



## **TINGKAT KESUKAAN DAN ANIMO TAMU TERHADAP PROSES PEMBUATAN MINUMAN KOMBUCHA DI *THE CAPITAL HOTEL SURABAYA***

Zainal Arifin<sup>1</sup>, Hardhita Kusdharyanto<sup>2\*</sup>)

<sup>1,2</sup>Politeknik NSC Surabaya, Jl. Basuki Rahmat No. 85, Kota Surabaya, 60271, Indonesia

<sup>\*)</sup>E-mail: [hardhita77@gmail.com](mailto:hardhita77@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pembuatan minuman kombucha serta menilai tingkat kesukaan dan animo tamu terhadap produk tersebut di *The Capital Hotel Surabaya*. Metode penelitian yang digunakan meliputi studi literatur mengenai fermentasi kombucha, observasi lapangan di dapur hotel, wawancara dengan staf Food and Beverage (F&B), serta praktik langsung pembuatan kombucha dengan tambahan variasi buah lokal, yaitu anggur, leci, dan stroberi. Evaluasi dilakukan melalui uji organoleptik menggunakan skala hedonik lima tingkat yang melibatkan 30 responden tamu hotel dari berbagai kategori usia, jenis kelamin, dan latar belakang pekerjaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombucha dengan tambahan buah anggur memperoleh tingkat kesukaan tertinggi, khususnya pada atribut rasa, diikuti oleh varian leci dan stroberi. Faktor rasa terbukti menjadi penentu utama dalam penerimaan produk, sedangkan aroma dan warna berperan sebagai faktor pendukung. Proses fermentasi optimal berlangsung selama 7–10 hari pada suhu ruang (24–27°C) dengan penerapan standar kebersihan berbasis *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) untuk menjamin kualitas dan keamanan produk. Secara praktis, penelitian ini menegaskan potensi kombucha sebagai menu minuman inovatif yang dapat mendukung tren gaya hidup sehat sekaligus meningkatkan daya saing hotel. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan produk minuman sehat di sektor perhotelan serta referensi akademis di bidang manajemen kuliner dan hospitality.

Kata kunci: fermentasi, kombucha, minuman sehat, *the capital hotel Surabaya*

### **LEVEL OF GUEST LIKES AND INTEREST TOWARDS THE KOMBUCHA DRINK MAKING PROCESS AT THE CAPITAL HOTEL SURABAYA**

#### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the process of making kombucha beverages and to evaluate the level of preference and interest of guests toward the product at The Capital Hotel Surabaya. The research methods included a literature review on kombucha fermentation, field observations in the hotel kitchen, interviews with Food and Beverage (F&B) staff, and direct practice of producing kombucha with local fruit variations, namely grape, lychee, and strawberry. The evaluation was conducted through organoleptic testing using a five-point hedonic scale involving 30 hotel guests as respondents, representing various age groups, genders, and professional backgrounds. The results revealed that kombucha with grape addition received the highest acceptance, particularly in terms of flavor, followed by lychee*

*and strawberry variants. Flavor was identified as the most decisive factor in product acceptance, while aroma and color served as supporting attributes. The optimal fermentation process was found to occur within 7–10 days at room temperature (24–27°C), with strict adherence to Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) standards to ensure product quality and safety. Practically, the findings highlight the potential of kombucha as an innovative beverage menu item that supports healthy lifestyle trends while enhancing the hotel's competitiveness. This study is expected to serve as a reference for developing healthy beverages in the hospitality sector as well as an academic contribution to the field of culinary management and hospitality studies.*

*Keywords: fermentation, healthy drinks, kombucha, the capital hotel surabaya*

## PENDAHULUAN

Industri perhotelan di Indonesia mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan akomodasi dan kuliner yang berkualitas. Persaingan yang semakin ketat mendorong setiap hotel untuk terus berinovasi, tidak hanya pada fasilitas fisik, tetapi juga pada layanan yang ditawarkan, termasuk di dalamnya layanan *Food and Beverage* (F&B). Inovasi dalam penyediaan menu, baik makanan maupun minuman, menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan daya tarik hotel di mata konsumen (Yulianti, 2015). Dalam konteks ini, penyediaan minuman tidak hanya berfungsi untuk melepas dahaga, tetapi juga berperan dalam membentuk citra hotel dan memengaruhi kepuasan tamu (Villarreal-Soto et al., 2024; Laureys, 2020).

