



Analisis Kreativitas Seni Kuliner sebagai Daya Tarik Bagi Gen Z di Kota Tangerang

Veri Dimas Arya Nugroho¹, Venny², Jovanka Federova³, Excelsis Pratasia Sumampouw⁴
^{1,2,3,4}Universitas Matana

E-mail: verydimas08@gmail.com, vennyju23@gmail.com, jovfederova@gmail.com, excelsispratasik@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-01-10 Revised: 2025-02-20 Published: 2025-03-11	This research aims to analyze culinary arts creativity as an attraction for Gen Z in the city of Tangerang. This research uses qualitative methods, in the form of data collection through interview techniques. This research involved in-depth interviews with Gen Z and culinary arts experts as supporters. The research results show that good selection of ingredients and processing techniques can create a delicious taste in a dish. In terms of appearance, an attractive dish can create a good impression. The appearance and taste of a dish play an important role as an attraction in culinary arts. The taste and appearance are the identity of a dish so they are used as a reference in choosing a restaurant to visit.
Keywords: <i>Creativity;</i> <i>Cuisine;</i> <i>Gen Z.</i>	
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-01-10 Direvisi: 2025-02-20 Dipublikasi: 2025-03-11	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kreativitas seni kuliner sebagai daya tarik bagi gen Z di Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, berupa pengumpulan data melalui teknik wawancara. Penelitian ini melibatkan wawancara yang mendalam terhadap gen Z dan ahli seni kuliner sebagai pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan bahan dan teknik pengolahan yang baik dapat menciptakan rasa nikmat pada suatu hidangan. Dalam segi tampilan, tampilan hidangan yang menarik dapat menciptakan kesan yang baik. Tampilan dan rasa pada hidangan merupakan peran yang penting sebagai daya tarik. Segi rasa dan tampilan merupakan identitas dari suatu hidangan sehingga dijadikan sebagai acuan dalam memilih restoran untuk dikunjungi.
Kata kunci: <i>Kreativitas;</i> <i>Hidangan;</i> <i>Gen Z.</i>	

I. PENDAHULUAN

Pariwisata berperan penting dalam perekonomian Indonesia dan dunia. Antara 2011 hingga 2019, sektor pariwisata Indonesia menunjukkan tren positif, dengan kontribusi PDB pariwisata meningkat dari 4% pada 2011 menjadi 5,5% pada 2019. Produk pariwisata dibagi menjadi tiga kategori utama: wisata budaya, kuliner, dan daerah. Sektor kuliner memiliki peran penting dalam pariwisata, karena selain sebagai kebutuhan dasar bagi wisatawan, kuliner juga menjadi identitas daerah dan daya tarik utama. Setiap daerah sering memanfaatkan kuliner sebagai ikon yang mengundang wisatawan, serta sebagai penghubung antara komunitas dan wilayah tertentu.

Wisata kuliner tidak hanya sebagai tujuan utama wisata, tetapi juga sebagai bagian dari perjalanan wisata secara keseluruhan. Kuliner menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal dan mancanegara, dengan menonjolkan budaya melalui hidangan khas daerah. Dalam mengembangkan wisata kuliner, penting untuk memperhatikan kualitas rasa dan presentasi hidangan. Kuliner sebagai produk wisata menggambarkan keunikan suatu daerah dan

memberikan pengalaman gastronomi yang khas. Menurut data Kemenparekraf, pada paruh pertama 2023, Indonesia mencatatkan 433,57 juta perjalanan wisatawan, meningkat 12,57% dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, kunjungan wisatawan mancanegara pada Juni 2023 mencapai 1,06 juta, naik 11,44% dari Mei 2023 yang hanya mencatatkan 963 ribu kunjungan.

Pada bulan Juli 2023, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 6,31 juta kunjungan, menunjukkan peningkatan sebesar 196,85% dari tahun 2022. Berdasarkan web resmi pemerintah Kota Tangerang (tangerangkota.go.id), selama tahun 2023, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) yang di bawah Pemerintah Kota (Pemkot) Tangerang mencatat bahwa sebanyak 13.602.628 wisatawan berkunjung ke Kota Tangerang. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan mengakibatkan meningkatnya permintaan terhadap sektor wisata kuliner, oleh sebab itu mengakibatkan banyak munculnya restoran-restoran baru di Kota Tangerang. Berdasarkan data badan statistik pada tahun 2022 Kota

Tangerang terdapat sedikitnya 880 rumah makan yang tersedia.

