

# ANALISIS NARATIF PENGALAMAN PELANGGAN DALAM MENCAPAI KEPUASAN PADA KULINER NASI CAMPUR BALI DI DENPASAR

**M. Hafidh Nashiruddin Al-Bakry\*, Suswanto**

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

Email: [mhafidh@stipram.ac.id](mailto:mhafidh@stipram.ac.id)\*

## ***Abstract***

*This research explores customer experiences in achieving satisfaction with Balinese mixed rice culinary delights in Denpasar using a narrative analysis approach. Through in-depth interviews with 20 customers from 5 selected Balinese mixed rice stalls, this research revealed five main themes that shape customer experience and satisfaction: authenticity and authenticity of taste, atmosphere and atmosphere of the stall, social and cultural interactions, value and price, and nostalgia and memories personal. The research results show that the experience of enjoying Balinese mixed rice is a multidimensional phenomenon involving sensory, emotional, cultural and temporal aspects. These findings emphasize the important role of traditional culinary delights as a medium for preserving cultural heritage and provide practical implications for culinary entrepreneurs in improving customer experience. This research contributes to a deeper understanding of the dynamics of customer satisfaction in a traditional culinary context.*

**Keywords:** *Balinese Mixed Rice; Customer Experience; Customer Satisfaction; Narrative Analysis; Traditional Culinary*

## **Abstrak**

Penelitian ini mengeksplorasi pengalaman pelanggan dalam mencapai kepuasan pada kuliner nasi campur Bali di Denpasar menggunakan pendekatan analisis naratif. Melalui wawancara mendalam dengan 20 pelanggan dari 5 warung nasi campur Bali terpilih, penelitian ini mengungkapkan lima tema utama yang membentuk pengalaman dan kepuasan pelanggan: autentisitas dan keaslian rasa, suasana dan atmosfer warung, interaksi sosial dan budaya, nilai dan harga, serta nostalgia dan kenangan personal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman menikmati nasi campur Bali merupakan fenomena multidimensi yang melibatkan aspek sensorik, emosional, kultural, dan temporal. Temuan ini menegaskan peran penting kuliner tradisional sebagai medium pelestarian warisan budaya dan memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika kepuasan pelanggan dalam konteks kuliner tradisional.

**Kata Kunci:** Nasi Campur Bali; Pengalaman Pelanggan; Kepuasan Pelanggan; Analisis Naratif; Kuliner Tradisional

## **PENDAHULUAN**

Kuliner merupakan salah satu aspek penting dalam industri pariwisata yang dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Bali, sebagai destinasi wisata internasional, tidak hanya terkenal dengan keindahan alamnya, tetapi juga dengan kekayaan kulinernya. Salah satu hidangan khas Bali yang populer adalah nasi campur Bali. Hidangan ini merupakan perpaduan nasi putih dengan berbagai lauk pauk tradisional Bali yang menawarkan pengalaman rasa yang unik dan autentik (Suardani et al., 2016).

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, industri kuliner menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Persaingan yang ketat, perubahan preferensi konsumen, dan tuntutan akan kualitas layanan yang tinggi menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan bisnis kuliner. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang pengalaman pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mereka menjadi sangat penting bagi pelaku usaha kuliner, termasuk warung nasi campur Bali (Prasetyo & Arifin, 2018).

Pengalaman pelanggan telah menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran dan manajemen bisnis modern. Konsep ini melibatkan seluruh aspek interaksi antara pelanggan dengan produk atau layanan, mulai dari tahap pencarian informasi hingga pasca pembelian. Dalam konteks kuliner, pengalaman pelanggan tidak hanya terbatas pada cita rasa makanan, tetapi juga mencakup suasana tempat makan, kualitas layanan, kebersihan, dan

berbagai aspek lainnya yang membentuk persepsi keseluruhan pelanggan (Lemon & Verhoef, 2016).

Kepuasan pelanggan, sebagai hasil dari pengalaman positif, memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas dan perilaku pembelian ulang. Pelanggan yang puas cenderung menjadi loyal dan berpotensi menjadi brand ambassador yang efektif melalui word-of-mouth positif. Hal ini sangat relevan dalam industri kuliner, di mana rekomendasi dan ulasan pelanggan memiliki pengaruh besar terhadap keputusan calon konsumen lainnya (Oliver, 2014).

