

BOARD GAME EXPERIENCE SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS: RESTO SAMBAL BAKAR SULTAN)

Komang Surya Putra Darmawan^{1*}, I Komang Widya Purnamayasa²

^{1,2}Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

suryaputra7898@gmail.com^{1*}, komang.yasa1990@gmail.com²

ABSTRAK

Persaingan usaha kuliner menuntut pelaku bisnis untuk tidak hanya berfokus pada kualitas makanan, tetapi juga pada penciptaan pengalaman yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu strategi yang mulai diterapkan adalah penyediaan Board Game sebagai bagian dari experiential marketing di restoran. Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh Board Game experience terhadap kepuasan pelanggan di Resto Sambal Bakar Sultan, Kota Mataram. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Board Game memberikan pengalaman sosial dan emosional yang meningkatkan rasa nyaman, kebersamaan, serta kepuasan pelanggan, sekaligus mendorong niat berkunjung kembali dan rekomendasi positif.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Experiential Marketing, Board Game Experience, Restoran Keluarga

ABSTRACT

Competition in the culinary industry encourages businesses to focus not only on food quality but also on creating meaningful customer experiences. One experiential marketing strategy increasingly adopted is the provision of board games in restaurants. This study aims to examine how board game experiences influence customer satisfaction at Sambal Bakar Sultan Restaurant in Mataram. Using a qualitative case study approach, data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The findings indicate that board games generate social and emotional experiences that enhance comfort, togetherness, and customer satisfaction, while also encouraging revisit intentions and positive word of mouth.

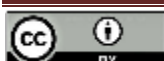
Keywords: Customer Satisfaction, Experiential Marketing, Board Game Experience, Family Restaurant

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat dan berperan penting dalam perekonomian kreatif nasional dalam satu dekade terakhir. Pertumbuhan ekonomi yang relatif stabil, peningkatan pendapatan masyarakat, serta perubahan gaya hidup turut mendorong meningkatnya aktivitas konsumsi di luar rumah. Aktivitas makan tidak lagi dipahami semata sebagai pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan juga sebagai bentuk rekreasi dan sarana interaksi sosial. Kondisi ini mendorong pertumbuhan berbagai jenis usaha kuliner, mulai dari restoran keluarga hingga kafe tematik di berbagai daerah. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2023 mencatat bahwa subsektor kuliner masih menjadi penyumbang terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia, dengan kontribusi lebih dari 40 persen. Data tersebut

menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki peran strategis, tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga secara sosial dan budaya. (Purwanto & Pancawati, 2024)

Perkembangan tersebut turut memengaruhi cara pandang konsumen terhadap pengalaman makan. Restoran tidak lagi dinilai hanya dari kualitas rasa makanan, melainkan juga dari suasana, pelayanan, serta pengalaman menyeluruh yang dirasakan selama berada di tempat tersebut. (Wijaya, 2019) menjelaskan bahwa industri kuliner Indonesia telah bergerak ke arah *experience-based consumption*, di mana konsumen membeli pengalaman yang melekat pada produk makanan. Dalam konteks ini, restoran yang mampu menghadirkan pengalaman berkesan cenderung lebih diminati karena dapat memenuhi kebutuhan emosional dan sosial konsumen, khususnya pada segmen keluarga dan kelompok sosial.



Perubahan pola konsumsi tersebut mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada produk, tetapi juga pada penciptaan pengalaman. Konsep pemasaran berbasis pengalaman atau experiential marketing menjadi salah satu pendekatan yang banyak diterapkan dalam industri jasa, termasuk sektor kuliner. Mackiewicz (2018) menyatakan bahwa pengalaman konsumen dapat dibentuk melalui stimulasi sensorik, emosional, kognitif, dan sosial yang dirancang secara terintegrasi. Dalam praktiknya, restoran mengimplementasikan konsep ini melalui desain interior, pelayanan personal, hingga penyediaan hiburan yang mampu menciptakan suasana menyenangkan dan meningkatkan keterlibatan pengunjung.

Salah satu bentuk hiburan yang umum digunakan oleh restoran dan kafe adalah pertunjukan musik langsung atau *live music*. Hiburan ini terbukti mampu membangun atmosfer emosional dan meningkatkan kenyamanan pengunjung. Penelitian Asmara et al. (2023) menunjukkan bahwa pertunjukan *live music* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan karena mampu menciptakan suasana santai dan menyenangkan. Temuan serupa juga disampaikan oleh Mahendra & Putra (2024) yang menegaskan bahwa musik berfungsi sebagai elemen atmosferik yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dan lingkungan restoran. Namun, bentuk hiburan seperti musik atau komedi pada umumnya bersifat pasif, di mana konsumen berperan sebagai penonton.

Seiring berkembangnya preferensi konsumen, muncul kebutuhan akan bentuk hiburan yang lebih partisipatif dan berorientasi pada interaksi sosial. Konsumen, khususnya pada restoran keluarga, tidak hanya mencari hiburan untuk ditonton, tetapi juga aktivitas yang dapat dilakukan bersama. Salah satu alternatif hiburan yang mulai diperkenalkan dalam konteks restoran adalah penyediaan *Board Game*. *Board Game* merupakan permainan meja yang dimainkan oleh dua orang atau lebih dengan melibatkan interaksi, komunikasi, dan kerja sama antar pemain. Aktivitas ini memiliki potensi besar dalam menciptakan kebersamaan dan memperkuat hubungan sosial antar pengunjung.

Board Game dalam konteks hospitality mulai dipandang sebagai bagian dari strategi pemasaran berbasis pengalaman. Parantika et al. (2025) menjelaskan bahwa keberadaan *Board Game* di kafe dan tempat makan mampu menciptakan

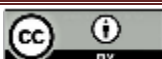
pengalaman unik yang mendorong keterlibatan konsumen secara aktif. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa konsumen cenderung menghabiskan waktu lebih lama dan merasakan kepuasan yang lebih tinggi ketika terlibat dalam aktivitas bermain bersama. Temuan ini mengindikasikan bahwa *Board Game* tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pencipta pengalaman sosial yang bernilai bagi konsumen.