Kecamatan Subdistrik	2018	2019	2020	2021	2022
(0)	(0)	(0)	(6)	(0)	(0)
1. Ciledug	14	10	14	51	51
2. Larangan	5	5	6	45	45
3. Karang Tengah	7	7	7	32	45
4. Cipondoh	17	13	16	65	65
5. Pinang	4	8	8	146	146
6. Tangerang	20	82	88	166	166
7. Karawaci	53	100	101	74	74
8. Jatiuwung	10	22	22	23	23
9. Cibodas	22	10	14	89	89
10. Peruk	21	21	21	38	38
11. Batuaceper	13	2	2	20	20
12. Neglasari	2	13	14	16	16
13. Benda	53	58	57	108	108
Kota Tangerang	241	351	370	873	880

Gambar 1. Jumlah Restoran di Kota Tangerang

Pariwisata berperan penting dalam perekonomian Indonesia dan dunia. Antara 2011 hingga 2019, kontribusi PDB pariwisata Indonesia meningkat dari 4% pada 2011 menjadi 5,5% pada 2019. Produk pariwisata terbagi menjadi tiga kategori utama: wisata budaya, kuliner, dan daerah. Kuliner memiliki peran besar, selain sebagai kebutuhan wisatawan, juga sebagai identitas daerah dan daya tarik utama. Kuliner sering dijadikan ikon daerah yang mengundang wisatawan dan menghubungkan komunitas dengan wilayah tertentu.

Wisata kuliner tidak hanya sebagai tujuan utama, tetapi juga bagian dari perjalanan wisata secara keseluruhan. Kuliner menarik wisatawan lokal dan mancanegara dengan menonjolkan budaya melalui hidangan khas daerah. Dalam mengembangkan wisata kuliner, kualitas rasa dan presentasi sangat penting untuk menggambarkan keunikan daerah dan pengalaman gastronomi yang khas. Menurut data Kemenparekraf, pada paruh pertama 2023, Indonesia mencatatkan 433,57 juta perjalanan wisatawan, naik 12,57% dibandingkan tahun sebelumnya. Kunjungan wisatawan mancanegara pada Juni 2023 mencapai 1,06 juta, naik 11,44% dibandingkan Mei 2023 yang hanya 963 ribu kunjungan.

Gen Z merupakan sekelompok orang yang lahir antara tahun 1997 sampai dengan 2012, Perkiraan usia gen Z ialah 12 sampai 27 tahun. Karakteristik gen Z adalah kreatif, peduli terhadap sesama lingkungan, *FOMO*, ekspresif, melek teknologi, dan merupakan generasi *visual*. Generasi Z lebih memprioritaskan hal yang dapat menciptakan pengalaman unik dan berani

mengeluarkan anggaran lebih untuk sesuatu yang belum pernah didapatkan. Seni kuliner menjadi penilaian bagi gen Z baik dalam segi rasa maupun tampilan sebagai acuan untuk memilih restoran yang akan dikunjungi dan menikmati hidangannya. presentasi hidangan menjadi hal yang penting bagi setiap restoran karena pelanggan dari generasi Z lebih ekspresif dalam memilih hidangan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana seni kuliner dapat menjadi daya tarik bagi generasi Z di Kota Tangerang. Sebagai informasi untuk mengetahui bagaimana kreativitas seni kuliner dapat berdampak pada antusias gen Z di Kota Tangerang untuk berkunjung.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dalam metode kualitatif, yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui wawancara. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan secara sistematis dan memerlukan waktu yang cukup panjang. Teknik pengambilan data utama adalah wawancara, yang bertujuan untuk mendapatkan data yang terstruktur dan akurat. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa pengumpulan data adalah tahapan krusial untuk memperoleh data yang tepat dan akurat. Wawancara dipilih sebagai metode karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi permasalahan yang relevan dan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pandangan responden (AA Efendy, 2020). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada gen Z di Kota Tangerang, serta ahli di bidang seni kuliner, seperti pengajar di Universitas Matana dan chef di Novotel Tangerang.

Lokasi penelitian berada di Kota Tangerang, yang memiliki potensi pariwisata dan kuliner yang menarik, serta populasi yang berkembang pesat. Kota ini terletak di Provinsi Banten dan memiliki keanekaragaman budaya yang menciptakan peluang untuk menggali kreativitas seni kuliner sebagai daya tarik bagi gen Z. Penelitian ini menggunakan purposive sampling untuk memilih informan yang relevan, dengan tujuan untuk memperoleh wawasan yang mendalam mengenai kreativitas seni kuliner. Informan penelitian mencakup gen Z dari berbagai latar belakang pendidikan dan pengalaman kuliner, serta ahli dalam bidang kuliner.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah wawancara, yang dirancang untuk mengumpulkan data secara terstruktur dan mendalam. Data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi kemudian dianalisis untuk dapat menggambarkan kualitas atau karakteristik subjek penelitian. Dalam hal ini, data kualitatif yang diperoleh berupa deskripsi naratif yang menggambarkan pandangan dan pengalaman informan. Untuk menganalisis data, penelitian ini mengadaptasi Flow Model dari Miles dan Huberman. Tahapan analisis mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan disusun dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan tema yang relevan dengan penelitian. Triangulasi data digunakan untuk menguji keabsahan data, dengan membandingkan hasil wawancara dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data yang berbeda.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana kreativitas seni kuliner dapat menjadi daya tarik bagi gen Z, dengan memanfaatkan wawancara mendalam dan teknik analisis data yang sistematis.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data/Objek Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara pada penelitian yang dilakukan kepada gen Z sebagai konsumen pada bidang kuliner dan ahli pada bidang seni kuliner, wawancara ahli pada bidang kuliner pada penelitian ini ditujukan pada dosen *culinary art* dan *banquet chef* dan staf chef di Novotel Tangerang. Wawancara pada gen Z dilakukan karena gen Z merupakan target pada wawancara pada penelitian ini sebagai acuan bagaimana kreativitas seni kuliner dapat menjadi daya tarik bagi gen Z di Kota Tangerang.

2. Wawancara Ahli Kuliner

Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai tiga ahli kuliner untuk menggali lebih dalam bagaimana seni kuliner dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Wawancara dilakukan dengan Chef Hady Chandra, dosen *culinary art* di Universitas Matana; Chef Susanto, *banquet chef* di Novotel Tangerang; dan Chef Rodin, *demi chef* di Novotel Tangerang. Berikut adalah rangkuman hasil wawancara mereka:

a) Chef Hady Chandra (Dosen *Culinary Art*, Universitas Matana)

Chef Hady menjelaskan bahwa rasa adalah unsur paling penting dalam seni kuliner, karena rasa adalah elemen utama yang membuat hidangan menarik dan menggugah selera. Menurutnya, pemilihan bahan yang berkualitas dan proses pengolahan yang tepat menjadi kunci untuk menghasilkan rasa yang nikmat. Rasa yang unik dan tidak mudah ditemukan di restoran lain dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Chef Hady juga menyoroti pentingnya tampilan sebagai faktor penentu daya tarik. Penampilan yang menarik dapat meningkatkan selera makan karena mata lebih dulu menilai suatu hidangan sebelum mulut mencicipinya. Tampilan yang menarik dan unik, dengan kontras warna yang harmonis, akan memberikan kesan positif kepada konsumen. Selain itu, tampilan hidangan yang konsisten dengan identitas restoran akan memperkuat karakter restoran itu sendiri. Chef Hady menegaskan bahwa tampilan yang unik, namun tetap estetik, dapat memperkaya pengalaman gastronomi yang dinikmati oleh pengunjung.

b) Chef Susanto (Banquet Chef, Novotel Tangerang)