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas tentang kepuasan pelanggan dalam industri kuliner, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman mendalam tentang pengalaman pelanggan pada kuliner tradisional, khususnya nasi campur Bali. Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada aspek kuantitatif dan menggunakan pendekatan yang lebih umum dalam menganalisis kepuasan pelanggan (Suastuti et al., 2019). Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan yang lebih holistik dan mendalam untuk memahami kompleksitas pengalaman pelanggan dalam konteks kuliner tradisional Bali.

Analisis naratif menawarkan pendekatan yang unik dan mendalam dalam memahami pengalaman manusia. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna dan interpretasi yang lebih kaya dari pengalaman individu melalui cerita-cerita yang mereka bagikan. Dalam konteks

penelitian kuliner, analisis naratif dapat mengungkapkan nuansa-nuansa halus dari pengalaman pelanggan yang mungkin tidak terungkap melalui metode penelitian konvensional (Riessman, 2008).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengalaman pelanggan dalam mencapai kepuasan pada kuliner nasi campur Bali di Denpasar menggunakan pendekatan analisis naratif. Dengan memahami narasi-narasi personal pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor yang membentuk pengalaman kuliner yang memuaskan, serta mengungkapkan aspek-aspek unik dari kuliner tradisional Bali yang mungkin belum tergalikan dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Denpasar, sebagai ibu kota provinsi Bali, dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan pusat ekonomi dan budaya yang mencerminkan dinamika perkembangan kuliner Bali. Kota ini menawarkan beragam pilihan warung nasi campur Bali, mulai dari yang tradisional hingga yang telah mengalami modernisasi, sehingga memberikan spektrum pengalaman pelanggan yang luas untuk dianalisis (Suardani et al., 2016).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini akan memperkaya literatur tentang pengalaman pelanggan dan kepuasan dalam konteks kuliner tradisional, serta mendemonstrasikan aplikasi analisis naratif dalam penelitian industri kuliner.

Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha kuliner nasi campur Bali dalam meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan mereka.

Lebih lanjut, penelitian ini juga relevan dalam konteks pengembangan pariwisata berkelanjutan di Bali. Dengan memahami nilai-nilai yang dihargai oleh pelanggan dalam pengalaman kuliner tradisional, dapat dikembangkan strategi-strategi untuk melestarikan dan mengembangkan kuliner lokal sebagai bagian integral dari daya tarik wisata Bali (Putra et al., 2020).

Dalam bagian-bagian selanjutnya, akan diuraikan tinjauan literatur yang relevan, metodologi penelitian yang digunakan, hasil analisis naratif, diskusi temuan, serta implikasi dan rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini. Melalui eksplorasi mendalam terhadap pengalaman pelanggan nasi campur Bali, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika kepuasan pelanggan dalam konteks kuliner tradisional, serta memberikan landasan untuk pengembangan strategi bisnis dan pelestarian warisan kuliner Bali di masa depan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengalaman Pelanggan dalam Industri Kuliner**

Konsep pengalaman pelanggan telah menjadi fokus utama dalam penelitian pemasaran dan manajemen layanan selama beberapa dekade terakhir. Pine dan Gilmore (1998) memperkenalkan konsep “ekonomi

pengalaman”, yang menekankan pentingnya menciptakan pengalaman yang mengesankan bagi pelanggan sebagai sumber keunggulan kompetitif. Dalam konteks industri kuliner, pengalaman pelanggan melibatkan berbagai aspek yang kompleks, mulai dari kualitas makanan hingga suasana restoran dan interaksi dengan staf.

Penelitian yang dilakukan oleh Walls et al. (2011) mengidentifikasi empat dimensi utama pengalaman pelanggan dalam industri perhotelan dan pariwisata, yang juga relevan untuk industri kuliner: lingkungan fisik, interaksi manusia, karakteristik individu pelanggan, dan situasi. Studi ini menekankan pentingnya memahami interaksi antara faktor-faktor tersebut dalam membentuk pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dalam konteks kuliner tradisional, Adongo et al. (2015) meneliti pengalaman wisatawan terhadap makanan lokal di Ghana. Mereka menemukan bahwa autentisitas, nilai budaya, dan keunikan rasa menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman positif wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam kuliner tradisional, aspek budaya dan keaslian memainkan peran signifikan dalam pengalaman pelanggan.

