanan terdapat seorang kitchen karyawan yang memasak sesuai dengan standart resep, standart pelayanan penggunaan alat dapur, dan hal ini yang berkaitan

tentang makanan karena dengan produksi makanan yang baik maka tamu akan tetap berlangganan pada hotel tersebut.

Dengan demikian, *Food and Beverage Product* sangat berperan penting terhadap hotel karena menyangkut mutu pelayanan mutu makanan dan minuman yang ,peralatan yang di pakai dan sanitasinya.

Kitchen

Secara umum, *kitchen* dapat diartikan sebagai suatu tempat yang khusus digunakan sebagai tempat mengolah bahan baku makanan menjadi makanan yang siap disajikan dengan penampilan yang menarik. Menurut Minantyo (2011) dapur merupakan suatu tempat untuk menyimpan, menyiapkan bahan makanan sehingga dapat diolah sebagaimana makanan tersebut dapat disajikan sesuai dengan standart yang dapat dikonsumsi. Di sebuah hotel, *kitchen* merupakan tempat khusus untuk menyiapkan makanan dan minuman yang khususnya disajikan atau dijual kepada tamu hotel serta untuk mengolah makanan pada beberapa *event*. Untuk dapat menimbulkan kepercayaan tamu hotel terhadap kebersihan dan kualitas makanan (produk hotel) yang diolah ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi rasa percaya konsumen akan mutu dan pelayanan di *kitchen*. Karena baik dan buruknya suatu hotel ditentukan dari mutu dan kualitas makanan yang disajikan.

Ada beberapa *departement* untuk menunjang operasional yang ada di éL Hotel Banyuwangi, salah satunya yakni *Departement Food & Beverage*. *Departement* ini bertanggung jawab dalam menyediakan penjualan makanan dan minuman yang terdapat di hotel. Dalam operasional kerja *food and beverage product* terdiri 2 bagian yakni *food and beverage product (kitchen/dapur)*, dan *food and beverage service (room service dan restoran)*. *Food and beverage product* ini bertanggung jawab atas pengelohan bahan mentah menjadi makanan yang siap saji untuk mengundang selera tamu untuk membeli produk tersebut (*A la Carte*). *Food and beverage product* adalah suatu bagian yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap penyediaan (*production*) makanan dan minuman untuk para tamu. Pengertian *product* yang dihasilkan organisasi *food and beverage* adalah totalitas dari makanan dan minuman dan seperangkat atribut lainnya, termasuk di dalamnya adalah rasa, warna, aroma makanan, harga, dll. Yusnita (2013).

Main course

Main Corse adalah makanan hidangan utama atau makanan pokok yang disajikan dengan jumlah porsi yang besar yang biasanya disajikan dengan slidedish dan dressing. Main course biasanya berbahan utama seperti daging ayam, daging sapi, atau bisa juga dengan sejenis pasta. Main course sendiri biasanya disajikan setelah hidangan appetizer. Berat sajian main course sendiri adalah 175 – 200 gram dalam satu porsi penyajian. Main course sendiri terdiri dari karbohidrat, protein dan dengan pendamping sayuran yang diberi dressing saus yang sesuai dengan hidangan tersebut. Komariah (2006).

Steak

Steak merupakan salah satu kuliner *Western* yang telah diketahui oleh Sebagian orang di seluruh dunia, karena menyediakan sajian daging steak yang memang identik dengan kuliner barat. Steak menjadi salah satu jenis makanan yang bahan utamanya ialah daging, daging yang digunakan dalam pembuatan *steak* pada umumnya adalah daging sapi merah segar. Namun tak menutup kemungkinan jika *steak* sesekali dibuat dari bahan daging lainnya seperti ayam ataupun ikan. Kuliner steak sudah populer di Indonesia sejak dibawa oleh

belanda semasa penjajahan. Namun, di Indonesia sajian *steak* dimodifikasi rempah atau bumbu-bumbunya menjadi khas Nusantara dengan cita rasa kegit dan manis.

Steak daging dalam bahasa Indonesia adalah potongan daging berbentuk pipih, dipanggang dan disajikan dipiring panas (*hot plate*) Bersama kentang dan sayuran. Makanan ini sudah dikenal sejak lama dengan bumbu minimalis dan menggunakan api arang. Rizky (2009). Menurut Disti (2007) steak yang bermutu baik dapat dilihat dari atribut diantaranya yaitu aroma, rasa, tekstur, penyajian, dan harga.

Tenderloin Steak

Menurut Rangkuti (2019) tenderloin merupakan daging sapi yang berada di bagian pinggang sapi yang pendek, tepatnya bagian punggung yang memanjang di sepanjang tulang belakang. Otot pada bagian tenderloin tidak banyak digunakan untuk bergerak. Maka tidak heran, jika di bagian ini ada banyak lemak yang membuatnya empuk dan juicy. Lapisan lemak tebal yang rapuh pada tenderloin disebut dengan lemak ginjal atau suet. Meski memiliki harga yang lebih mahal dibanding sirloin, namun jumlah protein pada tenderloin justru hanya berada pada kisaran 18 gram tiap 100 gramnya, sementara sirloin dapat mencapai 29 gram.

Tenderloin steak sendiri merupakan salah satu menu di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi, *steak tenderloin* yang ada di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi memiliki cita rasa yang khas dengan rempah-rempah saat disajikan ke konsumen dan memiliki tekstur daging yang lembut dan *juicy*

Tingkat Kesukaan

Menurut Kotler dan Keller (2007) Tingkat kesukaan adalah suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia. Dengan memahami tingkat kesukaan konsumen, perusahaan dapat merancang strategi yang tepat untuk merespon ekspektasi konsumen dan menjadikan strategi differensiasi sebuah perusahaan tersebut dengan pesaingnya.

Menurut Kotler dan Keller (2007) ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi:

1. Diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki atribut yang berbeda mengenai suatu produk yang relevan.
2. Tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbedabeda dalam menilai atribut apa saja yang paling penting. Konsumen dengan daya belinya yang besar, akan mementingkan atribut harga yang paling utama.
3. Konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada
4. setiap atribut.
5. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
6. Konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

Konsumen

Menurut Dewi (2013) konsumen adalah semua pihak yang menggunakan barang/jasa yang ada di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, orang lain, dan makhluk hidup

lainnya dan tidak untuk dijual kembali.

Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 2 tentang Perlindungan Konsumen, pengertian konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik bagi kebutuhan diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Dengan kata lain, sebagian besar konsumen adalah pengguna akhir dari suatu barang/ jasa. Bila pembelian barang bertujuan untuk dijual kembali, maka pembeli tersebut adalah konsumen antara yang dikenal dengan **distributor** atau pengecer. Kata "konsumen" berasal dari bahasa Inggris, yaitu "*consumer*" yang artinya adalah setiap orang yang menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk (barang/ jasa).

Uji Organoleptik

Pengujian organoleptik adalah pengujian yang didasarkan pada proses penginderaan. Penginderaan diartikan sebagai suatu proses fisio-psikologis, yaitu kesadaran atau pengenalan alat indra akan sifat-sifat benda, karena adanya rangsangan yang diterima alat indra yang berasal dari benda tersebut. Penginderaan dapat juga berarti reaksi mental (*sensation*) jika alat indra mendapat rangsangan (*stimulus*). Uji organoleptik, yang tersebut terkait atas warna, aroma, tekstur dan penampilan secara umum (Arief, 2016). Uji organoleptik adalah suatu pengujian sifat-sifat bahan pangan yang dilakukan dengan menggunakan alat indera pengecap, pembau, penglihatan dan peraba. Uji ini digunakan untuk mengetahui perbedaan antara produk-produk yang diuji dan mengetahui daya suka konsumen (Soeparno, 2005). Uji organoleptik terhadap suatu bahan pangan merupakan indikator yang dapat menunjukkan tingkat penerimaan konsumen terhadap produk tersebut (Sumual, 2014).

Warna

Warna merupakan salah satu komponen penting dalam penampakan daging segar dan sangat berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen dibandingkan dengan karakteristik-karakteristik visual lain pada daging segar. Konsumen cenderung menghubungkan warna merah terhadap kesegaran daging kerbau. Menurut Lawrie (1995) warna daging juga ditentukan oleh karakteristik kandungan pigmen mioglobin di dalamnya, mikroorganisme, udara juga mempengaruhi warna daging. Daging dapat berwarna hijau karena terbentuk sulfoglobulin dari aktifitas bakteri gram negatif, misalnya *Aeromonas* dan *Lactobacilli*. Penentu warna daging adalah pigmen yang terdiri dari dua macam hemoglobin dan myoglobin.

Aroma

Menurut Soekarto (1985) aroma disebut juga pencicipan jarak jauh karena manusia dapat mengenal enaknya makanan yang belum terlihatnya dengan mencium aromanya dari jarak jauh, manusia dapat mencium bau yang keluar dari makanan karena adanya sel sel epitel akfatori dibagian dinding atas rongga hidung yang peka terhadap komponen bau. Penelitian daging yang baik dapat dinilai dari aromanya. Daging yang segar mempunyai bau yang khas. Jika daging yang sudah rusak akan tercium bau tidak sedap, bau ini disebabkan oleh aktifitas mikroorganisme, reaksi kimia atau kombinasi keduanya (Komariah, 2005). Ditambahkan oleh Buckle et al., (1985) terbentuknya aroma asam atau apek pada produk pangan antara lain disebabkan oleh lemak dan karbohidrat.