Selain berdampak pada pengalaman sosial, penyediaan *Board Game* juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi pelanggan. Ketika pengunjung merasa nyaman dan terlibat secara emosional, mereka cenderung memperpanjang durasi kunjungan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan intensitas konsumsi. Aktivitas sosial yang terintegrasi dengan konsumsi di tempat usaha dapat menciptakan pengalaman yang berkesan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, *Board Game* menjadi salah satu bentuk inovasi yang relatif jarang diterapkan pada restoran keluarga, khususnya di daerah non-metropolitan. (Firmando & Poan, 2023)

Fenomena tersebut sejalan dengan karakteristik budaya masyarakat Indonesia yang menjunjung tinggi nilai kebersamaan. Sehingga restoran dan kafe tidak lagi sekadar tempat makan, tetapi juga ruang berkumpul dan berinteraksi. Penyediaan *Board Game* menjadi salah satu cara untuk menjawab kebutuhan tersebut karena menghadirkan aktivitas yang dapat dinikmati bersama tanpa menghilangkan fungsi utama restoran sebagai tempat makan.

Salah satu restoran keluarga yang menerapkan konsep ini adalah Resto Sambal Bakar Sultan yang berlokasi di Ampenan, Mataram. Restoran ini menyediakan fasilitas *Board Game* sebagai bagian dari pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung. Berbeda dengan konsep *Board Game cafe* yang secara khusus berfokus pada permainan, Sambal Bakar Sultan tetap menempatkan makanan sebagai produk utama, sementara *Board Game* berperan sebagai fasilitas pendukung yang memperkaya pengalaman konsumen. Keberadaan *Board Game* di restoran ini menjadi pembeda yang menarik dibandingkan restoran keluarga lain di wilayah yang sama.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji bagaimana pengalaman bermain *Board Game* (*Board Game experience*) yang disediakan oleh Resto Sambal Bakar Sultan dapat memengaruhi kepuasan



konsumen. Penelitian ini menempatkan *Board Game* sebagai elemen *experiential marketing* yang tidak lazim diterapkan pada restoran keluarga, serta mengkaji penerapannya pada tempat makan yang bukan merupakan *Board Game cafe* secara utuh. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mendalam mengenai peran *Board Game* dalam membentuk pengalaman dan kepuasan konsumen di sektor kuliner lokal.

Hipotesis sementara yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa semakin positif pengalaman bermain *Board Game* yang dirasakan pengunjung, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen di Resto Sambal Bakar Sultan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam kajian pemasaran, khususnya pada pemasaran jasa yang menempatkan pengalaman konsumen sebagai bagian tidak terpisahkan dari nilai yang dirasakan. Dalam industri kuliner, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting keberhasilan usaha karena secara langsung berkaitan dengan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Kotler & Keller (2022) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk melalui proses evaluasi subjektif konsumen terhadap kesesuaian antara harapan awal sebelum konsumsi dengan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah konsumsi berlangsung. Apabila kinerja yang diterima mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi, maka pelanggan akan membentuk penilaian positif yang diwujudkan dalam rasa puas. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman akan memunculkan ketidakpuasan.

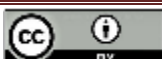
Dalam konteks jasa, kepuasan pelanggan tidak dapat dilepaskan dari karakteristik jasa itu sendiri yang bersifat tidak berwujud, tidak terpisahkan dari penyedia, serta sangat bergantung pada interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa. Oleh karena itu, Kotler dan Keller menegaskan bahwa kepuasan pelanggan dalam jasa tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk inti, seperti makanan dan minuman pada restoran, tetapi juga oleh keseluruhan rangkaian pengalaman yang menyertai proses konsumsi. Pengalaman tersebut mencakup suasana lingkungan, kualitas pelayanan, interaksi sosial, serta keterlibatan emosional pelanggan selama berada di lokasi usaha. Dengan demikian, kepuasan pelanggan

merupakan hasil dari akumulasi berbagai elemen pengalaman yang dirasakan secara simultan.

Perkembangan perilaku konsumen menunjukkan adanya pergeseran orientasi dari sekadar pencarian produk menuju pencarian pengalaman yang bermakna. Konsumen masa kini cenderung menghargai nilai emosional dan sosial yang mereka peroleh selama berinteraksi dengan suatu merek atau tempat usaha. Menanggapi perubahan ini, konsep *experiential marketing* berkembang sebagai pendekatan pemasaran yang menekankan penciptaan pengalaman holistik bagi konsumen. Kotler & Keller (2022) memandang pengalaman pelanggan sebagai sumber nilai strategis yang mampu membedakan suatu usaha dari pesaingnya, terutama pada industri jasa yang produknya relatif mudah ditiru. Melalui *experiential marketing*, perusahaan tidak hanya menawarkan manfaat fungsional, tetapi juga berupaya melibatkan konsumen secara emosional, sensorik, kognitif, dan sosial.

Dalam industri restoran, penerapan *experiential marketing* dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk inovasi yang memperkaya pengalaman pelanggan selama berada di restoran. Salah satu bentuk implementasi yang relevan adalah penyediaan fasilitas board game sebagai aktivitas pendukung. Board game experience memungkinkan pelanggan terlibat secara aktif dalam kegiatan bermain yang bersifat interaktif, mendorong komunikasi, kerja sama, serta interaksi sosial antaranggota kelompok. Aktivitas ini menciptakan suasana santai, menyenangkan, dan penuh kebersamaan, sehingga pelanggan tidak hanya datang untuk memenuhi kebutuhan makan, tetapi juga untuk menikmati waktu bersama keluarga atau teman. Kehadiran board game juga berpotensi mengurangi ketergantungan pelanggan pada gawai, sehingga interaksi tatap muka menjadi lebih intens.

Jika dikaitkan dengan teori kepuasan pelanggan menurut Kotler, board game experience dapat dipahami sebagai bagian dari kinerja aktual jasa restoran yang dievaluasi pelanggan setelah kunjungan. Pada banyak kasus, pelanggan tidak memiliki ekspektasi awal terhadap keberadaan fasilitas board game di restoran. Ketika pelanggan kemudian merasakan pengalaman bermain yang menyenangkan dan bernilai, kondisi ini dapat memunculkan *positive disconfirmation*, yaitu situasi ketika pengalaman yang diterima melebihi harapan awal konsumen. *Positive disconfirmation* inilah yang menjadi faktor penting dalam memperkuat kepuasan pelanggan, karena konsumen merasakan adanya nilai tambah yang



tidak terduga selama proses konsumsi.

