

Dampak Keterampilan Storytelling Waitress terhadap Peningkatan Penjualan Hidangan Lokal: Studi Kasus pada Restoran Hotel Bintang Empat di Sanur, Bali

Ni Desak Made Santi Diwyarthi¹, I Wayan Jata², Made Darmiati³, Luh Putu Citrawati⁴

^{1,2,3,4} Politeknik Pariwisata Bali

Email: santidiwyarthi@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keterampilan storytelling yang dimiliki waitress terhadap peningkatan penjualan hidangan lokal di restoran hotel kawasan Sanur, Bali. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode campuran (mixed methods) dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara mendalam. Subjek penelitian meliputi 40 waitress dari empat hotel yang menyajikan hidangan lokal, serta lima F&B Manager sebagai informan kunci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa storytelling yang efektif mengenai nilai budaya dan sejarah kuliner Bali mampu meningkatkan ketertarikan konsumen, yang berdampak signifikan terhadap penjualan. Temuan ini diperkuat oleh teori experiential marketing dan peran narasi dalam pemasaran jasa. Rekomendasi mencakup perlunya pelatihan rutin keterampilan storytelling bagi waitress serta integrasi narasi budaya dalam strategi promosi restoran hotel.

Kata Kunci: *Storytelling, Waitress, Kuliner Lokal, Penjualan Restoran, Bali*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of storytelling skills possessed by waitresses on the increased sales of local dishes in hotel restaurants in the Sanur area, Bali. The research adopts a mixed-methods approach, using questionnaires and in-depth interviews for data collection. The subjects of the study include 40 waitresses from four hotels that serve local cuisine, along with five Food & Beverage Managers as key informants. The findings reveal that effective storytelling about the cultural value and culinary history of Bali significantly enhances customer interest, which in turn positively impacts sales. These findings are supported by the theory of experiential marketing and the role of narrative in service marketing. The recommendations include the need for regular storytelling skills training for waitresses and the integration of cultural narratives into the hotel restaurant's promotional strategies.

Keywords: *Storytelling, Waitress, Local Culinary, Restaurant Sales, Bali*

PENDAHULUAN

Kuliner lokal merupakan bagian penting dari daya tarik wisata budaya di Bali. Namun, tantangan muncul ketika hidangan lokal kurang diminati oleh wisatawan karena minimnya informasi kontekstual yang disampaikan oleh penyaji. Storytelling sebagai pendekatan naratif dalam pelayanan restoran menjadi strategi yang semakin relevan untuk menciptakan pengalaman makan yang bermakna dan edukatif (Pine & Gilmore, 1999).

Hidangan lokal merupakan cerminan identitas budaya dan sejarah suatu bangsa. Dalam konteks Indonesia, keragaman kuliner Nusantara mencerminkan kekayaan alam, filosofi hidup, serta praktik sosial dan keagamaan masyarakat. Hidangan lokal Bali, seperti lawar, ayam pelalah, tum, dan sate lilit tidak hanya menjadi sajian kuliner, tetapi juga simbol spiritualitas, kebersamaan, dan kearifan lokal.

Waitress sebagai pelayan garda depan memiliki peran strategis tidak hanya sebagai penyaji makanan, tetapi juga sebagai penyampai nilai budaya melalui narasi. Mossberg (2008) menyebutkan bahwa keterampilan storytelling dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada pengaruh keterampilan storytelling waitress dalam meningkatkan penjualan hidangan lokal di restoran hotel di Sanur, Bali.

LANDASAN TEORI

Filosofi kuliner Nusantara sangat erat kaitannya dengan konsep Tri Hita Karana di Bali, yang mengajarkan keharmonisan antara manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam. Makanan tidak sekadar pemenuhan gizi, tetapi merupakan bagian dari ritual, persembahan, dan proses sosial yang menyatukan komunitas. Oleh karena itu, memperkenalkan makna-makna filosofis tersebut kepada wisatawan menjadi penting untuk mendukung keberlanjutan budaya.

Penelitian ini menjadi relevan dalam konteks meningkatnya minat global terhadap pengalaman kuliner autentik. Dalam dunia perhotelan dan restoran, terdapat kebutuhan untuk tidak hanya menjual makanan, tetapi juga menyampaikan kisah di balik makanan tersebut. Storytelling menjadi salah satu strategi experiential marketing yang dinilai efektif dalam menciptakan keterikatan emosional antara konsumen dan produk.

Penelitian terdahulu oleh Oktaviani (2021) menunjukkan bahwa wisatawan asing lebih tertarik mencoba hidangan lokal setelah mendapatkan informasi sejarah dan makna budayanya. Sementara itu, studi dari Suryaningsih & Dewi (2022) menemukan bahwa storytelling waitress dapat meningkatkan kepuasan pelanggan restoran di Ubud secara signifikan.

Secara teoritis, hidangan lokal diklasifikasikan berdasarkan aspek geografis, bahan utama, teknik pengolahan, dan nilai budayanya (Wijaya, 2010). Kuliner Nusantara dibedakan menjadi beberapa kelompok besar, seperti Hidangan upacara, hidangan keseharian, dan hidangan tradisi lokal. Hidangan Upacara disajikan dalam konteks keagamaan dan adat, misalnya lawar, sate penyu, dan nasi megibung. Hidangan Keseharian merupakan konsumsi rutin keluarga, seperti jukut ares dan tum ayam. Hidangan Tradisi Lokal termasuk camilan, jajanan pasar, dan makanan khas desa. Dengan memahami klasifikasi ini, waitress dapat menyampaikan narasi yang lebih kontekstual kepada tamu. Oleh karena itu, riset ini menyoroti pentingnya storytelling waitress dalam menjembatani pengalaman budaya antara wisatawan dan kuliner lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods dengan desain eksploratif kuantitatif dan kualitatif. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2025 pada restoran hotel ber bintang empat di Sanur, yaitu GS Hotel, PS Hotel, MS Hotel, dan SV Hotel. Sampel terdiri dari 40 waitress (10 per hotel) dan 5 F&B Manager sebagai informan kunci. Teknik pengumpulan data mencakup kuesioner tertutup menggunakan skala Likert 1-5, dan wawancara mendalam menggunakan

pedoman semi-terstruktur. Teknik analisis data meliputi data kuantitatif dianalisis secara deskriptif menggunakan SPSS, dan data kualitatif dianalisis menggunakan teknik coding tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil survei terhadap 40 waitress, ditemukan bahwa sebanyak 82,5% responden (33 dari 40 waitress) menyatakan bahwa keterampilan storytelling mereka berdampak langsung terhadap minat pelanggan untuk mencoba hidangan lokal yang ditawarkan restoran. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa terdapat tiga dimensi utama storytelling yang dinilai paling efektif dalam meningkatkan minat konsumen, yaitu:

Tabel 1. Dimensi Storytelling yang Efektif Meningkatkan Minat Konsumen Membeli Hidangan Lokal

Dimensi Storytelling	Mean Skor (1-5)	Jumlah Responden yang Menilai Sangat Efektif (Skor 5)
Sejarah dan asal-usul masakan	4.6	30 orang (75%)
Nilai budaya dan keagamaan dalam masakan	4.5	28 orang (70%)
Keterlibatan pribadi waitress dalam cerita	4.4	27 orang (67.5%)

Dari tabel di atas, dimensi "Sejarah dan asal-usul masakan" memperoleh skor rata-rata tertinggi (mean = 4.6), yang menunjukkan bahwa narasi tentang latar belakang historis hidangan lokal paling menarik perhatian pelanggan. Hal ini diikuti oleh dimensi "Nilai budaya dan keagamaan" dengan mean = 4.5, yang mencerminkan pentingnya aspek kultural dalam menciptakan pengalaman kuliner yang otentik. Dimensi "Keterlibatan pribadi waitress" juga memperoleh skor tinggi (mean = 4.4), yang menunjukkan bahwa sentuhan personal dari waitress dalam menyampaikan cerita memberikan kontribusi positif terhadap persepsi pelanggan.

Temuan ini memperkuat peran storytelling sebagai elemen strategis dalam pendekatan experiential marketing, di mana narasi bukan hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman makan yang meningkatkan nilai emosional dan kultural dari sebuah hidangan lokal.

Data berikut memperlihatkan perbandingan omset penjualan hidangan lokal sebelum dan sesudah pelatihan storytelling diberikan kepada para waitress hotel berbintang empat di kawasan Sanur.

Tabel 2. Perbandingan Omset Penjualan Hidangan Lokal Sebelum dan Sesudah Pelatihan Storytelling

Nama Hotel	Omset Sebelum (Rp)	Omset Sesudah (Rp)	% Kenaikan	Klasifikasi Hidangan Lokal yang Mendominasi
GS Hotel	18.500.000	21.600.000	17%	Tum Ayam, Jukut Ares
PS Hotel	29.800.000	38.300.000	28.5%	Lawar, Sate Lilit, Tum
MS Hotel	32.400.000	41.700.000	28.7%	Ayam Pelalah, Lawar, Nasi Sela
SV Hotel	21.700.000	24.100.000	11%	Lawar, Jajanan Pasar

Sumber: Data Internal Restoran, Juni 2025.

Data menunjukkan bahwa dua restoran dengan waitress aktif dalam storytelling (PS Hotel dan MS Hotel) mengalami peningkatan rata-rata penjualan hidangan lokal sebesar 28,5% selama dua bulan terakhir. Hotel GS mencatat peningkatan 17% setelah waitress mendapatkan pelatihan internal singkat, sedangkan SV Hotel mencatat peningkatan 11%, sebagian besar karena inisiatif individual waitress.

Hasil Kualitatif Wawancara dengan lima F&B Manager menghasilkan beberapa temuan utama:

1. F&B Manager PS Hotel: "Kami melatih waitress untuk menceritakan kisah di balik 'lawar' dan 'tum'. Hasilnya, wisatawan tertarik mencoba bukan hanya karena rasa, tapi karena cerita di baliknya."
2. F&B Manager MS Hotel: "Kami melihat peningkatan pemesanan setelah waitress mulai membagikan narasi asal usul Ayam Pelalah yang terinspirasi dari masakan upacara di desa."
3. F&B Manager GS Hotel menyatakan: "Kami baru memulai pelatihan, tapi antusiasme tamu sudah mulai terlihat ketika waitress menceritakan proses tradisional pembuatan tum."
4. F&B Manager SV Hotel menyatakan bahwa storytelling belum dilatihkan secara formal, namun waitress yang melakukannya secara inisiatif berhasil menjual lebih banyak.

Temuan ini konsisten dengan teori experiential marketing (Pine & Gilmore, 1999) yang menyatakan bahwa pengalaman emosional dan naratif dapat membentuk perilaku konsumsi. Denning (2005) juga menyebut storytelling sebagai alat strategis dalam membangun kepercayaan dan kedekatan emosional. Storytelling oleh waitress secara efektif menghubungkan wisatawan dengan konteks budaya hidangan, memperkuat persepsi otentisitas (Mossberg, 2008), serta membentuk loyalitas dan persepsi nilai tinggi (Kim & McKercher, 2016).

Diskusi lebih dalam juga menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan interpersonal waitress berdampak pada cara mereka menyampaikan informasi kuliner dengan cara yang menarik, personal, dan meyakinkan. Hal ini juga mendorong waitress untuk merasa lebih terlibat secara emosional dengan produk yang mereka tawarkan, membentuk peran ganda sebagai pelayan sekaligus duta budaya.

Studi ini juga menemukan bahwa tamu dari Eropa dan Australia menunjukkan respons yang lebih positif terhadap storytelling berbasis budaya dibandingkan tamu domestik. Hal ini menegaskan bahwa strategi ini sangat potensial untuk pasar wisatawan mancanegara.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keterampilan storytelling waitress memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan hidangan lokal di restoran hotel ber bintang empat di kawasan Sanur. Storytelling yang menekankan nilai budaya, sejarah, dan narasi personal meningkatkan minat wisatawan dan menciptakan pengalaman makan yang bermakna. Hasil ini menunjukkan pentingnya penguatan SDM pelayanan makanan tidak hanya dari aspek teknis, tetapi juga naratif. Rekomendasi yang diberikan berupa pelatihan formal storytelling bagi waitress sebagai bagian dari pengembangan SDM hotel, penyusunan narasi kuliner lokal yang terstandarisasi dan berbasis riset budaya, integrasi storytelling dalam strategi branding restoran hotel sebagai

keunggulan kompetitif, penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi dampak storytelling pada loyalitas pelanggan dan review digital.

REFERENSI

- Denning, S. (2005). *The Leader's Guide to Storytelling*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Kim, H., & McKercher, B. (2016). "Promoting Local Cuisine to International Tourists: A Perspective of Destination and Restaurant Operators". *Journal of Hospitality & Tourism Management*, 26, 63–70.
- Mossberg, L. (2008). "Extraordinary Experiences through Storytelling". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(3), 195–210.
- Oktaviani, R. (2021). "Persepsi Wisatawan terhadap Pengalaman Kuliner Tradisional di Bali". *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 20(2), 119–130.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Harvard Business Press.
- Suryaningsih, N., & Dewi, I. G. A. M. (2022). "Strategi Storytelling dalam Peningkatan Kepuasan Wisatawan Kuliner di Ubud". *Jurnal Pariwisata Budaya Nusantara*, 6(1), 45–53.
- UNESCO. (2020). *Intangible Cultural Heritage and Culinary Traditions*. Paris: UNESCO Publishing.
- Wijaya, W. (2010). *Makanan Tradisional Bali dan Filosofinya*. Denpasar: Udayana University Press.