### **Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas**

Kepuasan pelanggan telah lama diakui sebagai faktor kunci dalam keberhasilan bisnis. Oliver (1980) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pasca-pembelian yang membandingkan ekspektasi dengan kinerja aktual produk atau layanan.

Dalam industri kuliner, kepuasan pelanggan sering dikaitkan dengan kualitas makanan, layanan, dan lingkungan fisik restoran.

Penelitian yang dilakukan oleh Ryu et al. (2012) pada restoran cepat saji kelas menengah ke atas menunjukkan bahwa kualitas makanan, lingkungan fisik, dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, mereka menemukan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Namun, dalam konteks kuliner tradisional, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan mungkin berbeda. Studi yang dilakukan oleh Peštek dan Činjarević (2014) tentang pengalaman kuliner wisatawan di Bosnia dan Herzegovina menunjukkan bahwa selain kualitas makanan, faktor-faktor seperti keaslian resep, presentasi makanan yang unik, dan kesempatan untuk belajar tentang budaya lokal melalui makanan juga berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

### **Analisis Naratif dalam Penelitian Kuliner**

Meskipun pendekatan kuantitatif telah mendominasi penelitian tentang pengalaman dan kepuasan pelanggan, terdapat peningkatan minat dalam menggunakan metode kualitatif, termasuk analisis naratif, untuk memahami fenomena ini secara lebih mendalam. Analisis naratif, sebagaimana dijelaskan oleh Riessman (2008), memungkinkan peneliti untuk menggali makna dan interpretasi yang lebih kaya dari pengalaman individu

melalui cerita-cerita yang mereka bagikan.

Dalam konteks kuliner, Mkono (2012) menggunakan analisis naratif untuk mengeksplorasi pengalaman wisatawan kuliner di Zimbabwe. Penelitian ini mengungkapkan bagaimana wisatawan memaknai pengalaman mereka melalui narasi yang mereka konstruksi, yang mencakup aspek-aspek seperti penemuan budaya, tantangan personal, dan transformasi diri.

Sementara itu, Goolaup dan Mossberg (2017) mengaplikasikan pendekatan naratif untuk memahami pengalaman wisatawan dalam konteks makan malam yang luar biasa. Mereka menemukan bahwa narasi wisatawan sering kali melampaui aspek makanan itu sendiri, mencakup elemen-elemen seperti setting, karakter (misalnya, koki atau pelayan), dan plot (urutan kejadian selama makan malam). Temuan ini menunjukkan potensi analisis naratif dalam mengungkap kompleksitas pengalaman kuliner yang mungkin tidak terungkap melalui metode penelitian konvensional.

### **Kuliner Tradisional Bali dan Nasi Campur**

Kuliner tradisional Bali, termasuk nasi campur Bali, telah menjadi subjek beberapa penelitian sebelumnya. Suardani et al. (2016) melakukan analisis kepuasan wisatawan terhadap kualitas makanan tradisional Bali di Kabupaten Badung. Mereka menemukan bahwa faktor-faktor seperti rasa, presentasi, dan keaslian bahan-bahan yang digunakan

memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Putra et al. (2020) mengeksplorasi potensi pengembangan kuliner lokal sebagai daya tarik wisata gastronomi di Bali. Penelitian mereka menekankan pentingnya melestarikan keaslian resep dan teknik memasak tradisional, sambil mengadaptasi presentasi dan layanan untuk memenuhi standar internasional. Temuan ini menunjukkan adanya tantangan dalam menyeimbangkan autentisitas dengan tuntutan pasar modern.

Sementara itu, Sukerti et al. (2016) melakukan studi tentang diversifikasi makanan tradisional Bali, termasuk nasi campur, untuk meningkatkan daya tarik wisata kuliner. Mereka menyoroti pentingnya inovasi dalam presentasi dan variasi menu, sambil tetap mempertahankan esensi dan nilai budaya dari makanan tradisional Bali.

