

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Menurut Surat Keputusan Menparpostel No.KM/37/PW/304/MPPT-86 hotel merupakan seluruh jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyiapkan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial. Hotel tidak hanya berfungsi sebagai tempat menginap, namun juga sebagai fasilitas pelayanan publik, seperti rapat pertemuan, pesta perkawinan, konferensi, seminar, pesta ulang tahun, dan kegiatan lainnya yang membutuhkan fasilitas dan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, untuk menciptakan penilaian yang baik terhadap pelayanan yang diberikan maka hotel membutuhkan sebuah organisasi yang kompleks yang terbagi ke dalam beberapa departemen yang memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Salah satunya yaitu *food and beverage department*. *Food and beverage department* bertanggungjawab terhadap kebutuhan pelayanan makanan dan minuman serta kebutuhan lain yang terkait yang dikelola secara profesional.

Produk berupa makanan dan minuman harus mempertimbangkan kualitas produk agar konsumen dapat merasa puas dan berani untuk kembali mencoba makanan tersebut. Kualitas makanan tidak hanya berdasarkan rasa yang ditawarkan, namun, juga penampilan seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, dan tekstur (Potter dan Hotchkiss, 2012). Salah satu hidangan yang diproduksi di *cold kitchen* Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center ialah *premix salad*. *Premix salad* atau biasa disebut juga *compound salad* yaitu jenis salad yang terdiri dari beberapa bahan makanan. *Premix salad* dapat berisi campuran sayuran, buah, serta bahan hewani yang disajikan dengan *dressing* (*sauce*). Jenis menu *premix salad* akan berganti setiap waktu makan siang (*lunch*) dan makan malam (*dinner*) setiap harinya.

Berdasarkan pengamatan dan kontribusi langsung selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) ditemukan bahwa *premix salad* sering tidak habis yang menyebabkan tingginya *food waste* pada menu tersebut. Hal tersebut dapat disebabkan oleh ketidaktahuan akan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk *salad*. Oleh karena itu, salah satu hal yang dapat dilakukan untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen terhadap produk *premix salad* yakni dengan melakukan analisis minat konsumen berdasarkan bauran pemasaran 7P yakni *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tugas akhir yang berjudul “Analisis Minat Konsumen terhadap Variasi Menu Premix Salad di Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center” diatas dapat dirumuskan beberapa masalah berikut ini:

1. Bagaimana proses produksi variasi menu premix salad di Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center?



2. Faktor apa saja yang memengaruhi minat konsumen terhadap variasi menu *premix salad* di Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center?
3. Apa saja menu *premix salad* yang paling diminati di Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center?

### 1.3 Tujuan

Tujuan umum dari tugas akhir ini adalah menganalisis minat konsumen terhadap variasi *premix salad* berdasarkan bauran pemasaran 7P. Adapun tujuan khusus dari tugas akhir ini adalah:

1. Menganalisis proses produksi variasi menu *premix salad* di Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center.
2. Menganalisis faktor – faktor yang memengaruhi minat konsumen terhadap variasi menu *premix salad* di Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center.
3. Menganalisis menu *premix salad* yang paling diminati di Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center.

### 1.4 Manfaat

Manfaat dari tugas akhir yang berjudul “Analisis Minat Konsumen terhadap Variasi Menu *Premix Salad* di Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center” adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Mahasiswa  
Sarana untuk menguji sebagian besar kemampuan yang telah diberikan selama duduk di bangku kuliah, menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman selaku generasi yang dididik untuk siap terjun langsung di masyarakat khususnya di lingkungan kerja.
- 2) Bagi Instansi  
Sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi sudah sejauh mana program maupun kurikulum yang telah diterapkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Serta sebagai bahan masukan untuk meningkatkan promosi pada menu *premix salad* di suatu perusahaan.
- 3) Bagi Masyarakat  
Memberikan gambaran mengenai pendapat serta persepsi konsumen terhadap produk *premix salad*, serta teknik promosi yang efektif yang dapat diterapkan pada produk *healthy food* terutama *premix salad*.

### 1.5 Ruang Lingkup

Produk yang diproduksi di *cold kitchen* Hotel Novotel Bogor sangat bervariasi, sehingga penulis membatasi ruang lingkup penelitian yaitu hanya pada menu *premix salad* yang merupakan salah satu produk dengan tingkat *food waste* tinggi. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan ketika PKL, persentase *food waste* yang pernah terjadi dimulai dari 25% hingga 100%. Hal ini dapat terjadi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

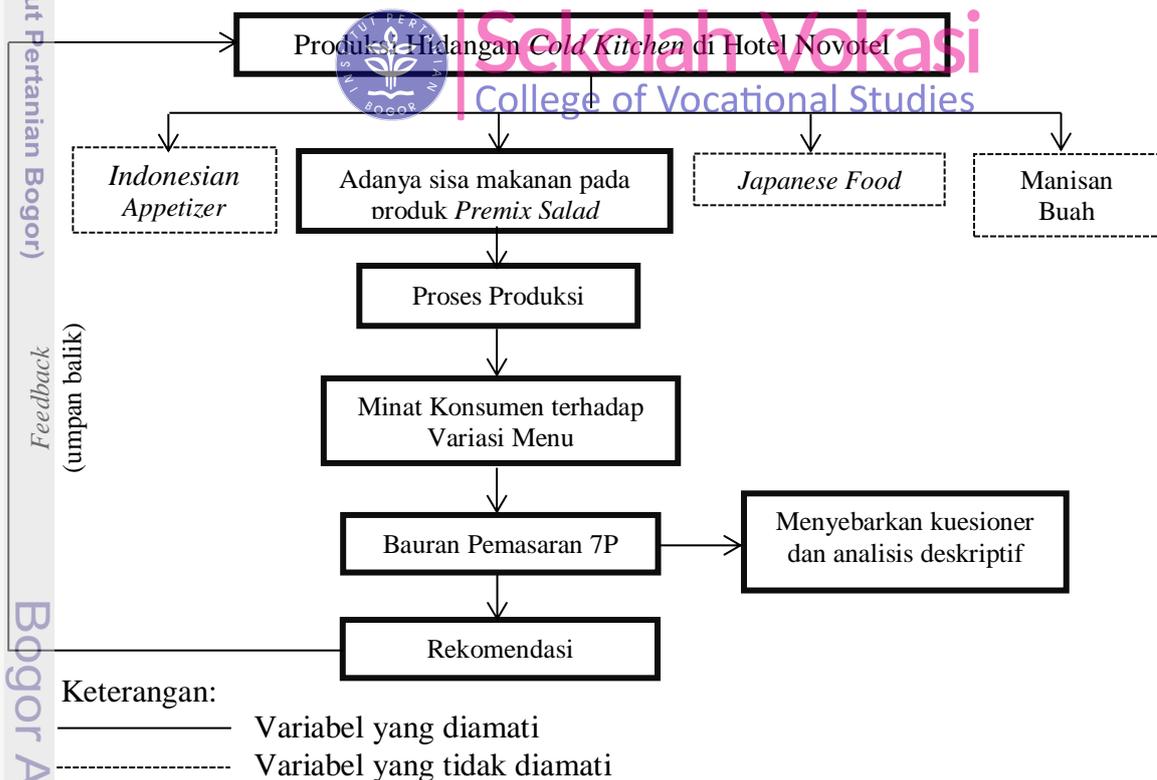
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

karena masa simpan produk *premix salad* hanya 3 jam, lebih tepatnya hanya pada waktu makan siang atau makan malam berlangsung. Ketika waktu makan selesai, *premix salad* yang tersisa akan selalu dibuang karena terbuat dari bahan – bahan segar yang mudah rusak (*perishable food*). Oleh karena itu, dilakukan analisis minat konsumen terhadap menu tersebut dengan menggunakan metode bauran pemasaran 7P guna mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk *premix salad*. Metode penelitian yang digunakan pada tugas akhir ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan survey kuesioner dengan pengukuran skala *likert*, data yang telah terkumpul diberikan skor dan diakumulasikan lalu hasil akhir disesuaikan dengan nilai interval kelas yang telah ditentukan, kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Karakteristik responden yang dituju pada penelitian ini adalah tamu hotel Novotel yang datang untuk makan siang dan atau makan malam di Verandaah Restaurant.

## 1.6 Kerangka Pikir

Kerangka pikir penelitian tentang analisis minat konsumen terhadap menu variasi *premix salad* dapat dilihat pada Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1 Kerangka Pikir

*Cold kitchen* bertanggungjawab dalam memproduksi dan menyajikan hidangan *appetizer*, salah satunya yaitu *premix salad*. Proses persiapan dan pengolahan *premix salad* disesuaikan dengan menu yang akan dibuat pada waktu makan tersebut. *Premix salad* disajikan di *show case salad* yang tersedia pada

penyelenggaraan makanan *buffet*, akan tetapi tidak semua konsumen tertarik untuk mengonsumsi *premix salad* sehingga masih banyak yang tersisa (*food waste*). Ketidaktarikan tersebut dapat disebabkan karena adanya produk salad lain yang lebih *familiar* bagi tamu yakni *salad bar*. *Salad bar* adalah macam – macam sayuran dan *dressing* yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada produk *salad bar*, *dressing* yang ingin dikonsumsi dapat dipilih sesuai selera konsumen, sedangkan pada produk *premix salad* tidak dapat dipilih sesuai selera karena *dressing* telah dicampur dengan bahan utama *salad*. Faktor lainnya yaitu tidak adanya informasi yang tertulis pada produk *premix salad* sehingga konsumen kurang mengenal produk. Oleh karena itu, muncul ide pembahasan untuk mengetahui bagaimana minat konsumen terhadap variasi produk *premix salad* di Verandaah Restaurant. Preferensi dilakukan dengan menyebarkan survey kuesioner berdasarkan bauran pemasaran 7P. Data diambil dari tamu hotel yang berkunjung untuk makan siang dan atau makan malam di Verandaah Restaurant. Kemudian, hasil data dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Berdasarkan hasil analisis, didapatkan gambaran pendapat dan persepsi konsumen yang dapat digunakan sebagai rekomendasi untuk produksi menu *premix salad* di *cold kitchen* Novotel Bogor.

## II METODE



### 2.1 Waktu dan Tempat

Pengamatan dan penelitian dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama yakni pengamatan yang dilakukan di *cold kitchen* Novotel Bogor Golf Resort and Convention Center selama empat bulan mulai dari tanggal 20 September 2021 sampai 14 Januari 2022. Tahap kedua yakni penelitian dan pengolahan data yang dilakukan dua bulan mulai dari bulan Mei hingga bulan Juli 2022.

### 2.2 Metode dan Teknik Pengambilan Data

Jenis data dan cara pengambilan data yang diperoleh berupa data primer. Data primer yaitu sumber data yang diperoleh berdasarkan sumber asli yakni dengan melakukan pengamatan secara langsung, partisipasi aktif, serta hasil survey dengan menggunakan kuesioner. Jenis dan cara pengambilan data dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jenis dan Cara Pengambilan Data

Data	Jenis Data	Cara Pengambilan Data	Jumlah Data
Produksi hidangan <i>premix salad</i>	Primer	Pengamatan dan partisipasi secara langsung	
Karakteristik responden	Primer	Survey Konsumen menggunakan Kuesioner	30
Minat konsumen terhadap variasi <i>premix salad</i>	Primer	Survey Konsumen menggunakan Kuesioner	30