Chef Susanto menyatakan bahwa rasa adalah faktor utama yang menentukan kualitas suatu hidangan, dan rasa juga mencerminkan keotentikan kuliner. Proses pemilihan bahan dan cara pengolahan sangat mempengaruhi rasa akhir yang disajikan kepada pelanggan. Chef Susanto menekankan bahwa rasa yang konsisten dan otentik akan membentuk memori positif bagi pelanggan. Rasa yang diingat akan menciptakan kesan yang baik, sehingga konsumen cenderung kembali lagi. Selain rasa, Chef Susanto juga mengungkapkan bahwa tampilan sangat berperan penting di era digital saat ini, di mana konsumen sering mengabadikan makanan yang mereka nikmati di media sosial. Tampilan hidangan yang menarik dan estetik akan memicu keinginan konsumen untuk memotretnya dan juga membagikan

pengalaman kuliner mereka. Berbagai jenis tampilan yang bisa menarik perhatian antara lain penyusunan yang unik, tampilan yang elegan dan mewah, atau yang memanfaatkan unsur estetika tertentu. Chef Susanto berpendapat bahwa tampilan juga bisa menjadi cara untuk memperkenalkan identitas atau ciri khas restoran kepada pengunjung.

c) Chef Rodin (Demi Chef, Novotel Tangerang)

Chef Rodin juga menegaskan pentingnya rasa sebagai elemen utama dalam seni kuliner, karena rasa yang baik akan menentukan apakah konsumen puas atau tidak dengan hidangan yang disajikan. Menurutnya, rasa juga dapat menjadi daya tarik jika hanya dapat ditemukan di satu restoran tertentu, sehingga menciptakan pengalaman yang unik bagi konsumen. Chef Rodin menyebutkan bahwa lidah setiap orang berbeda, oleh karena itu penting bagi restoran untuk memiliki variasi dalam rasa yang dapat menyesuaikan dengan selera pelanggan. Di sisi lain, Chef Rodin menyatakan bahwa tampilan tidak kalah pentingnya. Tampilan adalah hal pertama yang dilihat oleh konsumen sebelum mereka mencicipi hidangan, dan dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas hidangan tersebut. Bagi generasi Z, yang sangat aktif di media sosial, tampilan yang unik, kreatif, dan instagrammable akan menjadi daya tarik utama. Chef Rodin menambahkan bahwa tampilan yang menarik bisa menciptakan kesan bahwa restoran tersebut serius dalam menyajikan hidangan berkualitas dan berkelas.

Secara keseluruhan, para ahli sepakat bahwa seni kuliner tidak hanya melibatkan rasa, tetapi juga tampilan yang menarik. Rasa yang unik dan autentik serta tampilan yang estetik dan menarik memiliki peran penting dalam menciptakan daya tarik bagi konsumen, baik itu wisatawan lokal maupun mancanegara. Selain itu, dalam era digital dan media sosial, tampilan yang instagrammable juga menjadi salah satu faktor yang tidak dapat diabaikan dalam menarik minat pengunjung, terutama bagi

generasi Z yang lebih aktif berbagi pengalaman mereka secara visual.

3. Wawancara dengan Gen Z

Untuk memahami bagaimana generasi Z di Kota Tangerang memandang seni kuliner sebagai daya tarik, penulis melakukan wawancara dengan 9 orang dari generasi Z yang terdiri dari 4 perempuan dan 5 laki-laki. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pandangan mereka mengenai dua faktor utama dalam seni kuliner, yaitu rasa dan tampilan. Berikut ini adalah hasil wawancara dengan generasi Z terkait kedua aspek tersebut:

a) Erin (Generasi Z, Kota Tangerang)

Erin menekankan bahwa rasa adalah elemen penting dalam seni kuliner. Ia percaya bahwa rasa menggambarkan kualitas bahan yang digunakan dan cara pengolahan hidangan. Rasa yang unik dan belum pernah dicoba sebelumnya menjadi daya tarik utama bagi Erin. Ia juga menyatakan bahwa tampilan sangat penting, karena itu adalah hal pertama yang dilihat sebelum menyantap hidangan. Menurutnya, tampilan yang unik dapat membedakan suatu restoran dari kompetitor lainnya, dan menjadi daya tarik tambahan untuk mencicipi hidangan tersebut.

b) Melly (Generasi Z, Kota Tangerang)

Melly menganggap rasa sebagai faktor penting yang menentukan identitas suatu hidangan. Rasa yang asli dan original adalah daya tarik baginya karena mencerminkan keaslian dan citra dari sebuah hidangan. Selain rasa, Melly juga menganggap tampilan penting, karena penilaian pertama datang dari tampilan visual hidangan sebelum mencicipinya. Tampilan yang unik dan berbeda dari yang lain akan menarik perhatian dan memberikan kesan tersendiri bagi pelanggan.