### **Kesenjangan Penelitian dan Kontribusi Studi Ini**

Meskipun penelitian-penelitian sebelumnya telah memberikan wawasan berharga tentang pengalaman pelanggan, kepuasan, dan kuliner tradisional Bali, terdapat beberapa kesenjangan yang perlu diperhatikan:

1. Sebagian besar penelitian tentang pengalaman pelanggan dan kepuasan dalam konteks kuliner menggunakan pendekatan kuantitatif, yang mungkin tidak mampu menangkap nuansa dan kompleksitas pengalaman individual.
2. Studi-studi tentang kuliner tradisional Bali, termasuk nasi

campur, cenderung berfokus pada aspek-aspek umum seperti kualitas makanan dan layanan, tanpa mengeksplorasi secara mendalam narasi personal pelanggan.

3. Aplikasi analisis naratif dalam penelitian kuliner, khususnya dalam konteks kuliner tradisional Indonesia, masih terbatas.
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menggunakan pendekatan analisis naratif untuk memahami pengalaman pelanggan dalam mencapai kepuasan pada kuliner nasi campur Bali di Denpasar. Dengan menggali narasi personal pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih kaya dan mendalam tentang bagaimana pelanggan memaknai pengalaman mereka, faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan, serta aspek-aspek unik dari kuliner nasi campur Bali yang mungkin belum terungkap dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Lebih lanjut, penelitian ini juga berkontribusi pada literatur tentang penggunaan analisis naratif dalam penelitian kuliner, khususnya dalam konteks kuliner tradisional. Dengan demikian, diharapkan dapat membuka jalan bagi pendekatan-pendekatan baru dalam memahami dan meningkatkan pengalaman pelanggan dalam industri kuliner tradisional.

## **METODE**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan metode analisis naratif untuk menggali pengalaman pelanggan dalam mencapai kepuasan pada kuliner nasi campur Bali di Denpasar. Populasi penelitian adalah pelanggan warung nasi campur Bali di Denpasar, dengan sampel yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memastikan variasi pengalaman dan latar belakang responden. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dengan 20 pelanggan dari 5 warung nasi campur Bali terpilih di Denpasar, serta observasi partisipatif di lokasi-lokasi tersebut. Data sekunder diperoleh dari ulasan online, artikel media, dan literatur terkait. Proses pengumpulan data dilakukan selama periode tiga bulan untuk mencakup variasi musiman. Analisis data menggunakan model analisis naratif tematik dari Riessman (2008), yang melibatkan transkripsi wawancara, pengkodean tematik, identifikasi pola narasi, dan interpretasi makna. Untuk meningkatkan validitas, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data dan member checking, di mana interpretasi peneliti diverifikasi dengan responden. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap struktur dan konten narasi pelanggan, mengungkap nuansa pengalaman mereka, dan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berkontribusi terhadap kepuasan dalam konteks kuliner tradisional Bali.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Analisis naratif terhadap pengalaman pelanggan nasi campur Bali

di Denpasar mengungkapkan lima tema utama yang membentuk pengalaman dan kepuasan mereka: (1) Autentisitas dan Keaslian Rasa, (2) Suasana dan Atmosfer Warung, (3) Interaksi Sosial dan Budaya, (4) Nilai dan Harga, serta (5) Nostalgia dan Kenangan Personal.

#### *Autentisitas dan Keaslian Rasa*

Mayoritas responden menekankan pentingnya autentisitas dan keaslian rasa dalam pengalaman mereka menikmati nasi campur Bali. Narasi mereka sering kali menggambarkan bagaimana cita rasa yang otentik membangkitkan perasaan terhubung dengan budaya Bali.

**Tabel 1. Tanggapan Responden tentang Autentisitas dan Keaslian Rasa**

Responden	Tanggapan
R7	"Setiap suapan nasi campur ini seperti mengantarkan saya pada perjalanan kuliner di seluruh Bali. Bumbu-bumbu yang khas dan cara memasak yang tradisional benar-benar membuat saya merasakan esensi Bali dalam setiap gigitannya."
R3	"Rasanya persis seperti yang saya ingat dari masa kecil saya di Bali. Tidak ada yang berubah, dan itulah yang membuat saya selalu kembali."
R15	"Keaslian rasa ini tidak bisa ditiru. Saya bisa merasakan dedikasi dan warisan budaya dalam setiap lauk pauhnya."



