

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pariwisata saat ini telah mengalami perkembangan yang pesat, dan memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi dunia. Penelitian yang dilakukan oleh *World Tourism Organization* (WTO) menunjukkan kecenderungan permintaan terhadap pariwisata akan terus

meningkat. Diperkirakan jumlah wisatawan internasional pada tahun 2030 mencapai 1,8 miliar orang (WTO:2013). Disamping itu, bagi Indonesia sektor pariwisata menempati urutan kelima sebagai penyumbang devisa negara tahun 2012, sektor ini diperkirakan menyumbangkan devisa US\$9,07 miliar pada 2012 (Investor:2013) dalam jurnal Yogiana, Ramli, & Tuatul Mahfud, (2014).

Aktivitas pariwisata menjadi strategi pembangunan sejak zaman dahulu di negara-negara maju yang tidak banyak memiliki sumber daya alam. Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang memiliki banyak sumber lokasi-lokasi wisata. Hal ini sesuai dengan paparan Jero Wacik dalam Suwardjoko & Warpani (2007:11a) Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mendapatkan perhatian penting di dalam sektor jasa dimana dapat dijadikan sebagai pemulihan ekonomi secara cepat, dan merata bagi masyarakat lokal.

Beberapa diantara kota-kota di Indonesia, salah satu lokasi yang menarik adalah Kota Bandung. Menurut Wardhani (2012) pengembangan aktivitas wisata di Bandung mendorong peningkatan pembangunan fasilitas pendukung pariwisata. Pada akhirnya, hal itu akan mendorong perkembangan fasilitas hiburan baru secara spontan, dan tersebar tidak merata. Hal itu terjadi terutama di pusat kota (Bandung bagian utara) yang didominasi oleh aktivitas perdagangan serta jasa. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menunjukkan fenomena perkembangan masif

Siti Sri Rahayu, 2016

ANALISIS PENGEMBANGAN MENU A'LA CARTE DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI HOTEL GRAND SERELA SETIABUDHI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

aktivitas-aktivitas hiburan di Bandung yang memiliki kaitan erat dengan sektor pariwisata. Peneliti memfokuskan pada hubungan antara wisata juga *leisure*, karena keduanya memiliki keterkaitan yang erat satu, dan lainnya.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Di

No	Tahun	Wisatawan			Satuan
		M mancanegara	Domestik	Jumlah	
1	2013	176.432	5.388.292	5.564.724	Jiwa
2	2014	180.421	5.627.421	5.807.564	Jiwa
3	2015	183.932	5.877.162	6.061.094	Jiwa

**Kot
a
Ba
ndu
ng
Ta
hun**

2010-2014

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2017)

Tabel di atas menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Bandung setiap tahunnya semakin meningkat. Maka dari itu Kota Bandung merupakan salah satu kota tua bersejarah di Indonesia yang menawarkan banyak daya tarik wisata (alamiah, dan budaya). Bandung menawarkan banyak aktivitas wisata yang menarik, perkembangannya dimulai dari tahun 1920, ketika Bandung menjadi tempat liburan oleh para bangsawan Belanda yang tinggal di Jakarta (*Société Concordia*). Pada tahun 1980-an, sektor pariwisata adalah sektor ekonomi paling penting di Bandung. Sektor ini berkontribusi sebesar 40% pendapatan Kota Bandung menurut Agung Sutrisno (2012; 2) dalam jurnal Wardhani (2012). Pada awalnya, Bandung terkenal untuk wisata alam serta wisata budaya, namun sekarang kondisi tersebut mulai berubah, Bandung lebih terkenal sebagai kota wisata belanja juga wisata kuliner.

Menurut Jurnal Taryadi, (2016:1) wisata kuliner merupakan suatu kegiatan berwisata untuk berkunjung ke rumah makan yang menyajikan makanan populer di daerah setempat, makanan yang unik, ataupun rumah makan dengan interior yang unik. Berdasarkan jurnal dari Hernowo (2014) Pesatnya perkembangan wisata kuliner di Kota Bandung secara nyata ditandai dengan semakin banyak varian makanan, dan minuman yang ditawarkan. Kreativitas dalam dunia kuliner di Bandung seolah-olah tiada

Siti Sri Rahayu, 2016

ANALISIS PENGEMBANGAN MENU A'LA CARTE DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI HOTEL GRAND SERELA SETIABUDHI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

henti, selalu ada saja produk-produk baru dengan rasa serta nama yang unik-unik sehingga menimbulkan minat untuk mencobanya.

Bandung memiliki hotel yang disediakan untuk wisatawan yang lelah setelah melakukan wisata maupun wisata kuliner. Penginapan di Bandung diklasifikasikan berdasarkan bintangnya, seperti berikut ini :

Tabel 1.2
Jumlah Penginapan / Hotel dan Jumlah Kamar Hotel Menurut
Klasifikasinya di Kota Bandung Tahun 2014

No	Klasifikasi Hotel	Jumlah	Jumlah kamar
1	Hotel Bintang 5	10	1958
2	Hotel Bintang 4	28	3143
3	Hotel Bintang 3	40	3408
4	Hotel Bintang 2	25	1500
5	Hotel Bintang 1	9	326
6	Hotel Melati I	65	944
7	Hotel Melati II	83	1400
8	Hotel Melati III	122	3633
	Total	391	16.628

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 jumlah hotel di kota Bandung dari mulai hotel bintang lima hingga hotel melati tiga memiliki total penginapan atau hotel yaitu sebanyak 291 hotel dengan jumlah kamar keseluruhannya 16.628 kamar. Setiap tahunnya para pengusaha akan terus membangun hotel di kota Bandung dengan kamar yang semakin banyak jumlah kamarnya perhotel.

Industri jasa hotel adalah tempat yang digunakan wisatawan untuk beristirahat, dan menginap. Hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola dengan menyediakan makanan serta minuman juga tempat

Siti Sri Rahayu, 2016

**ANALISIS PENGEMBANGAN MENU A'LA CARTE DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PENJUALAN DI HOTEL GRAND SERELA SETIABUDHI BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menginap untuk wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata dengan membayar biaya sesuai pelayanan tanpa adanya perjalanan khusus (Sulistiyono, 2008:5).

Grand Serela Setiabudhi Bandung merupakan hotel di bawah naungan KAGUM grup. Hotel ini berbintang empat yang terletak di daerah Hegarmanah. Hotel ini memiliki dua restoran di dalamnya yaitu Koi Bistro, dan *Pesce Rosso*, tetapi lebih sering menggunakan Koi Bistro untuk sarapan maupun *lunch* atau *dinner*, *Pesce Rosso* digunakan hanya untuk acara besar seperti ulang tahun, dan pernikahan.

Restoran merupakan gedung yang bertujuan untuk berniaga, yang menyediakan pelayanan dengan ramah, sopan, dan rapih terhadap tamu yang berkunjung untuk makan maupun minum (Marsum 2005:7). Berdasarkan pendapat di atas peneliti menyimpulkan bahwa sebuah restoran akan menjadi ramai apabila tempat tersebut menjadi salah satu yang cocok serta suasananya menarik juga memiliki rasa yang enak, dapat membuat konsumen berkeinginan untuk berkunjung ke restoran tersebut.

Sebuah restoran menyediakan menu, menu yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan makanan, dan minuman yang ditujukan untuk konsumen melihat produk perusahaan beserta harga yang tertera didalamnya.

Hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung memiliki beragam menu diantaranya menu *A'la Carte*, *A'la carte* adalah suatu jenis daftar makanan di dalam suatu susunan jenis makanan yang sudah tercantum harga serta konsumen bisa bebas memilih makanan yang mereka inginkan, biasanya menu tersebut dimulai dari *appetizer* sampai dengan *dessert* menurut pendapat dari (Marsum 2005:8). Di bawah ini merupakan susunan menu *A'la Carte* yang berada di hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung :

Tabel 1.3

Menu A'la Carte di Grand Serela Setiabudhi Bandung

No	Jenis Menu	Nama Menu
1	<i>Appetizer</i>	1) <i>Fruit salad</i> , 2) <i>Creamy fruit salad</i> , 3) <i>Caesar salad</i> , 4) <i>Prawn salad</i> , 5) <i>Hawaiian chicken salad</i> , 6) <i>Beef sausage salad</i> , 7) <i>Tropical fruit</i>

No	Jenis Menu	Nama Menu
		<i>salad.</i>
2	<i>Maincourse</i>	1) <i>Sirloin steak</i> , 2) <i>Grilled chicken teriyaki</i> , 3) <i>Mixed grill</i> , 4) <i>Estafado mixed grilled</i> , 5) <i>Sate ayam/Sapi/Kambing</i> , 6) <i>Beef black pepper</i> , 7) <i>Beef teriyaki</i> , 8) <i>Beef tenderloin steak</i> , 9) <i>Sirloin steak</i> , 10) <i>Chicken steak</i> , 11) <i>Java steak</i> , 12) <i>Chicken thigh honey</i> , 13) <i>Ayam bumbu kecap</i> , 14) <i>Ayam penyet</i> , 15) <i>Stir fry prawn with marg</i> , 16) <i>Stir beef whit black papper</i> , 17) <i>Chicken katsu</i> , 18) <i>Ayam goreng</i> .
3	<i>Soup</i>	1) <i>Sop buntut bakar/kuah/goreng</i> , 2) <i>Soto bandung</i> , 3) <i>Soup asparagus Kepiting</i> , 4) <i>Puree Of Green Peas Soup</i> , 5) <i>Chinese Style Soup</i> , 5) <i>Sour soup</i> , 6) <i>Laksa singapore</i> , 7) <i>Mushroom soup</i> , 8) <i>Corn soup</i> , 9) <i>Tom yam kung</i> , 10) <i>Tom yam goong</i> , 11) <i>Soto ayam</i> , 12) <i>Tom yam noodle</i> .
4	<i>Pasta dan Mie</i>	1) <i>Sphagetti bolognese</i> , 2) <i>Fetuchini carbonara</i> , 3) <i>Spaghetti marinara</i> , 4) <i>Spaghetti al pesto</i> , 5) <i>Spicy fettuchini with ox</i> , 6) <i>Mie seuhah</i> , 7) <i>Kwetiaw goreng sapi lada hitam</i> .
5	<i>Nasi Goreng</i>	1) <i>Nasi goreng istimewa</i> , 2) <i>Nasi goreng seafood</i> , 3) <i>Nasi goreng sabuga</i> , 4) <i>Nasi goreng serela</i> , 5) <i>Nasi goreng kencur</i> , 6) <i>Nasi kalong</i> , 7) <i>Nasi goreng kampung</i> , 8) <i>Nasi timbel bakar komplit</i> .
6	<i>Seafood</i>	1) <i>Mixed seafood platter wi</i> , 2) <i>Seafood & vegetables in C</i> , 3) <i>Seafood szhechuan</i> , 4) <i>Shrimp & vegetable sprin</i> .
7	<i>Sandwich</i>	1) <i>Club garden sandwich</i> , 2) <i>Serela club sandwich</i> , 3) <i>fashioned club sandwich</i> .
8	<i>Other</i>	1) <i>Calamari</i>

Sumber : *Manajemen Grand Serela Setiabudhi Bandung (2016)*

Menu A'la Carte di Grand Serela Setiabudhi Bandung memiliki enam puluh tiga menu dari mulai makanan *western* hingga indonesia. Menu *A'la Carte* berpengaruh dalam meningkat penjualan dikarenakan setiap menu yang terjual dapat menguntungkan bagi pihak hotel. Oleh karena itu tampilan, dan kualitas menu dibuat dengan menarik serta unik agar konsumen dapat memesannya, tetapi setiap penjualan tidak selamanya naik adakalanya menurun.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan *Supervisor food and beverage service* menunjukkan bahwa kondisi restoran Koi Bistro yang berada di Hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung sedang mengalami penurunan. Untuk itu, menarik dilakukan penelitian ini untuk mengetahui

Siti Sri Rahayu, 2016

ANALISIS PENGEMBANGAN MENU A'LA CARTE DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI HOTEL GRAND SERELA SETIABUDHI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

klasifikasi menu, selanjutnya dikembangkan menu tersebut dengan beberapa tampilan yang baru khususnya dalam kategori dog, lalu dengan hal tersebut dapat meningkatkan penjualan.

Penyajian menu makanan di hotel yang ditawarkan kepada tamu harus memiliki harga pokok makanan yang terkendali, margin kontribusi yang berarti, namun realitasnya volume produksi tinggi karena makanan yang ditawarkan tidak dikenal tamu, sementara penentuan harga pokok, dan harga jual kurang tepat sehingga tidak memberikan margin kontribusi yang kurang memadai.

Oleh karena itu, dibutuhkan *menu engineering* sebagai teknik yang digunakan untuk mengevaluasi menu yaitu dengan cara mengolah banyaknya penjualan yang diberikan dari setiap jenis makanan yang dijual agar diketahui seberapa besar tingkat *popularitas*, dan *profitabilitas* dari menu yang ada (Dittmer, 2006:554).

Kategori menu didasarkan pada perhitungan, seperti Star, Puzzle, Plowhorse, dan Dog. Kategori tersebut artinya terdapat menu yang tinggi, ada juga menu yang menguntungkan tetapi tidak populer, sebaliknya menu yang terkenal tetapi tidak menguntungkan bagi hotel serta yang terakhir menu yang tidak menguntungkan juga tidak populer (Wiyasha, 2011:138).

Klasifikasi dalam sebuah hotel diperlukan karena dapat memudahkan pihak hotel dalam mengevaluasi menu, seperti menu yang termasuk ke dalam Star hanya dapat di pertahankan kualitasnya, sedangkan untuk Puzzle, dan Plowhorse dimasukkan ke dalam menu diskon, dan diperbaiki tampilan serta kualitasnya agar dapat menarik konsumen untuk mememesannya, untuk menu Dog apabila tidak dapat diperbaiki, dan hanya dapat membuat hotel tidak mengalami keuntungan maka hapus saja dari daftar menu.

Penjualan sejak tahun 2014 hingga 2015 terdapat beberapa menu yang mengalami penurunan, dan kenaikan. Maka diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu mencari solusi dalam hal penurunan penjualan yang berada di hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung.

Oleh karena itu untuk mengetahui seberapa besar tingkat Selanjutnya peneliti akan meneliti permasalahan yang ada dengan judul ***“Analisis Pengembangan Menu A’la Carte dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Di Grand Serela Setiabudhi Hotel Bandung “***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

- 1) Bagaimana penerapan analisis *menu engineering* di Hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung?
- 2) Bagaimana klasifikasi menu di Hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung?
- 3) Bagaimana upaya meningkatkan penjualan menu *a’la carte* sejak tahun 2014 hingga 2016 di Hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui penerapan analisis *menu engineering* di Hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung.
- 2) Untuk mengetahui klasifikasi menu di Hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung.
- 3) Untuk mengetahui upaya meningkatkan penjualan menu *a’la carte* sejak tahun 2014 hingga 2016 di Hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kajian Teoritis

Hasil penelitian ini bermanfaat, dan memberikan lebih banyak pengetahuan mengenai manajemen *food and beverage* khususnya yang berkaitan dengan analisis pengembangan menu *A’la Carte* dalam meningkatkan penjualan.

Siti Sri Rahayu, 2016

ANALISIS PENGEMBANGAN MENU A’LA CARTE DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI HOTEL GRAND SERELA SETIABUDHI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.4.2 Kajian Empiris

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi hotel Grand Serela Setiabudhi Bandung karena metode *menu engineering* memudahkan untuk meningkatkan penjualan. Kemudahan itu akan diperoleh pihak hotel dalam memberikan kualitas produk yang baik bagi konsumen

Siti Sri Rahayu, 2016

ANALISIS PENGEMBANGAN MENU A'LA CARTE DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI HOTEL GRAND SERELA SETIABUDHI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu