



RINGKASAN

DESTY RATNA MAULINA. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahhan Ayam Sebagai Dasar Pengembangan Produk di *Le Eminence Hotel Convention And Resort*. Dibawah bimbingan SILVIA DEWI SANGGITA ANDIK.

Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan, atau hal - hal yang disukai oleh konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap suatu produk (Munandar et al. 2012). Dalam menunjang kegiatan preferensi konsumen diperlukan berbagai macam produk yang telah tersedia di pasaran. Salah satu contoh produsen yang menyediakan produk tersebut yaitu produsen hotel *Le Eminence Convention & Resort*. Hotel tersebut memiliki restoran yang menyediakan makanan dan minuman. Makanan yang disediakan salah satunya yaitu produk olahan ayam. Produk olahan ayam di hotel memiliki cita rasa dan kualitas yang berbeda dengan produk olahan ayam di pasaran, sehingga penulis ingin mengetahui produk dari produsen mana yang lebih banyak disukai oleh konsumen.

Tujuan umum dari laporan ini adalah mengetahui preferensi konsumen terhadap produk olahan ayam di *Le Eminence Hotel Convention And Resort*. Adapun tujuan khusus dari laporan ini adalah (1) Mengetahui keadaan umum dari *Le Eminence Hotel Convention And Resort* meliputi sejarah, sumber daya manusia dan fasilitas fisik di hotel. (2) Mengkaji alur penyelenggaraan makanan terutama produk olahan ayam di hotel *Le Eminence* dimulai dari produksi hingga penyajian. (3) Mengetahui preferensi konsumen terhadap produk olahan ayam *stuffed chicken breast* dan ayam bakar cianjur.

Pengamatan dan pengambilan data dilakukan pada saat praktik kerja lapangan dari tanggal 25 November 2019 sampai 24 Februari 2020 pada bagian *a'la carte kitchen* di *Le Eminence Hotel Convention And Resort* dengan metode pengambilan data yang digunakan adalah pengambilan data primer dan data sekunder.

Restaurant di *Le Eminence Hotel Convention And Resort* memproduksi hidangan *a'la carte* yang dibuat berdasarkan pesanan dari konsumen. Hidangan ayam yang diproduksi di Veranda kitchen yaitu *chicken curry*, *chicken kofta*, *kabsah rice chicken*, ayam betutu, *stuffed chicken breast*, dan ayam bakar cianjur. Produk tersebut terdiri dari *western food* yakni *stuffed chicken breast* dan *traditional food* yakni ayam bakar cianjur. Bauran pemasaran atau *marketing mix* dikenal dengan 4P yaitu produk (*product*) terdiri dari cita rasa, variasi menu, diversifikasi produk, penampilan dan sebagainya. Harga (*price*) bertujuan untuk mengetahui apakah produsen mendapatkan laba atau keuntungan dan menilai apakah konsumen dapat membeli produk tersebut dengan harga yang telah ditetapkan oleh produsen, tempat (*place*) merupakan lokasi yang dinilai sangat strategis agar perusahaan atau toko mereka dapat mudah ditemukan oleh konsumen, dan promosi (*promotion*) membantu produsen untuk mencapai *target market* dengan mendapatkan konsumen yang potensial dengan cara mempromosikan produk mereka menggunakan media sosial dan pemberian diskon.

Kata kunci : Preferensi konsumen, produksi, bauran pemasaran