**Gambar 1. Nasi Campur Bali**

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa autentisitas rasa tidak hanya tentang mempertahankan resep

tradisional, tetapi juga tentang bagaimana rasa tersebut mampu menghadirkan "cerita" dan "perjalanan" budaya Bali bagi pelanggan.

#### *Suasana dan Atmosfer Warung*

Suasana dan atmosfer warung nasi campur Bali memegang peranan penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Banyak responden menggambarkan bagaimana setting fisik warung berkontribusi pada pengalaman menyeluruh mereka.

**Tabel 2. Tanggapan Responden tentang Suasana dan Atmosfer Warung**

Responden	Tanggapan
R13	"Duduk di kursi bambu, dikelilingi ornamen Bali, dan aroma rempah yang menguar... semua itu membuat makan nasi campur menjadi pengalaman yang jauh lebih dari sekedar menyantap makanan."
R8	"Suara gamelan yang lembut di latar belakang benar-benar membantu saya merasakan suasana Bali yang autentik."
R20	"Pencahayaannya alami dan dekorasi tradisional membuat saya merasa seperti sedang makan di rumah keluarga Bali, bukan di restoran."



**Gambar 2. Suasana RM Tradisional Bali**

Elemen-elemen suasana seperti dekorasi tradisional, aroma masakan, suara gamelan, pencahayaan alami, dan

interaksi dengan staf sering disebutkan sebagai faktor yang meningkatkan keaslian pengalaman.

***Interaksi Sosial dan Budaya***

Banyak responden menceritakan bagaimana interaksi sosial dan exposure terhadap budaya Bali menjadi bagian integral dari pengalaman mereka. Narasi mereka sering kali mencakup interaksi dengan pemilik warung, staf, atau sesama pelanggan.

**Tabel 3. Tanggapan Responden tentang Interaksi Sosial dan Budaya**

<b>Responden</b>	<b>Tanggapan</b>
R4	"Pemilik warung dengan ramah menjelaskan setiap komponen nasi campur dan filosofi di baliknya. Saya merasa bukan hanya makan, tapi juga belajar tentang budaya Bali."
R11	"Saya senang bisa berbincang dengan pelanggan lokal di sebelah saya. Mereka memberi saya tips tentang kombinasi lauk terbaik dan cerita-cerita menarik tentang Bali."
R18	"Melihat cara staf berinteraksi satu sama lain dan dengan pelanggan, saya bisa merasakan kehangatan dan keramahan khas Bali."



**Gambar 3. Pelanggan yang sedang menikmati Nasi Campur Bali**

Analisis menunjukkan bahwa interaksi sosial dan budaya tidak hanya

meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperdalam pemahaman mereka tentang kuliner dan budaya Bali.

***Nilai dan Harga***

Aspek nilai dan harga muncul sebagai tema penting dalam narasi pelanggan. Banyak responden membandingkan kualitas makanan dan pengalaman yang mereka dapatkan dengan harga yang mereka bayar.

**Tabel 4. Tanggapan Responden tentang Nilai dan Harga**

<b>Responden</b>	<b>Tanggapan</b>
R19	"Dengan harga yang sangat terjangkau, saya bisa menikmati berbagai jenis lauk pauk khas Bali. Rasanya seperti mendapatkan tur kuliner Bali dalam satu piring!"
R6	"Harganya memang sedikit lebih mahal dari warung biasa, tapi mengingat kualitas bahan dan cita rasanya, saya rasa ini sangat sepadan."
R14	"Saya rela membayar lebih untuk pengalaman autentik seperti ini. Ini bukan sekadar makanan, tapi warisan budaya yang perlu dilestarikan."



Persepsi nilai yang tinggi ini menunjukkan bahwa pelanggan menghargai tidak hanya aspek kuliner, tetapi juga pengalaman kultural yang mereka dapatkan.

### *Nostalgia dan Kenangan Personal*

Tema nostalgia dan kenangan personal muncul secara konsisten dalam narasi banyak responden, terutama mereka yang memiliki koneksi emosional dengan Bali atau memiliki pengalaman masa lalu dengan nasi campur Bali.