Lebih lanjut, pengalaman emosional dan sosial yang dihasilkan melalui board game experience melengkapi kepuasan yang bersumber dari kualitas makanan dan pelayanan. Dalam kerangka teori Kotler, kepuasan pelanggan tidak lagi dipandang sebagai hasil evaluasi terhadap satu elemen tunggal, melainkan sebagai hasil penilaian menyeluruh terhadap seluruh pengalaman konsumsi. Oleh karena itu, experiential marketing melalui board game dapat berfungsi sebagai pemicu terbentuknya ikatan emosional antara pelanggan dan restoran, yang pada akhirnya memperkuat persepsi positif terhadap tempat usaha tersebut.

Dengan demikian, experiential marketing melalui board game experience dapat dipahami sebagai strategi yang selaras dengan grand theory kepuasan pelanggan Kotler. Kepuasan pelanggan merupakan akumulasi dari kualitas produk, kualitas pelayanan, serta pengalaman bermakna yang dirasakan selama proses konsumsi. Kerangka pemikiran ini menjadi landasan teoritis utama dalam penelitian mengenai pengaruh board game experience terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks restoran keluarga seperti Resto Sambal Bakar Sultan. Pendekatan ini menegaskan bahwa penciptaan pengalaman yang bernilai memiliki peran strategis dalam membangun kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana pengalaman bermain Board Game (*Board Game experience*) yang disediakan oleh Resto Sambal Bakar Sultan memengaruhi kepuasan konsumen. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemaknaan, persepsi, serta pengalaman subjektif konsumen terhadap fenomena yang diteliti, bukan pada pengukuran hubungan kausal secara kuantitatif. Melalui penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena sosial secara holistik dalam konteks alaminya. (Mackiewicz, 2018)

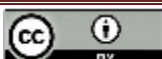
Penelitian ini dilakukan dengan desain studi kasus, di mana Resto Sambal Bakar Sultan di Ampenan, Mataram, dijadikan sebagai lokasi penelitian. Pemilihan lokasi didasarkan pada keunikan fenomena yang diteliti, yaitu penyediaan fasilitas Board Game pada restoran keluarga yang bukan merupakan Board Game *cafe* secara khusus. Studi kasus dipandang relevan karena

mampu memberikan pemahaman yang mendalam dan kontekstual terhadap praktik pemasaran berbasis pengalaman yang diterapkan pada satu unit analisis tertentu. (Yin, 2018)

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada informan utama yang terdiri dari pemilik restoran, pelayan, serta pengunjung yang pernah menggunakan fasilitas Board Game. Teknik ini digunakan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan penilaian informan terhadap keberadaan Board Game sebagai bagian dari pengalaman makan. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk mengamati perilaku pengunjung, durasi kunjungan, pola interaksi sosial, serta cara fasilitas Board Game dimanfaatkan selama jam operasional restoran. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui pengumpulan informasi pendukung seperti foto fasilitas, unggahan media sosial restoran, serta daftar menu. Penggunaan berbagai teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif dan saling melengkapi. (Sugiyono, 2019)

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara dan observasi ditranskripsikan, kemudian dikelompokkan berdasarkan tema-tema yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu pengalaman bermain Board Game dan kepuasan konsumen. Selanjutnya, data dianalisis dengan menggunakan teknik triangulasi data, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data untuk meningkatkan keabsahan temuan penelitian Miles et al. (2023) Triangulasi dilakukan antara data wawancara pemilik, pelayan, dan pengunjung, serta hasil observasi lapangan dan dokumentasi.

Sebagai landasan konseptual dalam menganalisis kepuasan konsumen, penelitian ini mengacu pada pandangan Kotler & Keller (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja aktual yang mereka rasakan. Dalam konteks penelitian ini, pengalaman bermain Board Game diposisikan sebagai bagian dari nilai tambah (*value added*) yang memengaruhi persepsi kinerja restoran secara keseluruhan. Ketika pengalaman tersebut mampu memberikan kesenangan, kenyamanan, serta interaksi sosial yang positif, maka kepuasan konsumen cenderung meningkat. Kerangka



pemikiran ini digunakan sebagai dasar dalam menginterpretasikan temuan penelitian pada bagian hasil dan pembahasan.

PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diperoleh melalui serangkaian teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dan mendalam di lokasi penelitian, yaitu Resto Sambal Bakar Sultan yang berlokasi di kawasan Ampenan, Kota Mataram. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang terlibat secara langsung dalam aktivitas restoran, serta didukung oleh dokumentasi yang relevan. Informan penelitian meliputi pemilik sekaligus pengelola restoran, beberapa pengunjung dengan latar belakang usia dan profesi yang beragam, serta pelayan restoran yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Selain itu, dokumentasi berupa tampilan media sosial restoran, daftar menu, serta pengamatan terhadap tata ruang dan fasilitas restoran turut digunakan untuk memperkaya data penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana konsep Board Game experience diterapkan serta bagaimana pengalaman tersebut dirasakan oleh pelanggan dalam kaitannya dengan kepuasan mereka selama berada di restoran.

Berdasarkan hasil observasi langsung di lapangan, Resto Sambal Bakar Sultan dapat dikategorikan sebagai restoran keluarga dengan konsep kasual yang menyajikan beragam menu makanan nusantara. Suasana restoran dirancang untuk memberikan kesan santai dan ramah bagi berbagai kalangan, mulai dari keluarga dengan anak-anak hingga kelompok anak muda dan komunitas. Tata ruang restoran tergolong fleksibel, dengan penataan meja dan kursi yang dapat menyesuaikan kebutuhan pengunjung, baik yang datang secara berpasangan, berkelompok kecil, maupun dalam jumlah yang lebih besar. Fleksibilitas ruang ini menjadi salah satu faktor pendukung bagi penerapan aktivitas bermain Board Game di dalam restoran.

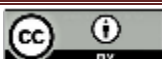
Di beberapa sudut area restoran, peneliti menemukan rak penyimpanan Board Game yang ditata secara terbuka dan mudah dijangkau oleh pelanggan. Penempatan Board Game tidak dibuat terlalu mencolok atau dominan, sehingga tidak menggeser identitas utama restoran sebagai tempat makan. Namun demikian, keberadaannya cukup menarik perhatian, terutama bagi

pengunjung yang datang bersama keluarga atau teman. Koleksi Board Game yang tersedia cukup beragam, mulai dari permainan sederhana yang dapat dimainkan oleh anak-anak, hingga permainan strategi ringan yang ditujukan untuk orang dewasa. Keberagaman jenis permainan ini memungkinkan pelanggan dengan usia dan latar belakang yang berbeda tetap dapat berpartisipasi dalam aktivitas bermain tanpa merasa kesulitan.

