

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

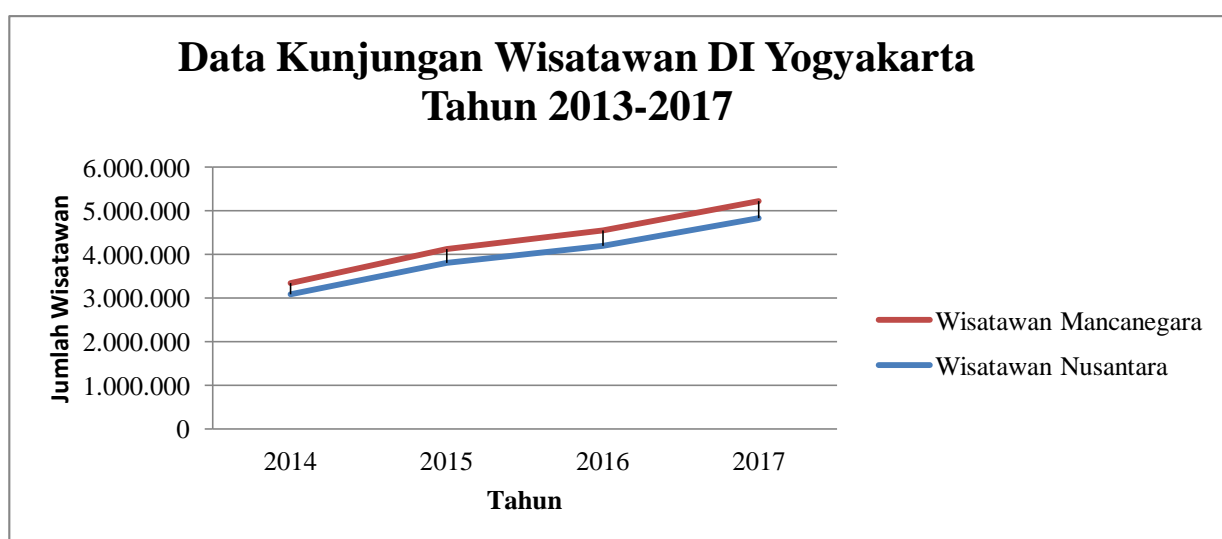
Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan yang bisa diandalkan, kemajuan yang amat pesat bidang industri pariwisata terutama transportasi dan telekomunikasi yang disertai dengan kemajuan ekonomi sejumlah negara, menyebabkan orang memiliki keinginan untuk berwisata dari satu tempat ke tempat yang lain. Hal ini yang memicu industri pariwisata di Indonesia terus berusaha meningkatkan pelayanan yang terbaik bagi para wisatawan. Selain itu, masih banyak upaya yang dilakukan pemerintah daerah maupun pusat dalam mempromosikan pariwisata di Indonesia.

Yogyakarta sebagai salah satu kota besar di Indonesia merupakan tujuan utama wisata. Kecuali setelah peristiwa gempa tahun 2006, dengan dukungan pemerintah daerah, nasional dan beberapa instansi asing, pariwisata Yogyakarta mulai tumbuh lagi dan berbenah. Dengan potensi yang dimilikinya, tentu saja Yogyakarta tidak ingin menjadi daerah yang dianggap sama saja dengan daerah lain sehingga tidak menjadi pilihan utama untuk dikunjungi. Yogyakarta disamping dikenal sebagai sebutan kota perjuangan, pusat kebudayaan dan pusat pendidikan juga dikenal dengan kekayaan pesona alam dan budayanya. Hingga sekarang Yogyakarta masih tetap merupakan daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia dan Mancanegara. Dengan kesungguhan untuk menjaga kelestarian alam dan lingkungan yang