**Tabel 5. Tanggapan Responden tentang Nostalgia dan Kenangan Personal**

<b>Responden</b>	<b>Tanggapan</b>
R11	"Setiap kali saya makan nasi campur di sini, saya teringat masa kecil saya di Bali. Rasanya, aromanya, semuanya membangkitkan kenangan indah."
R2	"Meskipun saya bukan orang Bali, nasi campur ini mengingatkan saya pada liburan pertama saya ke Bali. Itu adalah momen yang mengubah hidup saya."
R16	"Ada sesuatu yang sangat menyenangkan tentang ritual makan nasi campur ini. Ini mengingatkan saya pada kesederhanaan dan keindahan hidup di Bali."

Analisis menunjukkan bahwa aspek nostalgia dan kenangan personal tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan warung nasi campur dan, secara lebih luas, dengan budaya Bali.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman menikmati nasi campur Bali di Denpasar merupakan fenomena yang kompleks dan multidimensi. Tidak hanya tentang rasa makanan, tetapi juga melibatkan aspek sensorik, emosional, kultural, dan personal yang saling terkait. Autentisitas rasa, suasana yang mendukung, interaksi sosial dan budaya, persepsi nilai yang tinggi, serta elemen nostalgia dan kenangan personal bersama-sama membentuk narasi pengalaman yang kaya dan mendalam bagi pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa kuliner tradisional, seperti nasi campur Bali, memiliki potensi yang besar tidak hanya sebagai produk kuliner, tetapi juga

sebagai medium untuk melestarikan dan mengkomunikasikan warisan budaya.

### **Pembahasan**

Hasil analisis naratif terhadap pengalaman pelanggan nasi campur Bali di Denpasar mengungkapkan kompleksitas dan multidimensionalitas pengalaman kuliner tradisional. Temuan ini memperluas pemahaman kita tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks kuliner lokal, sekaligus memberikan wawasan baru tentang peran penting narasi personal dalam membentuk dan memaknai pengalaman tersebut.

### **Autentisitas dan Keaslian Rasa: Jantung Pengalaman Kuliner Tradisional**

Dominannya tema autentisitas dan keaslian rasa dalam narasi responden menegaskan pentingnya menjaga integritas kuliner tradisional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Suardani et al.

(2016) yang menemukan bahwa keaslian bahan dan metode memasak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan terhadap makanan tradisional Bali. Namun, penelitian ini lebih jauh mengungkapkan bahwa autentisitas tidak hanya tentang rasa, tetapi juga tentang bagaimana pelanggan memaknai pengalaman tersebut sebagai bentuk koneksi dengan budaya Bali.

Narasi responden yang menggambarkan setiap suapan sebagai "perjalanan kuliner di seluruh Bali" menunjukkan bahwa autentisitas memiliki dimensi experiential yang kuat. Hal ini memperluas konsep autentisitas dalam kuliner tradisional dari sekadar keaslian resep menjadi sebuah pengalaman immersive yang melibatkan aspek sensorik, emosional, dan kultural.

Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya bagi pelaku usaha kuliner tradisional untuk tidak hanya fokus pada keaslian resep, tetapi juga pada bagaimana menyajikan "cerita" di balik setiap hidangan. Strategi ini dapat meningkatkan nilai pengalaman pelanggan dan membedakan usaha mereka dari kompetitor yang mungkin hanya fokus pada aspek rasa semata.

### **Suasana dan Atmosfer: Membingkai Pengalaman Kuliner**

Pentingnya suasana dan atmosfer warung dalam membentuk pengalaman pelanggan menegaskan bahwa makan nasi campur Bali bukan sekadar aktivitas konsumsi, melainkan sebuah pengalaman multisensori. Temuan ini memperkaya pemahaman kita tentang dimensi lingkungan fisik dalam pengalaman pelanggan, sebagaimana

diargumentasikan oleh Walls et al. (2011).

Elemen-elemen suasana seperti dekorasi tradisional, aroma masakan, dan suara gamelan yang sering disebutkan dalam narasi responden menunjukkan bahwa pengalaman kuliner tradisional Bali melibatkan orkestrasi berbagai stimuli sensorik. Hal ini sejalan dengan konsep "servicescape" yang dikemukakan oleh Bitner (1992), namun dalam konteks kuliner tradisional, elemen-elemen ini memiliki tambahan dimensi kultural yang signifikan.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya pendekatan holistik dalam mendesain lingkungan fisik warung nasi campur Bali. Pelaku usaha perlu mempertimbangkan tidak hanya aspek fungsional, tetapi juga bagaimana setiap elemen berkontribusi pada narasi kultural dan pengalaman sensorik pelanggan. Misalnya, penggunaan bahan-bahan lokal dalam dekorasi atau pemutaran musik tradisional Bali dapat meningkatkan autentisitas pengalaman.