Hasil pengamatan menunjukkan adanya perbedaan perilaku yang cukup mencolok antara pengunjung yang memanfaatkan fasilitas Board Game dan pengunjung yang hanya datang untuk makan. Pengunjung yang bermain Board Game tampak lebih aktif berinteraksi satu sama lain, baik melalui percakapan, tawa, maupun kerja sama dalam permainan. Selain itu, durasi kunjungan mereka cenderung lebih lama dibandingkan pelanggan yang tidak menggunakan Board Game. Fenomena ini mengindikasikan bahwa Board Game berperan sebagai pemicu interaksi sosial sekaligus sebagai elemen yang memperpanjang waktu pelanggan berada di restoran.

Temuan observasi tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan pemilik sekaligus pengelola Resto Sambal Bakar Sultan, Fernando Alfred. Dari wawancara tersebut diketahui bahwa keputusan menyediakan Board Game bukanlah keputusan yang bersifat spontan, melainkan dilandasi oleh latar belakang personal serta pertimbangan nilai sosial. Fernando menjelaskan bahwa ketertarikannya terhadap Board Game telah muncul sejak ia masih menempuh pendidikan di bangku kuliah. Pengalaman tersebut membuatnya memahami bahwa Board Game bukan sekadar permainan, melainkan sarana interaksi sosial yang mampu mempererat hubungan antarindividu.

Selain faktor personal, Fernando juga melihat adanya peluang yang belum banyak dimanfaatkan di wilayah Lombok. Menurutnya, konsep Board Game *cafe* belum berkembang secara optimal di daerah tersebut. Di sisi lain, ia juga mengungkapkan kegelisahannya terhadap kebiasaan pengunjung restoran yang cenderung sibuk dengan telepon genggam masing-masing, meskipun datang bersama keluarga atau teman. Fernando menyampaikan bahwa, “makan bareng itu harusnya jadi momen ngobrol, bukan sibuk sendiri dengan HP.” Pernyataan ini mencerminkan pandangannya bahwa aktivitas makan bersama seharusnya menjadi ruang interaksi sosial yang berkualitas. Dalam konteks inilah Board Game diposisikan sebagai media untuk mengurangi ketergantungan pada gawai dan menghadirkan



kembali interaksi tatap muka.

Pada awal pendirian Sambal Bakar Sultan yang mulai beroperasi pada 1 Desember 2022, konsep Board Game *cafe* sebenarnya telah menjadi bagian dari rencana awal usaha. Namun, kondisi pascapandemi COVID-19 mendorong pemilik untuk mengambil langkah yang lebih realistis. Alih-alih mendirikan Board Game *cafe* secara penuh, Fernando memilih mengombinasikan konsep restoran makanan nusantara dengan penyediaan Board Game sebagai fasilitas tambahan. Pada tahap awal operasional, Board Game hanya difungsikan sebagai permainan ringan untuk mengisi waktu menunggu makanan disajikan. Namun, seiring berjalannya waktu, ia mulai mengamati perubahan perilaku pelanggan. Beberapa pengunjung tidak lagi sekadar memanfaatkan Board Game sebagai aktivitas selingan, tetapi justru datang dengan tujuan utama untuk bermain bersama kelompok mereka, meskipun tetap disertai dengan aktivitas makan.

Dalam hal implementasi, pemilihan jenis Board Game dilakukan secara selektif. Fernando menjelaskan bahwa setiap permainan dipertimbangkan berdasarkan tingkat kompleksitas aturan, jumlah pemain, serta kesesuaian usia. Terdapat permainan yang tidak memerlukan banyak pemikiran strategis, permainan yang menekankan kerja sama tim, hingga permainan yang paling optimal dimainkan oleh lima sampai enam orang. Penyesuaian ini dilakukan agar Board Game dapat dinikmati oleh berbagai kelompok usia, mulai dari anak-anak di bawah delapan tahun hingga pengunjung berusia di atas lima puluh tahun. Untuk mekanisme penggunaan, pihak restoran menerapkan sistem paket sebesar Rp25.000 per pemain yang sudah termasuk makanan dan minuman. Hingga saat penelitian dilakukan, durasi bermain belum dibatasi secara ketat, sehingga pelanggan dapat menikmati permainan dengan relatif leluasa.

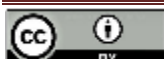
Dari sudut pandang perilaku pelanggan, Fernando mengamati adanya perubahan pola kunjungan yang cukup signifikan. Jika sebelumnya mayoritas pelanggan datang semata-mata untuk makan, kini mulai muncul segmen pengunjung yang menjadikan Board Game sebagai alasan utama kunjungan. Rata-rata durasi kunjungan pelanggan yang menggunakan Board Game mencapai sekitar dua jam, jauh lebih lama dibandingkan pengunjung biasa. Terkait pembelian ulang, Fernando mengakui bahwa repeat order makanan belum menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama pada

segmen pelajar dan mahasiswa yang memiliki keterbatasan anggaran. Namun demikian, pada pelanggan dewasa yang telah bekerja, ia memperkirakan adanya tingkat repeat order sekitar 20 persen, yang dianggap sebagai indikasi awal terbentuknya ketertarikan untuk kembali berkunjung.

Pandangan pemilik tersebut sejalan dengan hasil wawancara bersama para pengunjung. Taufik, seorang karyawan swasta berusia 30 tahun, menyatakan bahwa tujuan utamanya datang ke restoran tetap untuk makan. Namun, keberadaan Board Game dianggap sebagai nilai tambah yang membuat suasana kunjungan terasa lebih santai dan tidak terburu-buru. Cua, mahasiswa berusia 20 tahun, mengungkapkan bahwa ia merasa betah berada di restoran meskipun telah selesai makan karena permainan yang disediakan relatif mudah dipahami dan dijelaskan dengan baik oleh game master. Hal serupa disampaikan oleh Aceng, mahasiswa berusia 19 tahun, yang merasa antusias karena menemukan restoran dengan koleksi Board Game yang cukup lengkap di Lombok, mengingat sebelumnya ia hanya menemukan konsep serupa di Bali.