berkelanjutan, serta memelihara kemegahan candi Prambanan dan Ratu Boko, Keraton Kasultanan Yogyakarta Hadiningrat, Kota Tua Kota Gedhe, Makam Raja-raja Mataram Kota Gedhe, museum-museum, dan adat-istiadat serta kesenian tradisionalnya, sampai sekarang kekayaan tersebut masih terjaga/lestari. Begitu juga dengan potensi keindahan alam Yogyakarta yang sangat mempesona, seperti kawasan Kaliurang dan gunung Merapi, kawasan Nglanggeran, Tahura Bunder, puncak Suroloyo/perbukitan Menoreh, gunung Gambar, pegunungan Karst, Gumuk Pasir, maupun keindahan pantai selatan (pantai Kukup, Baron, Krakal, Siung, Ngrehan, Sundak, Sadeng, Parangtritis, Goa Cemara, Pandansimo, Glagah dll). Sampai sekarang di Yogyakarta masih memegang teguh tatanan kehidupan masyarakat Jawa khususnya dalam kehidupan sehari-hari yang tercermin pada kegiatan adat-istiadat, bahasa, sosial kemasyarakatannya, keseniannya dan sebagainya. Masyarakat Yogyakarta mempunyai kepedulian yang cukup kuat dalam menjaga kelestarian alam dan kebudayaan sendiri. Namun demikian Yogyakarta tidak menutup diri terhadap tumbuhnya budaya kontemporer maupun budaya lainnya. Hal lain yang menjadikan Yogyakarta mendapat sebutan sebagai Daerah Tujuan Wisata Terkemuka karena disamping banyak dan ragamnya pesona Obyek dan Daya Tarik Wisata juga telah tersedianya sarana dan prasarana sebagai penunjang pariwisata seperti akomodasi, restoran/rumah makan, telekomunikasi, tempat hiburan, toko souvenir, dsb. Daerah Istimewa Yogyakarta yang relatif aman dan nyaman dengan keramahan masyarakatnya, menjadikan Yogyakarta banyak diminati orang/wisatawan untuk berkunjung. Tidak mengherankan bahwa jika setiap

tahunnya jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan mancanegara (wisman) maupun wisatawan nusantara (wisnus) yang datang terus meningkat. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya kepercayaan masyarakat/wisatawan dari luar Yogyakarta (Wisman maupun Wisnus) terhadap situasi dan kondisi Yogyakarta. Berikut adalah jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung di DI Yogyakarta :

Gambar 1.1: Data Kunjungan Wisatawan di Yogyakarta 2013-2017



sumber: dinas pariwisata daerah istimewa Yogyakarta 2017

Berdasarkan gambar diatas, menjelaskan bahwa pada tahun 2014 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta 3 juta pengunjung dan tiap tahunnya mengalami peningkatan kunjungan wisatawan di DI Yogyakarta yang sangat signifikan. Dilihat tahun 2017 Jumlah kunjungan wisatawan merupakan jumlah yang lebih tinggi dari 4 tahun terakhir, wisatawan nusantara mencapai 4.831.347 orang sedangkan wisatawan mancanegara sejumlah 397.951 orang.

Masyarakat Yogyakarta juga dituntut untuk senantiasa meningkatkan sadar wisata dan menerapkan Sapta Pesona, menjaga dan meningkatkan kepedulian kelestarian lingkungan. Arah pembangunan kepariwisataan DIY juga semakin

jas dan mantap, dengan mengacu kepada Perda DIY No. 1 Th. 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataa (RIPDA) DIY, yang menjadi sumber rujukan utama untuk memandu arah pengembangan kepariwisataan DIY yang berwawasan budaya. Perda tersebut telah secara eksplisit memberikan rambu-rambu yang harus dipatuhi oleh seluruh stakeholder kepariwisataan DIY, tuntutan sinergitas antar sektor, serta pembagian peran para actor/pelaku pembangunan, untuk mencapai visi pembangunan kepariwisataan yang telah ditetapkan. Dengan diluncurkannya slogan baru Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Jogja Istimewa, maka diharapkan dapat semakin menambah semangat seluruh stakeholder kepariwisataan DIY untuk mewujudkan kepariwisataan DIY yang benar-benar istimewa. Keistimewaan tersebut diharapkan dapat tercermin mulai dari tata kelola pemerintahannya yang baik, manajemen pengelolaan Daya Tarik Wisata yang baik, maupun industri kepariwisataan yang juga berkualitas. Dengan demikian diharapkan akan semakin memperkuat ciri keistimewaan kepariwisataan DIY dibandingkan dengan destinasi lain di Indonesia, guna mendukung pencapaian visi yaitu pada tahun 2025 Yogyakarta akan menjadi Daerah Tujuan Wisata Terkemuka di Asia Tenggara.

Salah satu sarana yang perlu dibangun menunjang sektor pariwisata adalah sarana akomodasi yang diwujudkan dalam bentuk bangunan yang sering disebut dengan hotel. Bisnis ini mempunyai peranan yang cukup besar dalam dunia kepariwisataan. Karena itu keberadaan hotel dituntut untuk lebih berkualitas dalam memenuhi kebutuhan para tamu yang datang dan menginap serta menggunakan fasilitas hotel tersebut. Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang menyediakan jasa penginapan serta makanan dan minuman juga

jasa lain. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri jasa yang tujuan utamanya menciptakan kepuasan para tamu dan untuk mendapatkan keuntungan bagi pihak hotel, syarat utamanya yaitu profesionalisme dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas sesuai dengan bidang profesionalnya, yang merupakan faktor penting keberhasilan hotel dalam mencapai tujuannya. Yogyakarta juga memiliki prospek tinggi pada bidang akomodasi, dapat dilihat dari tingkat hunian tahunnya yang mengalami kenaikan. Berdasarkan data statistika kepariwisataan Yogyakarta, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di hotel bintang tahun 2017 sebanyak 342.744 orang, yang berarti mengalami kenaikan sebesar 8,87% dibanding tahun 2016 sebanyak 314.827 orang. Sedangkan jumlah wisatawan nusantara di hotel bintang tahun 2017 sebanyak 2.617.380 orang, atau mengalami kenaikan sebanyak 8,63% dibanding tahun 2016 sebanyak 2.094.015 orang. Salah satu hotel bintang di Yogyakarta yang memiliki tempat yang strategis di tengah kota Yogyakarta yaitu *Grand Mercure Yogyakarta*. *Grand Mercure Yogyakarta* terletak Jl. Laksda Adisucipto No.80, Demangan Baru, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Letak yang strategis karena berada dekat dengan bandara Adi Sucipto dan pusat kota Yogyakarta. *Grand Mercure Yogyakarta* memiliki beberapa departemen yang mengoperasikan kegiatan *hospitality* pada umumnya seperti departemen *front office*, departemen *housekeeping*, departemen *sales & marketing*, departemen *accounting*, departemen *food and beverage service*, departemen *food and beverage product*, dan lain-lain.

Salah satu departemen yang mempunyai peranan penting untuk meningkatkan usaha perhotelan adalah *food and beverage department*. Penilaian para pengusaha hotel jauh berbeda dari sebelumnya yang hanya mengandalkan fasilitas akomodasi (kamar) yang mereka miliki sebagai satu-satunya sumber penghasilan hotel, dan pengusaha hotel sekarang melihat potensi tinggi *food and beverage department* sebagai alternatif lain sumber penghasilan hotel. Ceraahnya prospek pengolahan *food and beverage* dalam industri perhotelan, membuat hampir semua industri ini bersaing dalam mengunggulkan fasilitas *food and beverage service* dan *food and beverage product* dan semua makanan dan minuman yang ada di hotel diolah oleh bagian *food and beverage product*. *Pengelolaan food and beverage department* secara profesionalisme akan menghasilkan hidangan yang berkualitas dalam rasa dan penampilan. Profesionalisme berarti menguasai penuh profesi dan segala aspeknya, sama halnya dengan seorang *food handler (chef cook)* harus dapat menguasai pekerjaannya. Hal tersebut tidak lepas dari kemampuan dan keahlian seorang juru masak yang harus menguasai teori yang ada serta mampu mempraktikkannya dengan baik. Masalah yang sering muncul di *food and beverage product* di hotel *grand mercure* Yogyakarta adalah hasil makanan yang kurang maksimal hal ini biasanya dipengaruhi oleh *preperesion*, dalam menghasilkan makanan yang berkualitas diperlukan standar agar hasil yang dicapai sesuai dengan maksud dan tujuannya, standar dalam hal ini adalah dari segi rasa dan penampilan. Rasa dan penampilan yang di hasilkan bisa berbeda-beda sehingga orang bisa berkreasi terhadap makanan yang mereka hasilkan, tetapi untuk dapat meningkatkan suatu hidangan di butuhkan standar. Baik

standarisasi kualitas produk dan standarisasi penyimpanan produk agar operasional suatu outlet tidak mengalami kebangkrutan. Maka dari itu penulis mengambil judul " **Upaya Cook Dalam Dalam Meningkatkan Kualitas Makanan Di Restoran Purple Di Hotel *Grand Mercure* Yogyakarta.**"