### **Interaksi Sosial dan Budaya: Memperkaya Pengalaman Kuliner**

Temuan tentang pentingnya interaksi sosial dan exposure budaya dalam pengalaman pelanggan menegaskan bahwa kuliner tradisional berfungsi sebagai medium pertukaran budaya. Hal ini memperluas pemahaman kita tentang peran restoran tradisional sebagai *cultural ambassadors*, sebagaimana diargumentasikan oleh Long (2004) dalam studinya tentang *culinary tourism*.

Narasi responden yang menggambarkan interaksi dengan pemilik warung sebagai kesempatan untuk belajar tentang budaya Bali menunjukkan bahwa pengalaman kuliner tradisional memiliki dimensi edukatif yang signifikan. Ini sejalan dengan temuan Peštek dan Činjarević (2014) tentang pentingnya aspek pembelajaran dalam pengalaman kuliner wisatawan.

Implikasi dari temuan ini adalah perlunya pelatihan staf tidak hanya dalam hal pelayanan, tetapi juga dalam kemampuan mereka untuk menjadi *cultural interpreters*. Pelaku usaha dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan program edukasi singkat bagi pelanggan, seperti sesi pengenalan bahan-bahan lokal atau demonstrasi memasak, untuk memperkaya pengalaman kuliner mereka.

#### **Nilai dan Harga: Menyeimbangkan Autentisitas dan Aksesibilitas**

Tema nilai dan harga yang muncul dalam narasi responden menunjukkan bahwa meskipun autentisitas dan pengalaman kultural sangat dihargai, pertimbangan ekonomis tetap menjadi faktor penting dalam kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan kompleksitas dalam mengelola bisnis kuliner tradisional, di mana ada kebutuhan untuk menyeimbangkan antara menjaga autentisitas dan memastikan aksesibilitas harga.

Persepsi nilai yang tinggi yang ditunjukkan oleh responden mengindikasikan bahwa pelanggan menghargai pengalaman kuliner

tradisional Bali sebagai sesuatu yang lebih dari sekadar transaksi ekonomi. Hal ini sejalan dengan konsep *experiential value* yang dikemukakan oleh Mathwick et al. (2001), di mana nilai tidak hanya diukur dari aspek fungsional, tetapi juga dari aspek hedonik dan pengalaman.

Implikasi dari temuan ini adalah perlunya strategi pricing yang cermat bagi pelaku usaha kuliner tradisional. Mereka perlu mempertimbangkan tidak hanya biaya produksi, tetapi juga nilai pengalaman yang mereka tawarkan. Strategi seperti menu degustasi atau paket *experience* mungkin dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan persepsi nilai tanpa mengorbankan aksesibilitas.

#### **Nostalgia dan Kenangan Personal: Menghubungkan Masa Lalu dan Masa Kini**

Munculnya tema nostalgia dan kenangan personal dalam narasi responden menunjukkan bahwa pengalaman kuliner tradisional memiliki dimensi temporal yang signifikan. Temuan ini memperluas pemahaman kita tentang peran emosi dan memori dalam pengalaman kuliner, sebagaimana diargumentasikan oleh Holbrook dan Schindler (2003) dalam studi mereka tentang nostalgia dalam konsumsi.

Narasi responden yang menghubungkan pengalaman makan nasi campur Bali dengan kenangan masa kecil atau pengalaman masa lalu menunjukkan bahwa kuliner tradisional dapat berfungsi sebagai “jembatan” antara masa lalu dan masa kini. Ini sejalan dengan konsep *culinary nostalgia* yang dikemukakan oleh Sutton (2001), di

mana makanan menjadi medium untuk mengakses dan merekonstruksi memori kultural dan personal.

Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya bagi pelaku usaha kuliner tradisional untuk memahami dan memanfaatkan aspek nostalgia dalam pengalaman yang mereka tawarkan. Strategi seperti *storytelling* tentang sejarah resep atau penggunaan peralatan makan tradisional dapat meningkatkan resonansi emosional pengalaman kuliner.