c) Donita (Generasi Z, Kota Tangerang)

Menurut Donita, rasa adalah faktor utama dalam menarik perhatian konsumen karena rasa yang sesuai dengan selera akan membentuk pengalaman kuliner yang positif. Rasa yang unik menjadi daya tarik bagi Donita karena bisa membedakan restoran satu dengan lainnya. Dalam hal

tampilan, ia juga menekankan bahwa tampilan yang menarik dapat menciptakan keinginan untuk mencoba hidangan. Tampilan yang unik akan memberikan kesan bahwa restoran tersebut memiliki identitas yang berbeda.

d) Niken (Generasi Z, Kota Tangerang)

Niken menganggap rasa sebagai penentu kepuasan terhadap hidangan. Rasa yang dapat menjadi daya tarik adalah rasa yang unik dan berbeda dari restoran lain yang menyediakan menu yang sama. Untuk tampilan, Niken percaya bahwa tampilan yang sesuai dengan konsep dan keaslian hidangan akan menjadi daya tarik yang kuat. Penataan hidangan yang estetik dapat menggugah selera dan memperkaya pengalaman makan.

e) Andre (Generasi Z, Kota Tangerang)

Andre menilai rasa sebagai faktor yang sangat penting karena mempengaruhi keputusan konsumen untuk kembali lagi ke restoran. Rasa yang original menjadi daya tarik utama menurutnya, karena itu mencerminkan kualitas dan keaslian hidangan. Untuk tampilan, Andre percaya bahwa penampilan yang unik, namun tidak berlebihan, akan memberi kesan positif dan menarik bagi konsumen.

f) Bastian (Generasi Z, Kota Tangerang)

Bastian juga menilai rasa sebagai elemen yang sangat penting dalam seni kuliner. Rasa menunjukkan niat dan kualitas pengolahan hidangan. Bastian berpendapat bahwa rasa yang original menjadi daya tarik utama, karena itulah yang mencerminkan identitas suatu restoran. Tampilan, menurut Bastian, sangat penting dalam menarik perhatian, dan tampilan yang unik bisa menciptakan kesan pertama yang baik untuk pelanggan.

g) Adam (Generasi Z, Kota Tangerang)

Adam menganggap rasa sebagai hal yang menentukan kualitas hidangan. Rasa yang original menjadi daya tarik karena menciptakan kesan yang baik dan memotivasi konsumen untuk kembali. Dalam hal tampilan, Adam percaya bahwa penampilan yang unik

dan sedikit modifikasi akan menarik perhatian dan meningkatkan selera makan. Tampilan ini memberikan kesan estetika yang menyenangkan bagi konsumen.

h) Rio (Generasi Z, Kota Tangerang)

Rio juga percaya bahwa rasa adalah faktor penting yang memberikan pengalaman sensorik yang menyenangkan. Rasa yang asli dari hidangan dapat menjadi daya tarik karena menciptakan kesan terhadap suatu restoran. Dalam hal tampilan, Rio menekankan bahwa tampilan yang baik dan tidak berlebihan dapat memberikan pengaruh psikologis positif kepada konsumen dan meningkatkan selera makan.

i) Okhan (Generasi Z, Kota Tangerang)

Okhan menilai rasa sebagai elemen yang penting karena rasa yang baik menciptakan kepuasan bagi konsumen dan menjadi identitas hidangan. Rasa yang asli menjadi daya tarik karena itu menunjukkan keaslian hidangan tersebut. Tampilan juga dianggap penting oleh Okhan, karena tampilannya dapat menarik perhatian dan menjadi identitas dari restoran. Tampilan yang sesuai dengan aslinya, tanpa berlebihan, akan memberikan kesan yang baik bagi konsumen.

4. Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan teori *Miles and Huberman*, data yang telah terkumpul selanjutnya akan direduksi, reduksi data berfungsi memfokuskan data yang mengarah dalam menyelesaikan masalah yang dapat menjawab permasalahan yang dibahas pada penelitian. Berikut hasil reduksi data dari wawancara yang dilakukan. Seni kuliner mengenai hidangan atau berbagai hal yang berhubungan dengan makanan dan minuman dalam segi rasa maupun tampilan.

5. Rasa

Para ahli pada bidang seni kuliner dan generasi Z dengan konsisten menyatakan bahwa mereka mengatakan pemilihan bahan baku yang tepat dan teknik masak yang baik dapat menciptakan rasa yang dapat menggugah selera. Ahli pada bidang seni kuliner dan generasi Z menyatakan

bahwa pentingnya sebuah rasa yang dianggap sebagai pondasi pada sebuah seni kuliner sehingga pemilihan bahan dan proses pengolahan menjadi hal yang penting dalam menciptakan rasa yang nikmat. Rasa pada seni kuliner dapat menjadi daya tarik karena rasa yang tidak bisa didapat pada restoran lainnya. Rasa dapat menjadi identitas pada sebuah hidangan yang tersaji. Rasa pada satu restoran dapat dijadikan pembandingan dengan restoran lainnya karena menunjukkan keotentikan sebuah hidangan pada suatu restoran. Rasa menjadi bagian penting selain sebuah tampilan dalam pada hidangan. Daya tarik bagi pelanggan tercipta dari rasa yang pernah di konsumsi. Memori pelanggan akan tercipta positif jika ingatan tentang rasa menunjukkan rasa yang positif bagi pelanggan. Rasa menunjukkan keseriusan sebuah restoran terhadap hidangan yang disajikan. Rasa pada seni kuliner menjadi hal penting karena dapat menciptakan pengalaman sensorik, yang kemudian menjadi kesan terhadap suatu hidangan.

6. Tampilan

Tampilan yang menarik dalam menyajikan makanan (*food plating*) dapat menciptakan kesan yang baik terhadap suatu hidangan. Seni kuliner bukan sekedar melengkapi kebutuhan gizi, akan tetapi tentang memberikan pengalaman baru yang menarik secara *visual*. Berdasarkan hasil reduksi data pada wawancara, para ahli pada bidang seni kuliner dan generasi Z menyatakan bahwa suatu tampilan yang menarik dapat menciptakan kesan yang baik terhadap suatu hidangan. Para ahli bidang seni kuliner dan generasi Z menyatakan bahwa pentingnya sebuah tampilan pada seni kuliner karena tampilan adalah penilaian pertama saat hidangan disajikan sebelum hidangan disantap. Tampilan merupakan penilaian visual terhadap suatu hidangan. Dengan tampilan sebuah restoran dapat terlihat bagaimana keseriusan sebuah restoran dalam menyajikan hidangan, disaat mata tidak mampu menerima, maka sangat jarang mulut akan bisa menerima. Tampilan dapat menjadi daya tarik dikarenakan tampilan dapat menambah kelezatan pada suatu kuliner. Tampilan dapat dijadikan identitas dan karakter

suatu restoran, karena tampilan pada hidangan juga dapat menciptakan *experience* bagi penikmatnya. Tampilan dapat menjadi daya tarik seperti warna atau kontras yang ada dalam hidangan. Dari tampilan juga bisa menciptakan kesan pada hidangan sehingga meningkatkan selera untuk menikmati hidangannya. Tampilan dapat menjadi memori atau pengingat pada sebuah hidangan.

B. Pembahasan

Analisis hasil penelitian pada penelitian ini membahas 2 faktor yang relevan terhadap hasil wawancara yang ditujukan pada para ahli dibidang seni kuliner dan generasi Z di Kota Tangerang mengenai seni kuliner yang menjadi daya tarik bagi gen Z di Kota Tangerang, yaitu rasa dan tampilan (*visual*). Berdasarkan data hasil dari wawancara yang dilakukan kepada para ahli pada bidang seni kuliner dan generasi Z di Kota Tangerang mengenai seni kuliner yang menjadi daya tarik, faktor rasa dan tampilan mempunyai peran yang penting dalam menjadi daya tarik. Dalam segi rasa dan tampilan, para ahli pada bidang seni kuliner dan generasi Z memiliki perspektif atau padangan masing-masing.