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah adalah "Bagaimana upaya peningkatan kualitas hidangan di Hotel *Grand Mercure* Yogyakarta"

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Pariwisata (A. Md. Par).
2. Untuk mengetahui upaya peningkatan kualitas hidangan di Hotel *Grand Mercure* Yogyakarta

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat kepada pihak-pihak yang berkaitan di antaranya :

1. Manfaat Bagi Penulis
 - a. Mahasiswa dapat belajar rasa percaya diri dan tanggung jawab serta kejujuran dalam dunia kerja.
 - b. Mahasiwa mendapatkan pengetahuan baru mengenai hotel ataupun banquet di luar mata kuliah.

c. Memperoleh bekal dasar keterampilan dan pengetahuan dalam dunia kerja nyata.

2. Manfaat Bagi Institusi

a. Dapat mengukur tingkat kemampuan mahasiswa dalam menerima, menerapkan dan mengembangkan teori-teori yang didapat pada lembaga pendidikan.

b. Dapat membandingkan semua materi yang ada di kampus dengan kegiatan di hotel melalui laporan yang dibuat oleh para mahasiswa.

3. Manfaat Bagi Perusahaan

a. Sebagai bahan evaluasi hotel menangani pelayanan yang diberikan.

b. Pihak Hotel dan kitchen dapat mengetahui kualitas kerja mahasiswa jika dibutuhkan dapat direkrut menjadi *staff* atau *casual*.

c. Mempermudah dan mempercepat operasional kerja banquet terutama dalam manajemen waktu maupun dana.

1.5. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan lokasi pada saat melakukan *On The Job Training* hotel *Grand Mercure* Yogyakarta.

Alamat : Jl. Laksda Adisucipto No.80, Demangan Baru,
Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Nomor *Telephone* : 022742924000
Fax : 02742924400
Website : <https://www.accorhotels.com>

1.6. Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Menurut Hidayat (2010), penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluas-luasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu. Sedangkan menurut Punaji (2010) penelitian deskriptif adalah penelitian yang tujuannya untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu peristiwa, keadaan, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik menggunakan angka-angka maupun kata-kata.

1.6.2 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian tentang “Upaya Cook Dalam Meningkatkan Kualitas Makanan Purple Product Hotel Grand Mercure Yogyakarta.”, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2011) “Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan

bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.”

1.6.3 Jenis dan Sumber Data

1.6.3.1 Jenis Data

1. Data Kualitatif

Menurut Ariesto dan Arief (2010), data kualitatif adalah data yang berupa tulisan mengenai tingkah laku manusia yang dapat diamati. Data kualitatif itu berbentuk uraian terperinci, kutipan langsung dan dokumentasi kasus.

2. Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2010:15), data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

1.6.3.2 Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sujarweni (2014:73), data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. Data Sekunder

Menurut Sujarweni (2014:74) data sekunder merupakan data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi

perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

1.7. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan Data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Menurut Sugiyono (2013:2) Adapun metode pengumpulan data yang di gunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik Wawancara

Menurut Esterberg (dalam Sugiyono ,2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

2. Teknik Pengamatan/Observasi

Sutrisno Hadi (dalam Sugiyono 2013:145) mengemukakan bahwa, *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

3. Teknik Dokumentasi:

Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk

tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, 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 lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Triangulasi, dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

1.8. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data (Sujarweni:2014) adalah sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

1.8.1. Teknik Analisis Deskriptif

Menurut Sujarweni (2014:11), teknik analisis deskriptif merupakan teknik analisis yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel maupun lebih. Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu.

1.9. Teknik Analisis Swot

Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara systematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threat*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembang misi, tujuan, dan strategi, dan kebijakan dari perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.