Pengunjung lain, Arya (21 tahun), menambahkan bahwa Board Game mendorong keinginannya untuk kembali berkunjung karena permainan tersebut memudahkan interaksi dalam kelompok yang belum saling mengenal. Dari sudut pandang komunitas, Daniel selaku ketua komunitas Board Game Mataram menilai bahwa keberanian Sambal Bakar Sultan menyediakan Board Game merupakan langkah positif untuk memperkenalkan budaya bermain Board Game kepada masyarakat Lombok. Ia juga menyebutkan bahwa restoran ini kerap menjadi ruang belajar bagi anggota komunitas untuk melatih peran sebagai game master. Selain itu, beberapa pengunjung lain seperti Baiq Desi (27 tahun), Rizal (34 tahun), dan Nabila (22 tahun) menyampaikan bahwa Board Game membuat waktu makan terasa lebih berkualitas, mengurangi ketergantungan pada gawai, serta menghadirkan pengalaman yang berbeda dibandingkan restoran keluarga pada umumnya.

Dari sisi operasional, wawancara dengan pelayan restoran menunjukkan bahwa keberadaan Board Game turut memengaruhi ritme kerja staf. Pelayan tidak hanya bertugas melayani pesanan makanan dan minuman, tetapi juga membantu menjelaskan aturan permainan atau mengarahkan pelanggan kepada game master. Meskipun pada awalnya hal ini dirasakan sebagai tambahan beban



kerja, staf menilai bahwa suasana restoran menjadi lebih hidup dan interaksi dengan pelanggan terasa lebih akrab. Kendala utama yang dihadapi adalah risiko tumpahan makanan serta perawatan komponen Board Game. Untuk mengatasi hal tersebut, pihak restoran menerapkan pemisahan area bermain dan penggunaan pelindung kartu agar kualitas permainan tetap terjaga.

Pembahasan

Kepuasan Pelanggan melalui Board Game Experience

Dari sisi operasional, wawancara dengan pelayan restoran menunjukkan bahwa keberadaan Board Game turut memengaruhi ritme kerja staf. Pelayan tidak hanya bertugas melayani pesanan makanan dan minuman, tetapi juga membantu menjelaskan aturan permainan atau mengarahkan pelanggan kepada game master. Meskipun pada awalnya hal ini dirasakan sebagai tambahan beban kerja, staf menilai bahwa suasana restoran menjadi lebih hidup dan interaksi dengan pelanggan terasa lebih akrab. Kendala utama yang dihadapi adalah risiko tumpahan makanan serta perawatan komponen Board Game. Untuk mengatasi hal tersebut, pihak restoran menerapkan pemisahan area bermain dan penggunaan pelindung kartu agar kualitas permainan tetap terjaga.

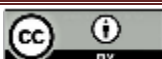
Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan di Resto Sambal Bakar Sultan tidak semata-mata dibentuk oleh kualitas rasa dan penyajian makanan, melainkan juga oleh pengalaman menyeluruh yang dirasakan pelanggan selama berada di lingkungan restoran. Pengalaman tersebut muncul terutama melalui keberadaan dan aktivitas bermain Board Game yang menghadirkan suasana santai, interaktif, serta mendorong terciptanya kebersamaan antarpengunjung. Dengan demikian, pengalaman konsumsi yang dirasakan pelanggan bersifat holistik, mencakup aspek fungsional, emosional, dan sosial secara bersamaan. Dalam perspektif pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2022), kepuasan pelanggan merupakan hasil dari proses evaluasi subjektif antara harapan awal konsumen dengan kinerja aktual yang mereka rasakan setelah mengonsumsi produk atau jasa. Apabila kinerja yang dirasakan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan, maka kepuasan akan terbentuk secara positif.

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar pengunjung datang ke Resto Sambal Bakar Sultan dengan ekspektasi utama untuk menikmati makanan bersama keluarga, teman, atau kelompok

sosial mereka. Pada tahap awal, Board Game bukanlah faktor utama yang menjadi pertimbangan dalam keputusan berkunjung. Namun, setelah pelanggan mengalami secara langsung keberadaan dan penggunaan Board Game, muncul pengalaman tambahan yang sebelumnya tidak selalu mereka bayangkan. Kondisi ini menciptakan apa yang dalam teori Kotler & Keller (2022) disebut sebagai *positive disconfirmation*, yaitu situasi ketika kinerja yang dirasakan pelanggan melebihi ekspektasi awal mereka. Dalam konteks ini, pelanggan tidak hanya memperoleh kepuasan dari makanan, tetapi juga dari pengalaman sosial yang menyertai aktivitas makan. *Positive disconfirmation* tersebut menjadi fondasi penting dalam pembentukan kepuasan pelanggan yang kuat karena konsumen merasakan adanya nilai tambah yang tidak mereka antisipasi sebelumnya.

Kepuasan pelanggan yang teridentifikasi dalam penelitian ini cenderung bersifat afektif. Artinya, kepuasan tidak hanya didasarkan pada penilaian rasional terhadap kualitas produk, tetapi juga pada perasaan nyaman, senang, dan terlibat secara emosional selama berada di restoran. Board Game mendorong terjadinya interaksi langsung antaranggota kelompok, memicu percakapan, tawa, serta kerja sama dalam permainan. Aktivitas ini secara tidak langsung mengurangi fokus pelanggan terhadap penggunaan gawai dan meningkatkan kualitas kebersamaan. Kotler menekankan bahwa dalam industri jasa, dimensi emosional sering kali memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan atribut fisik produk semata. Oleh karena itu, pengalaman emosional yang dihasilkan melalui Board Game menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap restoran.

Indikator lain yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan adalah durasi kunjungan yang relatif panjang, yakni rata-rata sekitar dua jam bagi pelanggan yang memanfaatkan fasilitas Board Game. Pelanggan yang merasa puas dan nyaman cenderung tidak terburu-buru meninggalkan tempat konsumsi. Dalam hal ini, Board Game berfungsi sebagai elemen yang menjaga keterlibatan pelanggan bahkan setelah aktivitas makan selesai. Pelanggan tetap memiliki aktivitas yang bermakna sehingga waktu kunjungan menjadi lebih lama dan terasa menyenangkan. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi tidak selalu langsung berbanding lurus dengan peningkatan pembelian ulang makanan.