### **KESIMPULAN**

Analisis naratif terhadap pengalaman pelanggan nasi campur Bali di Denpasar mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan dalam konteks kuliner tradisional merupakan fenomena multidimensi yang melibatkan interplay kompleks antara autentisitas rasa, suasana, interaksi sosial dan budaya, nilai ekonomis, serta aspek nostalgia dan personal. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman menikmati kuliner tradisional jauh melampaui aspek gastronomis semata, melibatkan dimensi sensorik, emosional, kultural, dan temporal yang saling terkait. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas pemahaman kita tentang bagaimana pelanggan memaknai dan menarasikan pengalaman kuliner mereka, sekaligus menyoroti peran penting kuliner tradisional sebagai jembatan budaya dan medium untuk melestarikan warisan kuliner di era globalisasi.

### **SARAN**

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan bagi pelaku usaha kuliner tradisional, khususnya warung nasi campur Bali, untuk mengadopsi pendekatan holistik dalam menciptakan dan mengelola pengalaman pelanggan. Ini meliputi mempertahankan autentisitas rasa sambil meningkatkan aspek suasana dan interaksi sosial-budaya, mengembangkan program edukasi kuliner untuk pelanggan, serta memanfaatkan elemen nostalgia dalam strategi pemasaran mereka. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi komparatif antara pengalaman pelanggan lokal dan wisatawan internasional, serta mengeksplorasi peran teknologi digital dalam membentuk narasi dan ekspektasi pelanggan terhadap kuliner tradisional. Penelitian interdisipliner yang mengintegrasikan perspektif antropologi kuliner, psikologi konsumen, dan manajemen perhotelan juga direkomendasikan untuk memahami kompleksitas pengalaman kuliner tradisional secara lebih komprehensif.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adongo, C. A., Anuga, S. W., & Dayour, F. (2015). Will they tell others to taste? International tourists' experience of Ghanaian cuisines. *Tourism Management Perspectives*, 15, 57-64.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
- Goolaup, S., & Mossberg, L. (2017). Exploring the concept of

- extraordinary related to food tourists' nature-based experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(1), 27-43.
- Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (2003). Nostalgic bonding: Exploring the role of nostalgia in the consumption experience. *Journal of Consumer Behaviour*, 3(2), 107-127.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.
- Mathwick, C., Malhotra, N., & Rigdon, E. (2001). Experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and Internet shopping environment. *Journal of Retailing*, 77(1), 39-56.
- Mkono, M. (2012). Using net-based ethnography (netnography) to understand the staging and marketing of "authentic African" dining experiences to tourists at Victoria Falls. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(2), 184-198.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Peštek, A., & Činjarević, M. (2014). Tourist perceived image of local cuisine: The case of Bosnian food culture. *British Food Journal*, 116(11), 1821-1838.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76, 97-105.
- Prasetyo, A., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada warung nasi campur bu Eha di Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1-10.
- Putra, I. N. D., Syarifuddin, D., & Sulistyadi, Y. (2020). Potensi pengembangan kuliner lokal sebagai daya tarik wisata gastronomi di Kabupaten Badung, Bali. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 1-18.
- Riessman, C. K. (2008). *Narrative methods for the human sciences*. Sage Publications.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Gon Kim, W. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200-223.
- Suardani, A. A. P., Sukana, M., & Sukerti, N. W. (2016). Analisis kepuasan wisatawan terhadap kualitas makanan tradisional Bali di Kabupaten Badung. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 1(1), 46-57.
- Suastuti, N. G. A. M. A., Yasa, N. N. K., & Giantari, I. G. A. K. (2019). Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan di Kabupaten Badung. *E-Jurnal*

*Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(11), 1305-1330.

- Sukerti, N. W., Marsiti, C. I. R., & Suriani, N. M. (2016). Reinventarisasi makanan tradisional buleleng sebagai upaya pelestarian seni kuliner Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(1), 744-753.
- Sutton, D. E. (2001). *Remembrance of repasts: An anthropology of food and memory*. Berg Publishers.
- Walls, A. R., Okumus, F., Wang, Y. R., & Kwun, D. J. W. (2011). An epistemological view of consumer experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 10-21.