Tekstur

Sifat fisik daging seperti tekstur sulit diukur secara objektif, namun sifat ini menentukan dalam menentukan kualitas daging. Perbedaan tekstur dipengaruhi oleh faktor antemortem seperti, genetik, spesies, umur, jenis kelamin dan tingkat stress. Faktor postmortem meliputi metode chilling refrigerasi, pelayuan dan pembekuan. Hal ini menyebabkan daging menjadi lebih kaku dan kenyal. Tekstur daging ditentukan oleh serabut otot atau yang lebih dikenal vasiculy (Soeparno, 2009).

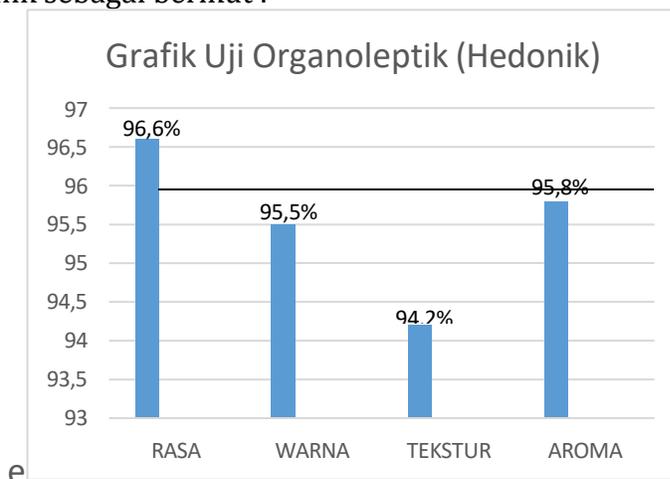
Rasa

Faktor yang mempengaruhi rasa yaitu senyawa kimia, suhu, konsentrasi dan interaksi dengan komponen rasa yang lain. Rasa makanan dapat dikenali dan dibedakan oleh kuncup kuncup cecapan yang terletak pada papilla yaitu noda merah jingga pada lidah (Winarno, 2004). Ditambahkan lagi oleh Fallows (1992), rasa terdiri dari asin, pahit, manis dan asam

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kesukaan Konsumen

Untuk menguji tingkat kesukaan konsumen terhadap menu tenderloin steak di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi digunakan metode uji organoleptik (hedonik). peneliti menggunakan 30 panelis konsumen yaitu para konsumen yang sudah memakan menu tenderloin steak di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi. Panelis konsumen menilai 4 aspek dari tekstur, aroma, warna dan rasa terhadap menu tenderloin steak. Tujuan dari dilakukan uji kesukaan adalah untuk mengetahui tingkat kesukaan terhadap inovasi menu tenderloin steak di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi. Adapun data yang dihasilkan dari uji organoleptik hedonik sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram hasil Uji Organoleptik Hedonik 30 Panelis konsumen, (Peneliti 2024)

Dapat dilihat pada gambar diagram di atas terdapat 4 indikator penilaian terhadap menu *tenderloin steak* yaitu pada aspek tekstr, aroma, warna dan rasa. Berikut adalah penialain dari 4 indikator tersebut:

1. Rasa

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{116}{4 \times 30} \times 100\% = 96\%$$

- 2. Warna

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{114}{4 \times 30} \times 100\% = 95\%$$
- 3. Tekstur

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{113}{4 \times 30} \times 100\% = 94\%$$
- 4. Aroma

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{115}{4 \times 30} \times 100\% = 95\%$$

Berikut merupakan uji kesukaan atau uji organoleptik hedonik apabila dihitung dari keseluruhan panelis semi terlatih :

Tabel 4.6 Hasil Uji Organoleptik Hedonik keseluruhan

No	Jumlah	Jenis Kelamin	Total Nilai
1.	21	Perempuan	334
2.	9	Laki-Laki	146
Total			480

Sumber : Peneliti, 2024

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{96+95+94+95}{4 \times 30} \times 100\% = 95,4\%$$