Kotler & Keller (2022) menjelaskan bahwa perilaku pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor situasional, seperti daya beli, latar belakang ekonomi, dan kondisi finansial pelanggan. Hal ini terlihat pada segmen mahasiswa dan pelajar yang merasa puas terhadap pengalaman yang diperoleh, tetapi tetap membatasi pengeluaran mereka karena keterbatasan anggaran.

Apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu, temuan dalam penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan studi yang dilakukan oleh Parantika et al. (2025) yang menyimpulkan bahwa aktivitas bermain Board Game mampu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penciptaan pengalaman sosial yang bersifat unik dan menekankan nilai kebersamaan. Dalam penelitian Parantika, Board Game ditempatkan sebagai inti dari konsep usaha, sehingga seluruh aktivitas bisnis berorientasi pada pengalaman bermain sebagai daya tarik utama. Pelanggan datang dengan ekspektasi awal untuk bermain, berinteraksi, dan bersosialisasi melalui permainan yang disediakan.

Perbedaan mendasar dengan penelitian ini terletak pada konteks penerapan Board Game dalam struktur bisnis restoran. Pada Resto Sambal Bakar Sultan, Board Game tidak menjadi produk utama, melainkan berfungsi sebagai fasilitas pendukung yang melengkapi aktivitas konsumsi makanan. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Board Game tetap mampu memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini memperluas pemahaman mengenai konsep *experiential marketing*, bahwa penciptaan pengalaman yang bermakna tidak selalu harus menjadi inti bisnis untuk menghasilkan dampak terhadap kepuasan pelanggan. Pengalaman tambahan yang bersifat sosial dan emosional justru dapat memperkaya nilai konsumsi, meskipun awalnya tidak menjadi pertimbangan utama dalam keputusan berkunjung pelanggan.

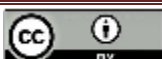
Temuan penelitian ini juga memiliki keterkaitan dengan hasil penelitian Asmara et al. (2023) serta Mahendra & Putra (2024), yang menekankan pentingnya unsur hiburan dalam membentuk atmosfer restoran dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun demikian, terdapat perbedaan karakteristik antara bentuk hiburan yang dikaji dalam penelitian-penelitian tersebut dengan Board Game. Hiburan seperti live music atau pertunjukan visual cenderung bersifat pasif, di mana pelanggan lebih berperan sebagai penikmat atau penonton tanpa keterlibatan langsung. Sebaliknya, Board Game menuntut

partisipasi aktif pelanggan, baik dalam bentuk interaksi verbal, kerja sama, maupun kompetisi ringan antaranggota kelompok.

Keterlibatan aktif ini berkontribusi pada penguatan *customer engagement*, sebagaimana dikemukakan oleh Hollebeek et al. (2019), yang menyatakan bahwa keterlibatan pelanggan yang tinggi dapat memperdalam hubungan emosional antara konsumen dan merek atau tempat usaha. Dalam konteks Resto Sambal Bakar Sultan, keterlibatan tersebut terlihat dari intensitas interaksi antarpengunjung, komunikasi dengan staf, serta peran game master dalam mendampingi aktivitas bermain. Interaksi yang terbangun melalui Board Game tidak hanya menciptakan suasana yang lebih hidup dan menyenangkan, tetapi juga memperkuat pengalaman sosial pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pembentukan kepuasan yang lebih mendalam.

Dalam perspektif teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler, penyediaan fasilitas Board Game di Resto Sambal Bakar Sultan dapat dipahami sebagai bagian dari penerapan strategi *experiential marketing*. Melalui strategi ini, restoran tidak semata-mata berfokus pada penyediaan produk makanan sebagai inti penawaran, tetapi juga berupaya menciptakan pengalaman konsumsi yang memiliki nilai sosial dan emosional bagi pelanggan. Board Game menghadirkan pengalaman yang melibatkan interaksi langsung antarpengunjung, sehingga membentuk dimensi relasional yang kuat selama proses konsumsi berlangsung. Interaksi tersebut mendorong terciptanya suasana kebersamaan, komunikasi, dan keterlibatan emosional yang memperkaya makna kunjungan pelanggan ke restoran.

Pengalaman sosial yang dihasilkan melalui aktivitas bermain Board Game menjadi nilai tambah yang tidak selalu ditemukan pada restoran keluarga pada umumnya. Menurut Kotler, pengalaman yang bersifat personal dan melibatkan emosi pelanggan memiliki peran penting dalam membentuk persepsi positif terhadap suatu merek atau tempat usaha. Selain itu, pengalaman semacam ini relatif sulit ditiru oleh pesaing tanpa adanya komitmen konsep, sumber daya, dan pengelolaan yang serupa. Oleh karena itu, Board Game experience berpotensi menjadi sumber diferensiasi yang berkelanjutan. Diferensiasi berbasis pengalaman ini pada akhirnya dapat memperkuat posisi Resto Sambal Bakar Sultan di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif.



Kendala dan Implikasi bagi Restoran

Meskipun penyediaan fasilitas Board Game terbukti memberikan kontribusi positif terhadap pembentukan kepuasan pelanggan, implementasinya sebagai bagian dari pengalaman restoran tidak terlepas dari berbagai kendala yang perlu dikelola secara cermat. Kendala tersebut muncul seiring dengan upaya restoran mengintegrasikan aktivitas bermain ke dalam ruang yang pada dasarnya dirancang untuk kegiatan makan dan minum. Salah satu tantangan utama berkaitan dengan karakteristik Board Game itu sendiri yang menuntut kondisi lingkungan tertentu, seperti ruang yang bersih, kering, dan relatif aman dari gangguan fisik. Persyaratan ini berpotensi bertentangan dengan aktivitas utama restoran yang memiliki risiko tumpahan makanan dan minuman, terutama pada jam-jam ramai pengunjung. Kondisi tersebut menuntut perhatian khusus dari pihak pengelola agar pengalaman bermain tidak terganggu sekaligus tidak mengurangi kenyamanan pelanggan lain yang datang untuk makan. Dalam perspektif manajemen jasa, permasalahan ini dapat dikaitkan dengan aspek physical evidence, yaitu lingkungan fisik tempat layanan diberikan. Physical evidence berperan penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Lingkungan yang tertata dengan baik, bersih, dan aman akan mendukung terciptanya pengalaman positif, sedangkan lingkungan yang kurang terkelola berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan. Menyadari hal tersebut, pihak Resto Sambal Bakar Sultan melakukan sejumlah penyesuaian operasional, seperti pemisahan area bermain Board Game dengan area makan utama. Pemisahan ini bertujuan untuk meminimalkan risiko kerusakan pada komponen permainan akibat tumpahan, sekaligus menjaga kenyamanan pelanggan yang tidak terlibat dalam aktivitas bermain. Selain itu, penggunaan pelindung pada komponen Board Game, khususnya kartu permainan, menjadi bentuk adaptasi teknis yang dilakukan untuk menjaga keberlangsungan fasilitas tersebut. Upaya ini menunjukkan bahwa pengelola tidak hanya berfokus pada inovasi pengalaman, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan kualitas layanan dalam jangka panjang.

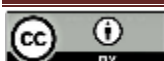
Selain aspek lingkungan fisik, kendala lain yang muncul berkaitan dengan dimensi sumber daya manusia atau people. Kehadiran Board Game sebagai fasilitas tambahan menuntut peran yang lebih luas dari staf restoran. Staf tidak hanya bertanggung jawab atas pelayanan makanan dan

minuman, tetapi juga terlibat dalam aktivitas pendukung, seperti menjelaskan aturan permainan, memberikan rekomendasi Board Game yang sesuai, atau mengarahkan pelanggan kepada petugas yang berperan sebagai game master. Pada tahap awal implementasi, kondisi ini berpotensi meningkatkan beban kerja staf dan menuntut kemampuan komunikasi serta pengetahuan tambahan di luar tugas pelayanan konvensional. Beban kerja yang meningkat dapat menjadi tantangan tersendiri, terutama ketika jumlah pengunjung sedang tinggi.

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa tuntutan tambahan tersebut tidak sepenuhnya berdampak negatif. Interaksi yang lebih intens antara staf dan pelanggan selama aktivitas bermain justru membuka peluang terciptanya hubungan yang lebih personal dan akrab. Komunikasi yang terjalin dalam suasana santai dan nonformal membantu menciptakan pengalaman layanan yang lebih ramah dan interaktif. Pelanggan tidak hanya memandang staf sebagai pelayan, tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman yang mereka nikmati selama berada di restoran. Hubungan interpersonal yang terbangun ini berkontribusi pada pembentukan persepsi positif terhadap kualitas layanan dan memperkuat kepuasan pelanggan secara emosional.

Meskipun penelitian ini berfokus pada kepuasan pelanggan, temuan lapangan juga mengindikasikan adanya implikasi terhadap perilaku pelanggan yang mengarah pada pembentukan loyalitas. Beberapa pelanggan mengungkapkan keinginan untuk kembali berkunjung ke Resto Sambal Bakar Sultan di masa mendatang, serta menunjukkan kecenderungan untuk merekomendasikan restoran tersebut kepada teman atau keluarga. Dalam teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2018), loyalitas dipahami sebagai konsekuensi jangka panjang dari kepuasan yang dirasakan secara konsisten. Kepuasan yang berulang akan memperkuat hubungan antara pelanggan dan merek, sehingga mendorong niat berkunjung kembali serta perilaku word of mouth positif.

Dalam konteks penelitian ini, pengalaman bermain Board Game dapat dipahami sebagai pemicu awal terbentuknya keterikatan emosional antara pelanggan dan restoran. Aktivitas bermain menciptakan pengalaman sosial yang menyenangkan, memperkuat rasa kebersamaan, serta memberikan nilai tambah yang tidak selalu ditemukan pada restoran lain. Keterikatan



emosional tersebut menjadi fondasi bagi munculnya loyalitas, meskipun belum sepenuhnya tercermin dalam bentuk peningkatan transaksi secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas tidak selalu bersifat instan, melainkan berkembang secara bertahap seiring dengan konsistensi pengalaman positif yang dirasakan pelanggan.

Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan pembelian ulang dalam jangka pendek. Keputusan konsumsi pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor situasional, seperti daya beli, latar belakang ekonomi, serta prioritas pengeluaran. Temuan ini terutama terlihat pada segmen pelajar dan mahasiswa yang menjadi bagian dari pengunjung restoran. Meskipun kelompok ini menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pengalaman bermain Board Game dan suasana restoran, mereka tetap membatasi pengeluaran karena keterbatasan finansial. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dalam penelitian ini lebih banyak tercermin pada aspek persepsi positif, kenyamanan, dan pengalaman emosional dibandingkan pada dampak ekonomi langsung.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini memperkuat pandangan Kotler bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari kombinasi antara kualitas produk, kualitas layanan, dan pengalaman yang dirasakan selama proses konsumsi. Board Game di Resto Sambal Bakar Sultan berfungsi sebagai elemen pengalaman yang memperkaya nilai konsumsi pelanggan dan memberikan dimensi emosional serta sosial yang melengkapi kualitas makanan dan pelayanan. Meskipun strategi ini belum sepenuhnya menghasilkan dampak ekonomi yang signifikan dalam jangka pendek, keberadaan Board Game memiliki potensi besar dalam membangun hubungan jangka panjang antara restoran dan pelanggan. Melalui pengalaman yang bermakna dan berbeda, restoran dapat menciptakan fondasi kepuasan yang berkelanjutan dan membuka peluang terbentuknya loyalitas pelanggan di masa mendatang.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan *Board Game experience* sebagai strategi pemasaran berbasis pengalaman dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Resto Sambal Bakar Sultan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui observasi langsung di lokasi penelitian, wawancara mendalam dengan pemilik, pengunjung, serta pelayan restoran, dan