Salah satu tren yang berkembang dalam industri kuliner dan perhotelan adalah meningkatnya permintaan terhadap minuman kesehatan yang memberikan manfaat kesehatan. Gaya hidup sehat yang kini semakin populer di kalangan masyarakat mendorong hotel-hotel untuk menyediakan pilihan minuman yang tidak hanya menyegarkan, tetapi juga memiliki nilai gizi dan manfaat kesehatan. Tren ini diperkuat dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asupan makanan dan minuman yang seimbang, alami, dan minim pengolahan kimia (Winarno, 2015).

Salah satu minuman yang tengah populer di berbagai negara, termasuk Indonesia, adalah kombucha. Kombucha merupakan minuman hasil fermentasi larutan teh manis menggunakan *Symbiotic Culture of Bacteria and Yeast* (SCOBY), yang menghasilkan cita rasa asam-manis dengan sensasi karbonasi alami. Proses fermentasi ini menghasilkan berbagai senyawa bioaktif, seperti asam organik, enzim, dan probiotik (Patel & Sharma, 2025), yang diyakini memiliki manfaat bagi kesehatan, termasuk membantu detoksifikasi tubuh, meningkatkan kesehatan pencernaan, memperkuat sistem kekebalan tubuh, dan memberikan efek antioksidan (Greenwalt et al., 2015; Jay, Loessner, & Golden, 2015).

Popularitas kombucha di pasar internasional telah menginspirasi banyak pelaku industri kuliner dan perhotelan untuk menghadirkan minuman ini sebagai bagian dari menu mereka. Namun, di Indonesia, khususnya di sektor perhotelan, penerapan menu kombucha masih relatif baru dan belum banyak dioptimalkan. Padahal, potensi pasar kombucha cukup besar, mengingat segmentasi konsumen yang mulai memperhatikan kesehatan, termasuk tamu hotel yang berasal dari kalangan profesional, wisatawan domestik maupun mancanegara, serta generasi muda yang tertarik pada produk-produk kuliner inovatif (Sari & Nugraheni, 2015).

*The Capital Hotel Surabaya* sebagai salah satu hotel berbintang di Kota Surabaya memiliki peluang untuk mengadopsi tren ini sebagai bagian dari strategi inovasi produk F&B. Dengan memanfaatkan kombinasi cita rasa khas kombucha dan variasi rasa dari buah-buahan lokal, seperti anggur, leci, dan stroberi, hotel dapat menawarkan produk minuman yang unik dan bernilai jual tinggi (Nyhan, 2022). Selain itu, penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan yang sesuai dengan prinsip *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) (Alkan, 2025) menjadi keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan kepercayaan tamu terhadap produk yang disajikan (Sutardi, 2015).

Meskipun demikian, terdapat tantangan dalam mengembangkan menu kombucha di lingkungan hotel berbintang ((Martinez-Leal et al., 2018; Selvaraj et al., 2022; Andrade, 2025).”). Proses pembuatannya memerlukan pemahaman mendalam mengenai teknik fermentasi, pengendalian kualitas, serta kreativitas dalam penyajian agar dapat memenuhi standar estetika dan rasa yang diharapkan oleh tamu hotel. Selain itu, perlu dilakukan kajian terkait tingkat kesukaan dan animo tamu terhadap minuman ini untuk memastikan penerimaan pasar sebelum dilakukan produksi dalam skala besar.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan secara rinci proses pembuatan kombucha di *The Capital Hotel Surabaya*, mulai dari pemilihan bahan baku dan peralatan yang digunakan, penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan, hingga inovasi rasa yang dihasilkan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menilai tingkat kesukaan tamu terhadap rasa, aroma, dan penampilan kombucha melalui uji organoleptik, sehingga dapat diperoleh gambaran menyeluruh mengenai potensi pengembangan kombucha sebagai salah satu menu unggulan hotel.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi industri perhotelan, terutama dalam memperkaya variasi menu minuman sehat yang inovatif. Temuan penelitian juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajemen hotel dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, serta menjadi referensi bagi akademisi dan praktisi di bidang hospitality yang tertarik mengembangkan produk berbasis tren gaya hidup sehat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara praktis bagi pihak hotel, tetapi juga memiliki nilai akademis sebagai bagian dari pengembangan ilmu di bidang manajemen kuliner dan perhotelan.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah observasi langsung terhadap proses pembuatan kombucha, didukung dengan uji organoleptik melalui kuesioner skala hedonik (Kartelias et al., 2023). Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi tahapan pembuatan kombucha, mulai dari persiapan bahan baku, proses fermentasi, hingga penyajian kepada tamu (Eka & Halim, 2016). Uji organoleptik digunakan untuk memperoleh data tingkat kesukaan responden terhadap rasa, aroma, dan warna kombucha.

Populasi penelitian adalah tamu *The Capital Hotel Surabaya* yang berkunjung atau menginap selama periode penelitian. Sampel penelitian berjumlah 30 responden yang dipilih secara purposive sampling dengan kriteria tamu yang bersedia mencicipi kombucha dan mengisi kuesioner. Responden berasal dari berbagai kategori usia, jenis kelamin, dan latar belakang pekerjaan untuk memperoleh data yang lebih beragam.

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu; (1) Observasi Lapangan: Mengamati secara langsung proses pembuatan kombucha di dapur hotel, (2) Wawancara Singkat: Dilakukan kepada staf F&B untuk memperoleh informasi teknis dan prosedural terkait pembuatan kombucha, (3) Uji Organoleptik: Responden diminta mencicipi tiga varian kombucha (anggur probiotik, leci probiotik, stroberi probiotik) dan menilai berdasarkan rasa, aroma, serta warna menggunakan skala hedonik 5 tingkat (1 = sangat tidak suka, 5 = sangat suka), (4) Dokumentasi: Mengumpulkan foto dan catatan proses pembuatan, peralatan yang digunakan, serta penyajian produk.

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner uji hedonik yang dirancang dalam bentuk *Google Form*. Kuesioner memuat pertanyaan terkait identitas responden (jenis kelamin, usia, pekerjaan) dan penilaian sensorik kombucha meliputi: Rasa (*Flavor*), Aroma (*Smell*), Warna (*Color*) dan Kejernihan atau penampilan visual (*Clarity/Appearance*)

Data yang diperoleh dari kuesioner diolah menggunakan teknik analisis deskriptif untuk menghitung persentase kesukaan responden terhadap masing-masing atribut sensorik. Hasil penilaian kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran untuk memudahkan interpretasi. Selain itu, data observasi dianalisis secara kualitatif untuk menggambarkan prosedur pembuatan kombucha dan inovasi yang dilakukan oleh pihak hotel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Proses Pembuatan Kombucha di *The Capital Hotel Surabaya*

Hasil observasi menunjukkan bahwa pembuatan kombucha di *The Capital Hotel Surabaya* mengikuti standar fermentasi internasional. Bahan utama terdiri atas teh hitam, gula (sukrosa), air matang, dan kultur *Symbiotic Culture of Bacteria and Yeast* (SCOBY). Proses dimulai dengan merebus air hingga mendidih, kemudian menyeduh teh hitam dengan konsentrasi tertentu, menambahkan gula, dan mendinginkan larutan sebelum memasukkan SCOBY.

Wadah fermentasi yang digunakan adalah toples kaca besar dengan penutup kain katun bersih yang diikat menggunakan karet. Pemilihan wadah kaca didasarkan pada alasan higienis dan netralitas bahan, karena plastik dapat melepaskan senyawa kimia berbahaya selama fermentasi. Proses fermentasi berlangsung selama 7–10 hari pada suhu ruang (24–27°C), dengan pengawasan berkala terhadap pH, kejernihan, serta perkembangan SCOBY. Selama fermentasi, gula yang ditambahkan akan dimetabolisme oleh mikroorganisme dalam SCOBY menjadi asam organik, etanol dalam jumlah kecil, serta gas karbon dioksida. Hal ini menghasilkan rasa khas kombucha yang segar, asam-manis, dan sedikit berkarbonasi.

Varian rasa yang dikembangkan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Anggur Probiotik – kombucha dengan tambahan jus anggur segar.
2. Leci Probiotik – kombucha dengan tambahan jus leci.
3. Stroberi Probiotik – kombucha dengan tambahan jus stroberi.

Ketiga varian dipilih berdasarkan ketersediaan buah lokal, preferensi konsumen di Surabaya, serta kesesuaian profil rasa.

Proses ini mengikuti prinsip *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP). Aspek yang diawasi meliputi:

- Kebersihan peralatan: Semua peralatan dicuci menggunakan deterjen food grade dan disterilisasi dengan air panas.
- Kebersihan area produksi: Area dapur hotel dibersihkan secara rutin sebelum produksi dimulai.
- Personal hygiene staf: Staf F&B menggunakan sarung tangan, masker, dan penutup kepala selama proses berlangsung.

Pengawasan ini penting mengingat kombucha tidak melalui proses pemanasan pasca-fermentasi, sehingga risiko kontaminasi mikroba patogen lebih tinggi dibandingkan minuman pasteurisasi.

### Karakteristik Responden

Sebanyak 30 responden berpartisipasi dalam uji organoleptik. Responden terdiri dari tamu hotel yang bersedia mencicipi produk dan mengisi kuesioner. Karakteristik responden dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Uji Organoleptik

Kategori	Sub-Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	20	67%
	Perempuan	10	33%
Usia	< 25 tahun	14	47%
	26–35 tahun	8	27%
	36–45 tahun	6	20%
	> 45 tahun	2	7%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	8	27%
	Staf Hotel	6	20%

Kategori	Sub-Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
	Guru	5	17%
	Pegawai Swasta	4	13%
	Ibu Rumah Tangga	3	10%
	Lainnya	4	13%

### Jenis Kelamin

Dari 30 responden, sebanyak 20 orang (67%) adalah laki-laki dan 10 orang (33%) adalah perempuan. Dominasi responden laki-laki dapat disebabkan oleh karakteristik tamu hotel pada saat penelitian berlangsung, di mana sebagian besar yang hadir adalah wisatawan bisnis atau staf perusahaan yang sedang melakukan perjalanan dinas. Segmen ini biasanya didominasi laki-laki. Preferensi minuman sehat seperti kombucha sebenarnya cukup populer di kalangan perempuan, terutama yang peduli kesehatan dan kecantikan. Namun, data ini menunjukkan bahwa laki-laki juga mulai terbuka terhadap tren minuman probiotik, sehingga pasar kombucha tidak terbatas pada konsumen perempuan saja. Menurut Winarno (2015), perbedaan jenis kelamin dapat memengaruhi preferensi rasa. Laki-laki cenderung menyukai rasa yang kuat (asam-manis seimbang), sedangkan perempuan biasanya lebih memilih rasa ringan dan manis. Hal ini menjelaskan mengapa varian anggur yang memiliki keseimbangan rasa lebih diterima oleh responden laki-laki.

### Usia

Distribusi usia responden adalah: kurang dari 25 tahun: 14 orang (47%), 26–35 tahun 8 orang (27%), 36–45 tahun 6 orang (20%) dan lebih dari 45 tahun 2 orang (7%). Berdasarkan data tersebut dapat dianalisis sebagai berikut :

Kelompok usia muda (< 25 tahun) mendominasi sampel penelitian. Generasi ini, yang sebagian besar terdiri dari pelajar/mahasiswa, dikenal memiliki keterbukaan tinggi terhadap produk baru dan lebih adaptif terhadap tren gaya hidup sehat. Mereka cenderung tertarik mencoba produk inovatif seperti kombucha, yang tidak hanya menyehatkan tetapi juga dianggap “kekinian”.

Kelompok usia 26–35 tahun (27%) sebagian besar terdiri dari pekerja muda atau staf profesional. Kelompok ini memiliki daya beli lebih tinggi dan lebih sadar akan gaya hidup sehat untuk mendukung produktivitas kerja. Kombucha berpotensi dipasarkan sebagai minuman alternatif yang menambah energi tanpa efek negatif kafein berlebihan.

Kelompok usia 36–45 tahun (20%) jumlahnya lebih kecil, namun justru merupakan segmen penting. Konsumen di usia ini umumnya sudah lebih peduli terhadap kesehatan karena mulai mengalami penurunan metabolisme. Mereka cenderung memilih minuman dengan manfaat fungsional jangka panjang, misalnya untuk pencernaan dan imunitas.

Kelompok usia > 45 tahun (7%) adalah segmen paling sedikit. Hal ini dapat dimaklumi karena kelompok usia ini biasanya lebih konservatif dalam memilih makanan/minuman baru. Namun, jika mereka diberikan edukasi tentang manfaat kombucha (misalnya sebagai probiotik alami dan antioksidan), segmen ini justru berpotensi menjadi konsumen loyal.

### Pekerjaan

Distribusi pekerjaan responden adalah: Pelajar/Mahasiswa: 8 orang (27%), Staf Hotel: 6 orang (20%), Guru: 5 orang (17%), Pegawai Swasta: 4 orang (13%), Ibu Rumah Tangga: 3 orang (10%) dan Lainnya (Satpam, Freelancer, Sarjana/Diploma, dsb): 4 orang (13%)

Pelajar/Mahasiswa (27%) menjadi kelompok terbesar. Hal ini sejalan dengan distribusi usia, di mana hampir separuh responden berusia < 25 tahun. Kelompok ini dikenal aktif mencari produk minuman baru yang sedang tren, terutama jika dikaitkan dengan gaya hidup sehat, media sosial, dan komunitas. Dengan kata lain, mereka bisa menjadi agen promosi alami melalui *word of mouth* dan unggahan di media sosial.

Staf Hotel (20%) merupakan segmen yang unik karena mereka terlibat langsung dalam industri hospitality. Pengalaman mereka mencicipi kombucha tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pihak yang berpotensi merekomendasikan produk ini kepada tamu hotel. Masukan dari staf hotel sangat penting karena mereka memahami selera umum tamu dan standar kualitas produk F&B di industri perhotelan.

Guru (17%) adalah kelompok profesi yang cenderung peduli kesehatan dan memiliki pengetahuan lebih baik tentang gaya hidup sehat. Mereka juga memiliki potensi menjadi konsumen reguler karena pola kerja yang membutuhkan stamina serta kesehatan pencernaan yang baik.

Pegawai Swasta (13%) dan Ibu Rumah Tangga (10%) adalah segmen dengan preferensi praktis. Pegawai swasta membutuhkan minuman sehat untuk menunjang aktivitas padat, sementara ibu rumah tangga biasanya lebih peduli terhadap produk alami yang bisa dikonsumsi keluarga.

Lainnya (13%) termasuk satpam, pekerja lepas, dan lulusan diploma/sarjana yang belum bekerja tetap. Walaupun jumlahnya kecil, kelompok ini menunjukkan bahwa minat terhadap kombucha cukup merata di berbagai kalangan.

Jika dikombinasikan, data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa kombucha lebih mudah diterima oleh konsumen muda, laki-laki, dan berstatus pelajar/mahasiswa. Segmen ini merupakan pasar potensial bagi hotel untuk meluncurkan kombucha sebagai menu unggulan. Namun, adanya respon positif juga dari kelompok usia dewasa dan profesi lain membuktikan bahwa kombucha tidak terbatas pada segmen tertentu, melainkan memiliki daya tarik lintas usia dan profesi.

### Hasil Uji Organoleptik

Responden diminta menilai tiga varian kombucha berdasarkan atribut rasa (*flavor*), aroma (*smell*), dan warna (*color*) menggunakan skala hedonik 1–5 (1 = sangat tidak suka, 5 = sangat suka).

Tabel 2. Tingkat Kesukaan Responden terhadap Kombucha

Varian Kombucha	Rasa (%)	Aroma (%)	Warna (%)
Anggur Probiotik	55%	25%	20%
Leci Probiotik	45%	20%	15%
Stroberi Probiotik	40%	15%	10%

Hasil menunjukkan bahwa varian anggur probiotik memperoleh skor tertinggi dalam ketiga atribut, terutama rasa. Hal ini dapat dijelaskan karena anggur memiliki kandungan gula alami (glukosa dan fruktosa) serta senyawa volatil yang memberikan aroma manis segar, sehingga mampu menyeimbangkan keasaman kombucha.

Varian leci juga cukup disukai, meskipun skor lebih rendah dibanding anggur. Sementara itu, stroberi cenderung mendapat skor paling rendah, kemungkinan karena rasa asam stroberi justru memperkuat keasaman kombucha, sehingga tidak sesuai dengan preferensi sebagian besar konsumen.

### Analisis Rasa (*Flavor*)

Rasa merupakan faktor sensorik utama dalam penentuan tingkat kesukaan konsumen. Sebanyak 55% responden menyukai varian anggur, menjadikannya pilihan favorit. Anggur memiliki keseimbangan manis-asam yang harmonis, sehingga mampu menutupi rasa asam tajam hasil fermentasi.

Penelitian Greenwalt et al. (2015) menyatakan bahwa profil rasa kombucha sangat dipengaruhi oleh lama fermentasi, jenis teh, serta bahan tambahan. Anggur dikenal memiliki kandungan flavonoid tinggi, yang tidak hanya memperkaya rasa tetapi juga meningkatkan nilai kesehatan.

### **Analisis Aroma (Smell)**

Sebanyak 25% responden memberikan penilaian positif terhadap aroma kombucha. Anggur kembali menempati posisi pertama, karena memberikan aroma segar dan alami yang mampu mengurangi aroma asam tajam dari hasil fermentasi. Menurut Jay, Loessner, & Golden (2015), aroma khas kombucha berasal dari asam asetat, asam laktat, dan senyawa ester hasil fermentasi. Penambahan buah segar dapat menambah kompleksitas aroma sehingga lebih diterima konsumen.

### **Analisis Warna (Color)**

Warna merupakan atribut visual yang berperan penting dalam persepsi awal konsumen. Sebanyak **20% responden** menyukai penampilan kombucha varian anggur, yang memiliki warna ungu pekat dan memberikan kesan premium. Sari & Nugraheni (2015) menegaskan bahwa persepsi visual sangat memengaruhi ekspektasi konsumen sebelum mencicipi produk. Warna cerah sering dikaitkan dengan kesegaran dan kualitas. Oleh karena itu, pemilihan bahan tambahan yang memberikan warna menarik dapat meningkatkan penerimaan produk.

### **Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu**

Hasil penelitian ini selaras dengan temuan Greenwalt (2015) yang menyebutkan bahwa penambahan buah pada kombucha mampu meningkatkan tingkat kesukaan konsumen. Penelitian lain oleh Sutardi (2015) juga menekankan pentingnya penerapan standar kebersihan berbasis HACCP dalam produksi minuman fermentasi untuk menjaga kualitas produk.

### **Implikasi Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa peluang pengembangan di sektor perhotelan, yaitu:

1. Menu Unggulan Hotel – Kombucha dapat diposisikan sebagai *signature drink*.
2. Strategi Pemasaran – Dapat dipromosikan melalui media sosial dengan menonjolkan citra sehat dan alami.
3. Diversifikasi Produk – Selain buah, bisa ditambahkan herbal lokal seperti jahe, serai, atau pandan.
4. Produk Ritel – Kombucha dapat dikemas dalam botol untuk dijual sebagai oleh-oleh atau *take away drink*.
5. Edukasi Tamu – Hotel dapat mengadakan workshop pembuatan kombucha sebagai daya tarik tambahan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kombucha berpotensi besar dikembangkan sebagai menu unggulan di *The Capital Hotel Surabaya*. Varian anggur probiotik merupakan pilihan paling disukai, dengan skor tertinggi pada rasa, aroma, dan warna.

Temuan ini menegaskan bahwa inovasi rasa dan visual produk sangat menentukan penerimaan konsumen. Dalam konteks industri perhotelan, strategi ini dapat meningkatkan kepuasan tamu sekaligus memperkuat citra hotel sebagai pelopor gaya hidup sehat.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa proses pembuatan kombucha di *The Capital Hotel Surabaya* dilakukan dengan mengikuti prosedur fermentasi standar menggunakan teh hitam, gula, air matang, dan kultur SCOBY, dengan penambahan varian buah lokal seperti anggur, leci, dan stroberi. Proses fermentasi berlangsung selama 7–10 hari pada suhu ruang (24–

27°C), dengan penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan untuk menjaga kualitas produk.

Hasil uji organoleptik terhadap 30 responden menunjukkan bahwa varian anggur probiotik memperoleh tingkat kesukaan tertinggi, khususnya pada atribut rasa (55%), diikuti aroma (25%), dan warna (20%). Faktor rasa menjadi penentu utama dalam penerimaan produk, dengan profil rasa anggur yang mampu menyeimbangkan keasaman kombucha dan meningkatkan daya tarik konsumen. Mayoritas responden berasal dari kelompok usia muda (< 25 tahun) yang cenderung terbuka terhadap tren kuliner baru, sehingga memberikan peluang pasar yang menjanjikan bagi pengembangan kombucha di sektor perhotelan.

Secara keseluruhan, kombucha memiliki potensi untuk dijadikan menu minuman unggulan di *The Capital Hotel Surabaya*, sekaligus mendukung tren gaya hidup sehat yang semakin diminati masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar praktisi perhotelan dan restoran mulai mempertimbangkan kombucha sebagai minuman alternatif sehat dengan variasi rasa sesuai preferensi konsumen. Pengelola usaha kuliner juga dapat mengembangkan inovasi bahan lokal, seperti teh herbal atau madu, untuk menciptakan cita rasa khas. Penelitian lanjutan sebaiknya melibatkan panelis yang lebih beragam serta analisis kimia dan mikrobiologi guna memperkuat hasil. Selain itu, temuan ini dapat menjadi masukan bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan standar produk minuman fermentasi lokal yang aman dan bernilai fungsional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkan, G. (2025). Kombucha's functional features and fermentation dynamics: A bibliometric study. *Frontiers in Sustainable Food Systems*. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2025.1593348>
- Andrade, D. K. A. (2025). Kombucha: An old tradition into a new concept of a functional beverage. *Foods*, 14(9), 1547. <https://doi.org/10.3390/foods14091547>
- Eka, F. D., & Halim, H. (2016). *Teknologi fermentasi*. Akademika Pressindo.
- Greenwalt, R. B., Steinkraus, K. H., & Ledford, R. A. (2015). Kombucha, the fermented tea: Microbiology, composition, and claimed health effects. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 14(2), 1–8. <https://doi.org/10.1111/1541-4337.12157>
- Jay, J. M., Loessner, M. J., & Golden, D. A. (2015). *Modern food microbiology* (8th ed.). Springer.
- Kartelias, I. G., Karantonis, H. C., Giaouris, E., Panagiotakopoulos, I., & Nasopoulou, C. (2023). Kombucha fermentation of Olympus mountain tea (*Sideritis scardica*) sweetened with thyme honey: Physicochemical analysis and evaluation of functional properties. *Foods*, 12(18), 3496. <https://doi.org/10.3390/foods12183496>
- Laureys, D. (2020). Kombucha tea fermentation: A review. *Journal of Food Processing and Preservation*, 44(11), e14918. <https://doi.org/10.1111/jfpp.14918>
- Madigan, M. T., Martinko, J. M., Bender, K. S., Buckley, D. H., & Stahl, D. A. (2015). *Brock biology of microorganisms* (14th ed.). Pearson Education.
- Martínez-Leal, J., et al. (2018). A review on health benefits of kombucha: Nutritional and functional aspects. *Journal of Functional Foods*, 46, 113–122. <https://doi.org/10.1016/j.jff.2018.05.039>
- Nyhan, L. M. (2022). Advances in kombucha tea fermentation: A review. *Fermentation*, 8(1), 5. <https://doi.org/10.3390/fermentation8010005>
- Patel, G., & Sharma, R. (2025). Nutritional and microbial dynamics of kombucha: Recent advances and perspectives. *Frontiers in Nutrition*, 12, 103251. <https://doi.org/10.3389/fnut.2025.103251>
- Sari, M., & Nugraheni, P. (2015). *Manajemen tata hidang dan pelayanan makanan*. Deepublish.
- Selvaraj, S., Vellingiri, B., & Jayaraman, G. (2022). An overview of probiotic health booster—Kombucha tea. *Frontiers in Nutrition*, 9, 997561. <https://doi.org/10.3389/fnut.2022.997561>

- Sutardi. (2015). *Mikrobiologi industri*. Alfabeta.
- Villarreal-Soto, S. A., Beaufort, S., Bouajila, J., Souchard, J.-P., & Taillandier, P. (2024). Understanding kombucha tea fermentation: A review. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 23(1), 123–145. <https://doi.org/10.1111/1541-4337.12345>
- Winarno, F. G. (2015). *Kimia pangan dan gizi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yulianti, R. (2015). *Manajemen operasional restoran*. Mitra Wacana Media.