

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu usaha yang memiliki persaingan ketat saat ini adalah bisnis kuliner yang sudah menjadi sebuah bisnis yang didalamnya diperlukan strategi bisnis, manajerial produk dan pemasaran yang tepat agar bisnis lebih berkembang. Terlebih lagi Indonesia dikenal dengan dunia kulinernya sehingga makanan yang diperjual belikan tersedia dalam berbagai macam. Hal ini dikarenakan semakin maju dan berkembangnya masyarakat Indonesia menjadi masyarakat modern serta memiliki aktivitas dengan kesibukan tinggi sehingga cenderung mencari makanan dan minuman diluar rumah dengan kualitas-kualitas tertentu yang memenuhi standar selera konsumen.

Sejalan dengan semakin bertumbuhnya perusahaan di dunia bisnis dan semakin bervariasinya kebutuhan dan permintaan konsumen akan suatu produk, maka perusahaan perlu melakukan pengembangan terhadap produknya agar minat konsumen meningkat sehingga menjadi semakin bervariasi dan mampu memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Minat pembelian merupakan faktor penting dalam dunia bisnis karena keputusan konsumen untuk membeli suatu produk didasari dengan adanya minat dan minat muncul akibat adanya stimulus positif yang menimbulkan motivasi untuk memungkinkan konsumen membeli produk atau jasa dimasa depan (Jalilvand, 2013). Minat beli bukan hanya bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, tetapi merupakan kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Sulistiyari,2012). Terdapat empat perilaku konsumen yang dapat memengaruhi minat beli konsumen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi,dan faktor psikologis. (Kotler 2001:144-157)

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen berkaitan dengan proses pembelian menurut Kotler (2000:9) menyatakan bahwa faktor yang berperan penting dalam mempengaruhi minat beli seseorang diantaranya adalah produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Pemasaran dipilih karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, dan mengadakan promosi. Selain itu, pemasaran juga dianggap sebagai langkah jitu untuk menarik minat beli konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

Salad adalah campuran dari sayuran hijau segar, buah, daging, unggas dan ikan yang dihidangkan bersama *dressing* atau hanya terdiri dari buah segar dan juice (Djelantik, 1999). Kata salad diperkirakan berasal dari bahasa latin "*herba salata*" artinya *herba* berarti sayuran dan *salata* berarti digarami atau diberi garam, jadi *herba salata* adalah sayuran yang diberi garam. Tampaknya sulit untuk mendapatkan definisi yang pasti tentang salad. Pada mulanya salad diartikan sebagai makanan yang terdiri dari sayur-sayuran segar (*crispy leaf vegetables*). Dalam perkembangannya pengertian ini tidak sepenuhnya benar, karena banyak bahan makanan lain yang ditambahkan pada sayur-sayuran tadi, sehingga lahirlah salad yang beraneka ragam. Pada akhirnya salad dapat diartikan suatu makanan



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 mengumumkan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



yang dihidangkan bersama *dressing (sauce)* dan umumnya salad dihidangkan dengan sayuran yang *crispy*, sehingga pengertian salad masih berpedoman pada pengertian yang lama. P3G (2002:5-10).

Salad sayuran biasanya terdiri dari sayuran seperti selada, timun, wortel, tomat, paprika, brokoli, bawang bombay dan lain-lain. Namun, bisa juga campuran salad sayuran menggunakan buah-buahan seperti buah apel, alpukat, buah naga, dan buah zaitun. Salad sayuran menyehatkan, banyak serat, kaya nutrisi, rendah kalori yang baik untuk tubuh. Biasanya salad sayuran terkenal di kalangan orang-orang vegetarian dan lanjut usia. Tetapi seiring berjalannya waktu, salad sayuran sudah terkenal dikalangan anak muda. Sebab, salad sayuran baik untuk kesehatan dan dapat menurunkan berat badan jika dikonsumsi dengan rutin. Meskipun salad sayuran memiliki rasa yang aneh tapi sebagian orang menyukainya.

Le Eminence Hotel Convention and Resort merupakan salah satu hotel yang menyediakan berbagai macam hidangan salad sebagai *appetizer*. Hidangan salad tersebut bermacam-macam mulai dari *Arabic food*, *Western food* dan *Traditional food*. Namun, tidak semua salad diminati oleh konsumen, hanya beberapa macam salad yang diminati seperti *greek salad*, *caesar salad* dan *fattoush salad*. Menurut Buangingsih (2009:149) fungsi salad adalah sebagai menambah nilai gizi, melancarkan pencernaan, menambah nutrisi pada tubuh, sebagai makanan pembuka. Salah satu aspek penting untuk melakukan variasi produk salad di hotel berdasarkan minat konsumen yaitu dengan meningkatkan penjualan produk salad. Berdasarkan latar belakang diatas maka tugas akhir ini akan mengkaji pengembangan produk salad berdasarkan minat beli konsumen.

1.2 Tujuan

Tujuan umum dari laporan ini adalah mengetahui pengembangan produk salad berdasarkan minat beli konsumen. Adapun tujuan khusus dari laporan ini adalah :

1. Mengetahui keadaan umum *Le Eminence Hotel Convention and Resort* yang menyediakan 3 jenis salad meliputi sejarah, sumber daya manusia dan shift kerja.
2. Mengidentifikasi proses produksi salad di *Le Eminence Hotel Convention and Resort*.
3. Mengetahui preferensi minat konsumen terhadap produk salad.
4. Menganalisis pengembangan produksi salad berdasarkan minat konsumen.

1.3 Kerangka Pikir

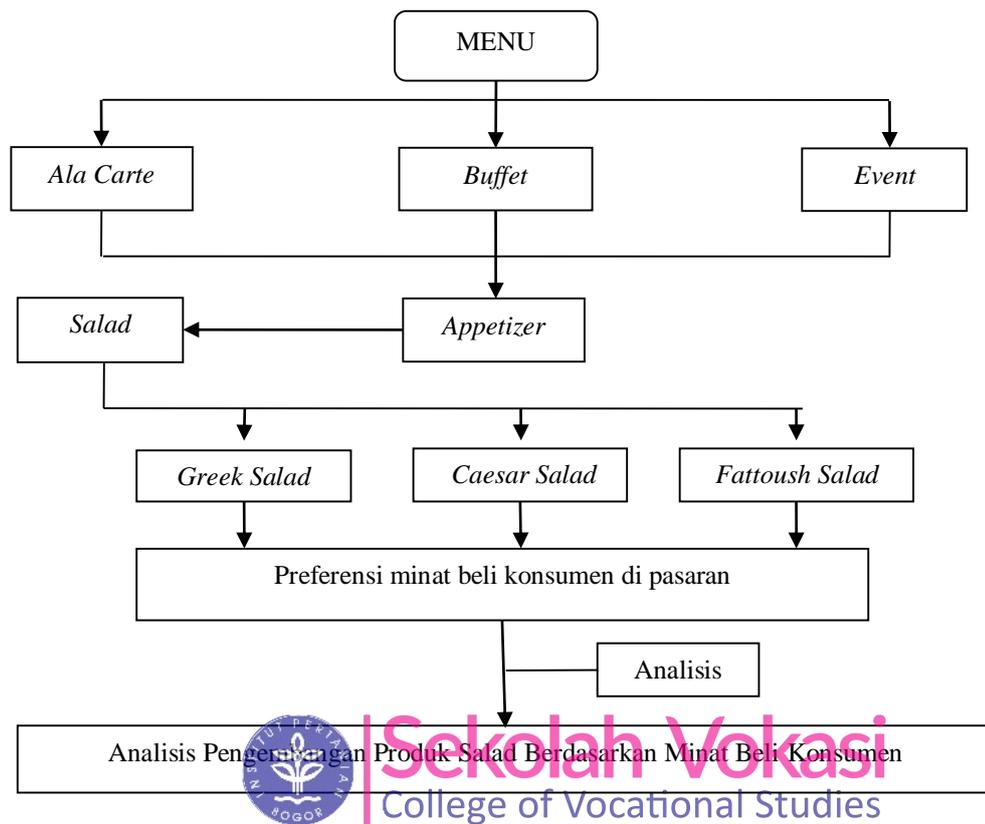
Alur penyelenggaraan makanan di *Le Eminence Hotel Convention and Resort* dimulai dari perencanaan menu meliputi menu *ala carte*, *banquet event order* dan *buffet breakfast*. Menu hidangan yang diproduksi mulai dari *appetizer* hingga *dessert*. Produksi hidangan *appetizer* bermacam-macam salah satunya yaitu hidangan salad. Kerangka pikir tugas akhir ini dapat dilihat pada gambar 1.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Keterangan :

————— Variabel yang diamati

----- Variabel yang tidak diamati

Gambar 1 Kerangka Pikir

Salad yang diminati konsumen hotel terdiri dari *greek salad*, *Caesar salad* dan *fattoush salad*. Lalu dari salad ini muncul ide pembahasan dengan melihat apakah salad tersebut diminati juga dipasaran atau tidak. Preferensi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berdasarkan bauran pemasaran . Data diambil dari hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada masyarakat umum yang sebelumnya pernah mengkonsumsi ketiga hidangan produk salad tersebut. Kemudian, hasil data di analisis dengan preferensi konsumen terhadap bauran pemasaran 4P dan minat beli. Dari hasil analisis, didapatkan gambaran untuk pengembangan produk salad berdasarkan minat beli konsumen.

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.