didukung oleh dokumentasi pendukung, dapat disimpulkan bahwa penyediaan fasilitas Board Game memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengalaman konsumsi pelanggan secara menyeluruh. Keberadaan Board Game tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan tambahan, tetapi juga menjadi media yang mampu memperkaya nilai pengalaman pelanggan selama berada di restoran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Board Game experience* berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, khususnya pada dimensi emosional dan sosial. Aktivitas bermain Board Game mendorong terjadinya interaksi langsung antaranggota kelompok, memperkuat rasa kebersamaan, serta menciptakan suasana makan yang lebih santai dan menyenangkan. Pengalaman ini membuat konsumen merasa lebih nyaman dan terlibat selama berada di restoran, yang tercermin dari durasi kunjungan yang relatif lebih panjang dibandingkan pengunjung yang hanya datang untuk makan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di Resto Sambal Bakar Sultan tidak hanya ditentukan oleh kualitas makanan dan pelayanan, tetapi juga oleh pengalaman sosial yang menyertai proses konsumsi.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa tingkat kepuasan konsumen yang tinggi tidak selalu secara langsung berdampak pada peningkatan pembelian ulang dalam jangka pendek. Faktor-faktor situasional, seperti daya beli dan latar belakang ekonomi konsumen, turut memengaruhi keputusan konsumsi, terutama pada segmen pelajar dan mahasiswa. Namun, kepuasan yang dirasakan konsumen tetap berkontribusi pada munculnya perilaku positif, seperti niat untuk berkunjung kembali serta kesediaan merekomendasikan restoran kepada orang lain. Hal ini mengindikasikan terbentuknya loyalitas konsumen yang bersifat jangka panjang dan berbasis pengalaman emosional.

Di sisi lain, penerapan Board Game sebagai bagian dari strategi pemasaran juga menghadapi beberapa kendala, antara lain risiko kerusakan permainan akibat aktivitas makan, keterbatasan ruang, serta peningkatan beban kerja staf. Kendala-kendala tersebut menuntut pengelolaan yang cermat agar kualitas pengalaman konsumen tetap terjaga. Dengan demikian, secara keseluruhan penelitian ini menyimpulkan bahwa *Board Game experience* merupakan strategi pemasaran berbasis pengalaman yang efektif dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada



restoran keluarga. Namun, diperlukan pengelolaan dan pengembangan konsep yang berkelanjutan agar manfaat yang diperoleh dapat dioptimalkan, baik dari sisi pengalaman pelanggan maupun dari potensi dampak ekonomi dalam jangka panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan *Board Game experience* sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Resto Sambal Bakar Sultan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik, pengunjung, dan pelayan, serta dokumentasi pendukung, dapat disimpulkan bahwa penyediaan fasilitas Board Game memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman konsumen secara keseluruhan. *Board Game* tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media yang mendorong interaksi sosial, memperkuat kebersamaan, serta menciptakan suasana makan yang lebih menyenangkan dan berbeda dibandingkan restoran keluarga pada umumnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Board Game experience* mampu meningkatkan kepuasan konsumen, terutama pada aspek emosional dan sosial. Konsumen merasakan kenyamanan, kesenangan, dan keterlibatan yang lebih tinggi selama berada di restoran, yang tercermin dari meningkatnya durasi kunjungan dan munculnya kesan positif terhadap Resto Sambal Bakar Sultan. Meskipun peningkatan pembelian ulang dalam satu kunjungan belum signifikan, kepuasan yang dirasakan konsumen berkontribusi pada munculnya niat untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan restoran kepada pihak lain. Hal ini menunjukkan terbentuknya loyalitas konsumen yang bersifat jangka panjang.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya beberapa kendala dalam penerapan Board Game sebagai strategi pemasaran, seperti risiko kerusakan permainan akibat aktivitas makan serta keterbatasan ruang. Kendala tersebut memerlukan pengelolaan yang cermat agar kualitas pengalaman konsumen tetap terjaga. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *Board Game experience* merupakan strategi pemasaran berbasis pengalaman yang efektif dalam meningkatkan kepuasan pada restoran keluarga, dengan catatan diperlukan pengembangan konsep dan pengelolaan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Asmara, T., Maruta, , IGN Anom, & Mulyati, A. (2023). Pertunjukan Live Music,

Customer Experience, Cafe Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction Di Cafe Playgo Kota Sidoarjo. *Agroterap*, 1(2), 100–107.

<https://doi.org/10.30996/agro.v1i2.9896>

Firmando, R., & Poan, R. (2023). The Implementation Of Social Media Marketing Strategy For Culinary Business: Case Of Roti Tet FAI. *International Journal of Family ...*

Karahasanovic, A., Taguchi, T., Ul Islam, J., & Rather, R. A. (2019). Customer engagement in evolving technological environments: synopsis and guiding propositions. *European Journal of Marketing*, 53(9), 2018–2023. <https://doi.org/10.1108/EJM-09-2019-970>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (15th ed.). Pearson. In Pearson.

Mackiewicz, J. (2018). Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications. In Writing Center Talk over Time.

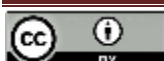
Mahdaly, N., & Ginting, R. S. (2023). Pengaruh Kepuasan Kerja, Organizational Citizhenship Behaviour Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Frontliner PT Bank XXX Medan. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 176-190

Mahendra, G., & Putra, G. P. (2024). Music can create ambience or atmosphere on the restaurant environment. *Indonesian Journal of Sport Management*.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana Johnny. (2023). *Qualitative data analysis a methods sourcebook: edition 3*. In *Experiencing Citizenship: Concepts and Models for Service-Learning in Political Science*.

Parantika, A., Rukendi, C., Sandi Wachyuni, S., & Wiweka, K. (2025). Thematic Trends of Café Board Games and Their Impact on Consumers Intention to Visit. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 19(1). <https://doi.org/10.47608/jki.v19i12025.15-32>

Purwanto, A., & Pancawati, D. (2024). Bagaimana Memahami Perkembangan, Tren, dan Lanskap Bisnis Kuliner Indonesia Kini?



- Kompas.Co.Id.
- Rejekiyah, S., & Kusumawati, Y. T. (2024). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Timur. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 361-376
- Robin, R., Siregar, A. H., & Tristan, C. (2025). Pengaruh Harga, Store Atmosphere, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kafe Titik Temu Pos Bloc Medan. *Jurnal Ekuilnomi*, 7(2), 368-379
- Saragih, Y. H. J., Martina, S., & Simbolon, P. (2024). Pengaruh Kepuasan Kerja, Kesehatan Dan Keselamatan Kerja (K3) Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Lapangan Ekspedisi J&T Ekspres. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(3), 485-494
- Sugiyono. (2019). Sugiyono.(2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(6).
- Wijaya, S. (2019). Indonesian food culture mapping: A starter contribution to promote Indonesian culinary tourism. *Journal of Ethnic Foods*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/s42779-019-0009-3>
- Yin, R. K. (2018). Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. In Sixth Edition.