Dari perhitungan yang dilakukan untuk menilai 4 aspek rasa dengan nilai 96,6% kemudian warna dengan nilai 95,5% lalu tekstur dengan nilai 94,2% serta aroma 95,8% dapat ditarik kesimpulan bahwasanya menu tenderloin steak di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi termasuk ke dalam kriteria sangat disukai oleh konsumen. Dan pada penilaian secara menyeluruh dengan mendapatkan hasil 95,4% juga termasuk kedalam kriteria sangat disukai oleh konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Tingkat kesukaan konsumen terhadap menu tenderloin steak di resto gandrung éL Hotel Banyuwangi diperoleh dari uji organoleptik hedonik yang diujikan kepada 30 panelis konsumen dengan indikator rasa berjumlah 96,6%, warna berjumlah 95,5%, tekstur dengan jumlah 94,1%, aroma berjumlah 95,8% dan ditemukan hasil presentase keseluruhan sebanyak 95,4% yang masuk didalam kriteria sangat disukai oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arief, I.I., Hajrawati., W, Fadliah. 2016. Kualitas Fisik, Mikrobiologis, dan Organoleptik Daging Ayam Broiler pada Pasar Tradisional di Bogor. *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan* . (4) 3 : 386-389
- [2] Disti, (2007). *Persepsi Konsumen Tentang Mutu Pelayan dan Produk Steak Dalam*

- Pengambilan Keputusan Mengkonsumsi (Kasus di Restoran Obonk Steak & Ribs Bogor)*. Skripsi. Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan IPB. Bogor.
- [3] éL Hotel Royale Banyuwangi. 2023. *Facilities and Our Room*. [Internet]. [diakses 2023 Desember 05]. Tersedia di <https://banyuwangi.el-hotel.com/>.
- [4] Ermawati, E.A., Hanggraito, A.A., Cahyaningtyas, I., Yustita, A.D. (2023) Model Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Desa Kluncing Banyuwangi. *JMPP*. 6(1), 149-157
- [5] Evi Fitriyani, Lukas Wibowo Sasongko, Vivin Primadini. (2022). *Tingkat Kesukaan Konsumen Pada Serbuk Minuman Instan Rumput Laut (Eucheuma Cottoni)*. Program Studi Teknologi Pengolahan Hasil Perikanan. Jurusan Ilmu Kelautan dan Perikanan, Politeknik Negeri Pontianak, Indonesia: 50-55.
- [6] Fausta, M. F., Anderson, P., & Risqiani, R. (2023). *Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction, Terhadap Repurchase Intention pada Restoran Cepat Saji*. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 20(01), 1-9.
- [7] Horner, Swarbrook, (2016). *Consumer Behavior In Tourism and hospitaly*. *University of Plymouth*
- [8] Kartika , B.P. Hastuti dan W. Supartono. (2000). *Pedoman Uji Inderawi Bahan Pangan*.
- [9] Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- [10] Khusnul. (2018). *Pengelolaan Hotel & Restoran*. Universitas Bina Sarana Informatika. Jakarta
- [11] Komar, (2014). *Optimalisasi Waiter Dalam Menangani Event Meeting Pada Banquet Section di Harris Hotel And Convention Malang*. Malang.
- [12] Komariah, S. Rahayu, dan Sarjito. 2009. Sifat fisik daging sapi, kerbau dan domba pada lama postmortem yang berbeda. *Buletin Peternakan*. 33:3.
- [13] Mubarak, E. S., & Bandawaty, E. (2023). *Determinants of customer satisfaction and loyalty Waroeng Steak Restaurant in DKI Jakarta*. *Cogent Business & Management*,
- [14] Minantyo, (2011). *Peran Chef De Partie Dalam Penerapan Hygiene dan Sanitasi Dapur*. *Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional*. Jakarta
- [15] Rahayu, W.P. 1998. *Penuntun Praktikum Penelitian Organoleptik*. Jurusan Teknologi Pangan dan Gizi Fakultas Teknologi Pertanian. Bogor.
- [16] Sumual, M. A., R. Hadju., M.D. Rontinsulu, dan S. E. Sakul. 2014. Sifat organoleptik daging broiler dengan lama perendaman berbeda dalam perasan lemon cui (Citrus microcarpa). *Jurnal Zootek*. 34 (2):139-147.
- [17] Soekresno, (2017). *Management Food and Bavarage, Service Hotel*. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- [18] Soeparno, 2009. *Ilmu dan Teknologi Daging*. Penerbit Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- [19] Supriyatin (2021). *Kajian Kualitas Kimia Daging Sapi Tenderloin dan Sirloin di RPH Tradisional di Kabubapten Cirebon* . *Jurnal Penelitian Akademi Analis Kesehatan An Nasher Cirebon*.
- [20] Stone, Joel. (2004). *Sensory Evaluation Pratices*. *Edisi ketiga*. Elsevier Academic Press. California.
- [21] Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Winarno, F. G. 2008. Ilmu Pangan dan Gizi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- [22] Yuliana, Siahaan. 2016. *Analisis Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Nugget Belut (Monopterus Albus) Dengan Penambahan Tapioka Dan Pati Sagu*. Program Studi Teknologi Hasil Pertanian. Jurusan Teknologi Pertanian Fakultas Pertanian, Universitas Riau, Pekanbaru: 38-46

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN