

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Muljadi (dalam Risalah, 2019:1) *“Tourism is any person who travels to a country other than that in which she/he has his/her usual residence but outside his/her usual environment for a period not exceeding 12 months and whose main purpose of visit is other than the exercise of an activity remunerated from within the country visited”* (Pariwisata adalah seseorang yang melakukan perjalanan ke Negara lain selain Negara atau diluar tempat kediamannya selama tidak lebih dari 12 bulan dengan tujuan utama kunjungan selain mencari nafkah secara langsung di Negara yang dikunjungi).

Perkembangan bisnis pariwisata pada saat ini semakin hari kian bertumbuh subur dan berkembang di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari semakin meningkatnya pembangunan hotel yang merupakan salah satu industri kepariwisataan, mulai dari hotel non-bintang sampai dengan hotel yang bertaraf internasional. Hotel tidak hanya menawarkan jasa kamar, makanan, minuman, namun juga berbagai jasa lainnya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang menginap maupun tidak menginap di hotel.

Menurut data dari Kementerian Pariwisata tahun 2018 yang menunjukkan bahwa sejak tahun 2013 sektor pariwisata menempati posisi keempat setelah minyak dan gas bumi, batubara, serta kelapa sawit sebagai penghasil devisa negara. Dari data

Kementerian Pariwisata, telah mencatat pada tahun 2014 jumlah wisatawan mancanegara sebanyak 9,4 juta jiwa. Maka setahun pemerintahan Jokowi, angka kunjungan naik sebesar 1 juta jiwa, tahun 2015 tercatat 10,4 juta jiwa, tahun 2016 tercatat 11,5 juta jiwa, tahun 2017 naik cukup signifikan menjadi 14,03 juta jiwa, dan tahun 2018 tercatat sebanyak 15,8 juta. Dari sumber yang samapun, per Januari 2019 tercatat ada sebanyak 1.158.162 jiwa tamu mancanegara berkunjung ke Indonesia, dengan kenaikan kisaran 58 ribu lebih dibandingkan bulan yang sama pada 2018, yang tercatat sebanyak 1.100.677 jiwa. (<https://indonesia.go.id/ragam/pariwisata/pariwisata/wisata-indonesia-di-mata-dunia> diakses 21 Juni 2021).

Hotel sebagai salah satu sarana akomodasi yang menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta berbagai jenis jasa lainnya tentu memiliki struktur organisasi agar seluruh kegiatan dapat berjalan semaksimal mungkin. Dalam struktur hotel terdapat satu bagian yang menangani penyajian dan pembuatan makanan dan minuman yaitu *food and beverage department* yang berfungsi melaksanakan penjualan makanan dan minuman. *Food and beverage department* juga memiliki section sendiri untuk menangani makanan-makanan tertentu yang di pesan oleh tamu yaitu *food and beverage product*. Sedangkan *waiter/waitress* dari department *food and beverage service* yang akan menyajikan makanan tersebut kepada tamu. Section yang terdapat pada *food and beverage product* diantaranya adalah *main kitchen section*, *cool kitchen / garde manger section*, *butcher section*, *banquet kitchen section*, *pastry and bakery section*, dan *stewarding section*.

Pastry and bakery section merupakan salah satu bagian dari *food and baverage Product* yang memiliki tugas utama yaitu mengolah serta menyajikan berbagai jenis kue dan roti. Selain itu *pastry and bakery* juga menawarkan berbagai jenis kudapan-kudapan yang diinginkan oleh konsumen yang inginap maupun yang tidak inginap dari pihak hotel diantaranya seperti jajanan pasar (*traditional cake*), *birthday cake*, *wedding cake*, *produc-productt ala carte* serta berbagai jenis olahan kue dan roti yang dapat di-order langsung oleh konsumen tersebut. Selain itu setiap hari *pastry and bakery* juga selalu menyediakan kue dan roti yang disajikan untuk *breakfast, lunch, dinner, dan event-event banquet lainnya*.

Sebagai seorang *pastry chef* di hotel tentunya memiliki beberapa resep standar yang selalu diterapkan dan dimodifikasi untuk mengolah produk kue dan roti, sehingga ketika tamu-tamu yang datang untuk menikmati kudapan yang disajikan akan merasa senang dan menjadi puas atas produk yang telah dihasilkan. Hal tersebut pastinya menjadi kebanggaan tersendiri ketika tamu menyukai kudapan yang dibuat.

Produk olahan *pastry and bakery* banyak diminati oleh khalayak ramai, bahkan ada sebuah hotel yang memiliki *cake shop* nya sendiri untuk menarik minat konsumen. Selain sebuah hotel memiliki kudapan-kudapan yang membuat konsumen mereka puas dibaliknya pasti ada kepercayaan dan daya tarik tersendiri yang membuat konsumen memilih hotel anda untuk menikmati kudapan tersebut. Maka dari latar belakang diatas penulis tertarik mengambil judul “Daya Tarik Menu *Pastry & Bakery* di Restoran *Purple Grand Mercure Hotel Yogyakarta* Adi Sucipto.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas rumusan masalah yang dibahas adalah Daya Tarik Menu *Pastry & Bakery* di Restoran *Purple* Grand Mercure Hotel Yogyakarta Adi Sucipto.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui daya tarik dari menu *Pastry and Bakery* yang terdapat di *Purple* restoran Grand Mercure Hotel Yogyakarta Adi Sucipto di antaranya :

1. Untuk mengetahui bahan-bahan dari resep standar pengolahan produk *Pastry and Bakery*.
2. Untuk mengetahui produk-produk olahan *Pastry and Bakery* apa saja yang diminati oleh konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis:
 - a. Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya Pariwisata (A.Md. Par).
 - b. Untuk mengetahui daya tarik dari produk-produk olahan dari *Pastry and Bakery* yang diminati oleh konsumen.
 - c. Untuk mengetahui resep standar pembuatan produk *Pastry and Bakery*.

2. Manfaat bagi Perusahaan dan Hotel:

Manfaat bagi Grand Mercure Hotel Yogyakarta Adi Sucipto adalah dengan mengetahui daya tarik produk-produk olahan dari *pastry and bakery*, baik *staff* maupun *trainee* dapat terus meningkatkan kualitas produk olahan mereka serta terus berkreasi dengan resep standar yang terus ditingkatkan dan dimodifikasi sedemikian rupa sehingga menjadi produk yang menarik minat konsumen yang menikmati produk mereka dan memunculkan rasa senang dan kepuasan tersendiri bagi penikmatnya.

3. Manfaat bagi Perguruan Tinggi:

Manfaat bagi DIII Perhotelan Universitas Muhammadiyah Jember adalah dapat mengetahui Daya Tarik Menu *Pastry & Bakery* di Restoran *Purple* Grand Mercure Hotel Yogyakarta Adi Sucipto yang mana tempat tersebut merupakan tempat penelitian bagi penulis.

1.5 Lokasi penelitian

1. Tempat Penelitian:

Tempat penulis yang dilaksanakan oleh penulis adalah *Pastry and Bakery section* yang terletak di Grand Mercure Hotel Yogyakarta Adi Sucipto, berlokasi di Jl. Laksda Adisucipto No.80, Demangan Baru, Caturtunggal, Sleman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Durasi Penelitian:

Durasi penelitian yang dilaksanakan oleh penulis adalah selama 5 bulan dimulai dari tanggal 15 Maret 2021 s.d 15 Agustus 2021.

1.6 Jenis Data dan Sumber Penelitian

1. Jenis Data

Jenis Data dalam SP. Hastono (2006:5) dibagi menjadi 2 yaitu data kualitatif (*catagoric*) dan kuantitatif (*numeric*).

a. Data Kualitatif (*Catagoric*)

Jenis data ini merupakan data hasil pengklasifikasian/penggolongan suatu data. Cirinya: isinya berupa kata-kata.

Misalnya anak perusahaan (*Hotel*) dari AccorHotels yang berada di Indonesia.

b. Data Kuantitatif (*Numeric*)

Merupakan variabel hasil dari penghitungan dan pengukuran. Cirinya: isi variabel berbentuk angka-angka. Variabel numerik dibagi menjadi dua macam: Diskrit dan Kontinyu. Diskrit merupakan variabel hasil dari penghitungan.

Misalnya data jumlah hotel bintang 5 yang ada di Indonesia.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh penulis adalah menurut Wardiyanta dalam (Sugiarto 2017:87):

- a. Data Primer, merupakan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yaitu informasi dari narasumber. Dalam penelitian ini, data primer merupakan hasil data dari konsumen yang melihat produk-produk olahan dari *Pastry and Bakery*.
- b. Data Sekunder, merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga. dalam penelitian ini, data sekunder didapatkan dari laporan penjualan produk-produk olahan dari *Pastry and Bakery*.

1.7 Metode Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2010:26), instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah.

Berikut merupakan beberapa metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian tentang Daya Tarik Menu *Pastry & Bakery* di Restoran *Purple Grand Mercure Hotel Yogyakarta* Adi Sucipto:

1. Teknik Wawancara

Menurut Arikunto (2010:41) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interview) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Dalam penelitian ini penulis bertanya kepada konsumen ataupun kepada *pastry staff* tentang jenis produk-produk olahan pastry apa saja yang diminati oleh konsumen.

2. Metode Observasi

Menurut Arikunto (dalam Islami, 2020:8), observasi yakni memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Didalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.

Dalam penelitian ini misalnya penulis melaksanakan *On the Job Traning* di *Pastry and Bakery* Grand Mercure Hotel Yogyakarta Adi Sucipto selama kurang lebih 5 bulan di yang dimulai dari 15 maret 2021 sampai dengan 15 agustus 2021.

3. Metode Kepustakaan

Menurut sugiyono (dalam Islami, 2020:8-9), kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi social yang diteliti, selain itu studi

kepuustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literature ilmiah. Misalnya kajian-kajian teori ilmiah tentang *Pastry and Bakery*.

4. Studi Dokumentasi

Menurut Arikunto (2010:43) "...dokumen sebagai sumber data yang dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan".

Sedangkan menurut Sugiyono (2016: 240).Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film dan sebagainya. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.

1.8 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan (dalam Islami, 2020:9), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan semuanya dapat diinformasikan kepada orang lain.

1.8.1 Teknik Analisis Deskriptif

Menurut Hasan 2004;185 (dalam L.M. Nasution 2017:49), Analisis deskriptif adalah merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sample. Analisa deskriptif ini dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisisnya apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak. Jika hipotesisnya nol (H_0) dapat diterima, berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Analisis deskriptif ini menggunakan satu variable atau lebih tetapi bersifat mandiri, oleh karena itu analisis ini tidak berbentuk perbandingan atau hubungan.

Misal sebagai contohnya adalah: penulis dapat memberikan gambaran permasalahan yang terjadi di *Pastry and Bakery* section mengenai Daya Tarik Menu *Pastry and Bakery* di restoran purple yang terdapat pada rumusan masalah saat penulis melaksanakan *On The Job Training II* di Grand Mercure Hotel Yogyakarta Adi Sucipto.

1.8.2 Teknik Analisis SWOT

Menurut Yoeti (dalam Islami, 2020:10-11), teknik analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Strengths (*Kekuatan*)

Merupakan karakteristik dari suatu organisasi atau bisnis yang merupakan suatu keunggulan. Dalam penelitian ini berkaitan dengan kekuatan *pastry and bakery section* Grand Mercure Yogyakarta Adi Sucipto.

2. Weakness (*Kelemahan*)

Merupakan karakteristik dari suatu organisasi atau bisnis yang merupakan kelemahan. Berkaitan dengan kelemahan apa saja yang dimiliki oleh *pastry and bakery section* Grand Mercure Yogyakarta Adi Sucipto. Baik dalam segi resep standar maupun pelayanannya.

3. Opportunities (*Peluang*)

Kesempatan yang datang dari luar organisasi atau bisnis. Kesempatan untuk menarik konsumen lebih banyak dengan adanya modifikasi dari resep-resep yang telah diuji sehingga menarik rasa penasaran konsumen dari luar.

4. Threats (*Ancaman*)

Elemen yang datang dari luar yang dapat menjadi ancaman bagi organisasi atau bisnis. Turunnya penjualan dari *pastry and bakery* yang membuat produksi juga menurun menyesuaikan dengan jumlah konsumen yang diperkirakan (*expected arrival*).