1. Rasa

Dalam segi rasa, pemilihan bahan baku yang tepat dan teknik masak yang baik dapat menciptakan rasa yang dapat menggugah selera. Berdasarkan hasil wawancara yang ditujukan pada gen Z menunjukkan bahwa mereka memiliki pendapat mengenai rasa yang dapat menjadi daya tarik. Generasi Z terbukti sangat selektif terhadap pemilihan sebuah hidangan dalam segi rasa. Sebuah rasa dianggap hal yang utama dalam pemilihan hidangan, karena faktor rasa dapat menjadi penentu ketertarikan pada sebuah restoran. Rasa dijadikan alat pembandingan antar restoran karena rasa merupakan identitas pada suatu hidangan. Dalam segi rasa, generasi Z memiliki selera rasa yang beraneka ragam. Rasa yang unik dalam suatu hidangan dan rasa yang dimodifikasi dapat menjadi ketertarikan bagi generasi Z, karena keunikan rasa modifikasi tersebut dapat menjadi pembeda dari suatu restoran terhadap restoran lain yang menyediakan menu hidangan yang sama. Keaslian rasa dan originalitas sebuah rasa dapat menjadi keotentikan dan menjadi daya tarik terhadap suatu hidangan pada

suatu restoran yang menyediakan menu dengan rasa yang asli. Rasa yang tercipta dari sebuah hidangan menunjukkan identitas dan keseriusan sebuah restoran dalam menyajikan hidangan sehingga membentuk suatu ingatan kepada pelanggan yang menjadi penentu apakah layak untuk dinikmati kembali atau tidak. Hal tersebut yang menjadikan rasa menjadi hal yang penting dalam sebuah seni kuliner.

2. Tampilan

Dalam segi tampilan, terlihat bagaimana tampilan merupakan hal yang penting dalam sebuah hidangan. Tampilan merupakan suatu komposisi yang diatur dan disesuaikan melalui permainan warna dan disusun secara menarik. Berdasarkan hasil wawancara yang ditujukan pada gen Z menunjukkan bahwa mereka memiliki pendapat mengenai tampilan pada suatu hidangan yang dapat menjadi daya tarik. Generasi Z berpendapat bahwa suatu tampilan yang menarik dapat menciptakan kesan yang baik terhadap suatu hidangan. Tampilan merupakan penilaian pertama secara *visual* sebelum sebuah hidangan dinikmati. Tampilan dapat menjadi faktor ketertarikan terhadap sebuah hidangan. Pemilihan, penyusunan, dan peletakan warna menjadi hal krusial dalam tampilan pada hidangan. Tampilan hidangan yg baik cenderung memberikan pengaruh psikologis yang dapat membuat pelanggan beranggapan bahwa makanan tersebut nikmat. Dengan faktor tampilan, terlihat bagaimana keseriusan penataan sebuah hidangan pada restoran terhadap presentasi yang disajikan. Sebuah tampilan dalam presentasi dapat dijadikan media promosi, karena suatu tampilan dapat menjadi penarik minat bagi pelanggan. Presentasi tampilan hidangan yang baik dapat menjadi memori positif, sehingga dapat menjadi faktor penentu apakah layak untuk dikunjungi atau tidak.

3. Implementasi Manajerial

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat menjelaskan bagaimana generasi Z sangat selektif dalam memilih suatu hidangan sebagai daya tarik. Dalam segi rasa yang menyebutkan bahwa pemilihan suatu bahan olahan yang baik dan teknik masak

yang tepat dapat menciptakan rasa yang dapat menggugah selera. Dalam segi tampilan menyatakan bahwa presentasi tampilan (*food plating*) yang menarik dalam menyajikan hidangan dapat menciptakan kesan yang baik terhadap suatu hidangan. Dengan pemilihan bahan baku dan proses pengolahan yang baik serta presentasi tampilan yang menarik, pemilik suatu usaha seni kuliner dapat menyajikan hidangan yang menarik dan menggugah selera bagi pengunjung sehingga dapat menciptakan kesan yang baik terhadap suatu hidangan. Kesan yang baik terhadap sebuah rasa dan tampilan suatu hidangan dapat menjadi penentu bagi kedepannya sebuah restoran, dan menjadi penarik minat untuk berkunjung terutama bagi generasi Z di Kota Tangerang.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Simpulan merupakan bagian akhir dari penelitian, simpulan berisikan rangkuman temuan utama dari penelitian yang berjudul "Analisis Kreativitas Seni Kuliner Sebagai Daya Tarik Bagi Gen Z di Kota Tangerang".

Kesimpulannya adalah Generasi Z memiliki kepekaan yang tinggi terhadap rasa dalam pemilihan hidangan. Pemilihan bahan baku yang tepat dan teknik masak yang baik sangat penting dalam menciptakan rasa yang nikmat. Rasa dianggap sebagai faktor utama dalam menentukan daya tarik sebuah hidangan, bahkan menjadi alat pembanding antar restoran. Gen Z tertarik dengan rasa yang dimodifikasi atau memiliki keaslian dan originalitas tertentu, karena hal tersebut dapat menjadi ciri khas suatu restoran. Pemahaman tentang rasa generasi Z tertarik dengan rasa yang autentik, beragam, dan unik. Sangat penting bagi pelaku industri kuliner untuk menarik minat dan mempertahankan pelanggan dari generasi ini.

Pemahaman tentang pentingnya tampilan dalam menciptakan pengalaman makan yang positif bagi Generasi Z merupakan hal yang penting bagi pelaku usaha kuliner. Tampilan hidangan merupakan faktor penilaian pertama secara *visual* sebelum hidangan dinikmati. Tampilan yang baik juga diyakini dapat memberikan pengaruh psikologis yang positif kepada pelanggan. Tampilan yang menarik, terorganisir, dan memikat hati tidak hanya menciptakan kesan yang baik, tetapi

juga dapat menjadi faktor penentu apakah suatu restoran layak untuk dikunjungi kembali atau tidak.

B. Saran

Berdasarkan hasil pada penelitian yang dilakukan mengenai seni kuliner sebagai daya tarik bagi gen Z di Kota Tangerang, yang dijelaskan pada teori seni kuliner terdiri dari segi rasa dan tampilan. Harapannya, penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi pengembangan teori-teori lain yang dapat memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor dalam seni kuliner yang bisa menjadi daya tarik. Dengan pengembangan teori-teori lain, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperdalam mengenai seni kuliner dapat menjadi daya tarik. Bagi pemilik usaha kuliner, atau yang akan membuka usaha kuliner diharapkan dapat memperhatikan pemilihan bahan baku yang tepat dan proses pengolahan suatu hidangan sehingga dapat menciptakan rasa yang dapat menggugah selera.

DAFTAR RUJUKAN

- AA Efendy dan, D Sunarsi (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan
- Khusnul, L. dan, & Ugie, Y. (2018). Pelayanan Restoran Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan. Retrieved from
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sefania, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Tembi Rumah Budaya, Sewon, Bantul (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta).
- Manalu, F. V. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatia, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146-156.
- Poli, P. Y. C., Lopian, S. J., & Loindong, S. S. (2023). PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA BUKIT KASIH KANONANG. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 821-832.
- Murdiana, M., Jumri, R., & Damara, B. E. P. (2020). Pengembangan Kreativitas Guru dalam Pembelajaran Matematika. *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, 5(2), 152-160.
- Halawa, S. J., Ndraha, A. B., & Telaumbanua, Y. (2022). Dinamika Perubahan Profesionalisme Pegawai sebagai Bentuk Adaptasi Sistem Kerja Baru di Tempat Usaha di Kota Gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1525-1534.
- Yuliani, N., Yunianto, A., & Amalia, D. (2024). Inovasi Kewirausahaan dalam Industri Makanan Melalui Kreativitas dan Teknologi (Studi Kasus Restoran AvoEats). *Jurnal Inovasi Kewirausahaan*, 1(1), 6-18.
- SIGA, A. L. (2023). *PENDAMPINGAN BUMKAL BANGUN KAMULYAN UNIT USAHA KULINER SEKAR MATARAM KALURAHAN BANGUNJIWO KAPANEWON KASIHAN KABUPATEN BANTUL* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa" APMD").
- Sumantri, V., & Puspadewi, R. N. M. S. (2023). ANALISIS PENGARUH VARIASI MENU MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN BANDAR DJAKARTA, ALAM SUTERA. *Cross-border*, 6(2), 915-931.