

DAFTAR ISI

- Penerapan Analisa SWOT Pada Atraksi Wisata Live Cooking Mie Teppanyaki pada Hotel Surabaya
M. Qodhi Almuzakki' dan Dian Yulie Reindrawati 62-75
- Studi Prilaku Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19: Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis Android Dalam Perspektif Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen
Usman Effendi dan Yantri Rumnita 76-89
- An Analysis of The First Language Acquisition: A Three Years Girl and A Three Years Boy
Nurlaela dan Yuliana Mangendre 90-100
- Analisis Jejaring Pelaku Pariwisata Di Kabupaten Bintan : Studi Pada *Event Ironman* Bintan
Dewi Nurwati dan Adji Suradji Muhammad 101-115
- Pengaruh Identitas dan Ekuitas Brand J. CO Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen
Amelda Pramezwary, Juliana, Charles Yap, Elvina Rosalie, Radella Terfinia 116-133
- Pendidikan Karakter Dalam Proses Pembelajaran Matematika
Muhamad Saleh, Nasruddin, Cut Nurul Fahmi, Abubakar, Anwar dan Ratna Mutia 134-149
- Pengelolaan Aset Tetap Pada Dinas Pendidikan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Timor Tengah Utara
Martina Lulu, Anita Lassa, Nikolaus Uskono dan Aplonia Pala 150-169



**Binaan Pascasarjana Unpas
Universitas Pasundan Bandung**



Volume 1

Nomor 2

Edisi Nopember

Bandung, 2020

Published By
Komunitas Dosen Penulis dan Peneliti Indonesia
<http://jsk.kodepena.org/index.php/jsk>

Penerapan Analisa SWOT Pada Atraksi Wisata Live Cooking Mie Teppanyaki pada Hotel Surabaya

M. Qodhi Almuzakki¹ dan Dian Yulie Reindrawati²

¹M Qodhi Almuzakk adalah Staf Pengajar Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia

Email: dian.reindrawati@vokasi.unair.ac.id

²Dian Yulie Reindrawati adalah Staf Pengajar Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia

Cooresponding author

Email: dian.reindrawati@vokasi.unair.ac.id

Abstract

Fokus dari penelitian ini adalah melakukan analisa Strength, Weakness, Opportunities dan Threat (SWOT) dari sebuah atraksi wisata, yakni atraksi live cooking dari mie Teppanyaki. Analisis SWOT merupakan upaya yang penting dilakukan dalam rangka penyusunan strategi bisnis ke depan, misalnya tentang strategi penjualan produk ataupun ide bisnis baru. Oleh karenanya metode analisa SWOT sangat penting dilakukan pada atraksi live cooking mie Tepanyaki agar dapatnya perusahaan mendapat gambaran bagaimana keunggulan dan kelemahan atraksi live cooking tersebut hingga bagaimana penjualannya ke depan. Banyaknya hotel yang berdiri menuntut kekuatan atau keunggulan yang berbeda dengan hotel lain. Hotel Novotel Samator Surabaya Timur membuat suatu konsep restoran yang berbeda, yakni dengan konsep all you can eat dengan live cooking menu mie teppanyaki. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan tehnik pengumpulan data berupa interview, penggunaan bahan dokumen dan observasi. Hasil penelitian menyebutkan bahwa live cooking merupakan atraksi unggulan yang memiliki keunggulan. Penyajian mie Teppanyaki secara live mempunyai kekuatan menarik konsumen. Hanya terdapat threat dan weaknesses yang masih perlu untuk diperbaiki, di antaranya tidak adanya atraksi dari juru memasak mie Teppanyaki.

Kata Kunci: live cooking, atraksi wisata, analisa swot

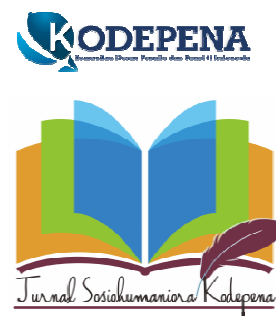
1. PENDAHULUAN

Di tengah pariwisata yang menggeliat, keberadaan hotel sangat diperlukan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2018 Indonesia memiliki 1.734 akomodasi wisata, angka ini meningkat 432 dibandingkan dengan tahun 2014 yang hanya memiliki 1.302 akomodasi wisata (bps.go.id). Akomodasi wisata yang tercatat ini

Penerapan Analisa
SWOT....

Jurnal
Sosiohumaniora
Kodepena

pp. 63-88



menjadikan sektor pariwisata sebagai penunjang kegiatan perekonomiannya. Demikian pula di Surabaya. Dengan posisi 21 juta wisatawan yang hadir di Surabaya (Surya.co.id, 2020), jumlah hotel di Surabaya juga semakin meningkat. Tercatat pada tahun 2019 sebanyak 276 hotel hadir di Surabaya (BPS Kota Surabaya). Hotel didefinisikan sebagai “bangunan yang didirikan dan dikelola dengan tujuan komersial dengan jalan menyediakan menyediakan fasilitas penginapan untuk masyarakat umum. Dengan rincian fasilitas seperti jasa penginapan, jasa pelayanan barang bawaan, jasa penyedia makanan dan minuman, jasa fasilitas perabot dan perhiasan, serta jasa pencucian pakaian.” (Endar S dan Sulartiningrum S.1996:8).

Novotel Samator Surabaya Timur hadir sebagai salah satu hotel berbintang yang ada di Surabaya. Selaras dengan definisi hotel di atas, Novotel Samator Surabaya Timur juga melengkapi diri dengan berbagai fasilitas seperti rooms/kamar (261 kamar), gym, laundry, spa, dan restoran dengan atraksi live cooking. Restoran dengan atraksi live cooking tersebut merupakan salah satu keunikan yang ditawarkan di hotel Novotel Samator Surabaya Timur, dimana tamu dapat melihat langsung proses memasak hingga ke penyajian. Beberapa pertunjukan live cooking di restoran yang ditawarkan adalah pasta station, mie station, dan mie teppanyaki. Pada atraksi live cooking mie tepanyaki, para tamu dapat memilih sendiri jenis mie dan sayuran yang dipesan dan dimasak sesuai keinginan tamu. Mie dan sayuran kemudian diserahkan ke juru masak untuk diproses dan disajikan kepada tamu.

Analisis SWOT adalah suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat) (Oka,1996:133). Berangkat dari inilah, penting kiranya untuk melakukan analisis SWOT terhadap atraksi mie Teppanyaki agar perusahaan dapat mengetahui bagaimana sejauh mana kekuatan atraksi ini dalam menarik tamu. Lebih jauh, agar atraksi ini dapat menjadi bagian dari strategi bisnis hotel secara keseluruhan.

2. METODE PENELITIAN

Subyek penelitian ini berlokasi di hotel Novotel Samator Surabaya Timur. Alasan utama pemilihan Novotel Samator Surabaya Timur adalah hotel tersebut memiliki keunggulan atraksi live cooking yang tidak dimiliki hotel lain.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Schiffman dan Kanuk (2004:17).metode riset kualitatif terdiri dari “wawancara yang mendalam, kelompok-kelompok fokus, analisis kiasan, riset kolase, dan teknik proyeksi”. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (Kusmayadi, 2000:15). Sebelum melakukan wawancara, list pedoman wawancarapun dibuat. Hal ini penting agar tidak ada pertanyaan yang tertinggal ketika berhadapan dengan informan dan agar apa yang

akan ditanyakan tetap pada koridor tujuan penelitian. Wawancara dilakukan pada informan yaitu executive chef dan demi chef Food Exchange Resto Novotel Samator. Wawancara juga dilakukan pada 2 orang pengunjung.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah proses peneliti dalam melihat situasi penelitian. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut (Kusmayadi, 2000). Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan jenis observasi participant observation. Kesempatan magang menjadikan peneliti terlibat langsung secara aktif dalam subjek yang diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan bahan yang tertulis yang disajikan dalam bentuk data yang tersimpan secara rahasia dan hanya diperizinkan untuk keperluan intern. Dokumen dapat berupa kumpulan tulisan, foto/gambar, video maupun gabungan dari ketiga media tersebut. Dokumen merupakan bahan yang penting untuk menyimpan suatu bukti atau kejadian yang sangat penting. Dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini yaitu berupa foto atraksi live cooking, data wawancara dengan konsumen di Food Exchange Resto Novotel Samator Surabaya Timur. Data-data tersebut diharapkan dapat dijadikan landasan teori dan acuan dalam penelitian.

4. Kepustakaan

Pengumpulan data secara kepustakaan diperoleh dengan buku atau bahan lain yang dapat digunakan sebagai data pustaka kepenulisan.

Analisa data dalam penelitian kualitatif fokus pada penunjukkan makna, deskripsi mendalam, penjernihan dan penempatan data pada konteksnya masing-masing dan seringkali melukiskannya dalam bentuk kata-kata daripada dalam bentuk angka-angka. Analisis data kualitatif adalah proses mencari serta menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lainnya sehingga mudah dipahami agar dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2007).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT merupakan akronim dari empat kata yang disingkat berdasarkan huruf depannya, kepanjangan SWOT adalah Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat. Masing-masing mempunyai arti dalam Bahasa Indonesia Kelebihan, Kekurangan, Peluang, dan Ancaman. Analisis SWOT merupakan analisis yang penting dilakukan pada perusahaan maupun suatu instansi untuk menentukan penyusunan strategi, penjualan produk, maupun ide bisnis baru.

Analisis SWOT merupakan salah satu instrument yang paling sederhana untuk membantu perencana menemukan hal-hal bias yang kemungkinan terjadi dalam kurun waktu beberapa tahun ke depan. Terdapat 4 (empat) komponen dasar pada analisis SWOT, yaitu:

- S : Strength atau kekuatan. Komponen ini adalah suatu karakteristik yang dapat memberikan keuntungan atau kelebihan dibandingkan dengan yang lainnya.
- W : Weakness atau kelemahan. Salah satu karakteristik yang dapat menentukan kelemahan yang ada pada perusahaan.
- O : Opportunity atau peluang. Dengan menggunakan komponen ini, akan mengetahui peluang-peluang apa saja yang bisa dimanfaatkan untuk perusahaan agar bisa berkembang nantinya.
- T : Threat atau ancaman. Komponen ini guna untuk mengetahui ancaman-ancaman apa saja yang mungkin akan dihadapi oleh perusahaan. Yang mana dapat menghambat perkembangan dari perusahaan.

Dari empat komponen di atas, analisis SWOT dapat dibagi menjadi dua faktor yaitu; faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal di sini meliputi strength (kekuatan) dan weakness (kelemahan), sedangkan faktor eksternal meliputi opportunity (peluang) dan threat (ancaman). Karena itu, analisis SWOT biasa disebut sebagai analisis internal-eksternal.

Faktor internal dilatar belakangi oleh kemampuan atau kelemahan dari live cooking teppanyaki itu sendiri, faktor internal saling berkaitan dengan eksternal. Misalnya Strength (kekuatan) yang dimiliki live cooking teppanyaki sangat mungkin dan mampu dijadikan Opportunity atau peluang untuk mengembangkan potensi sehingga menjadi nilai lebih. Begitu juga sebaliknya, Weakness (kelemahan) menjadi sebab munculnya Threat atau ancaman yang dapat menghambat berkembangnya live cooking teppanyaki.

Analisa SWOT dari atraksi live cooking Mie Teppanyaki ini dimulai dengan menganalisa Strength atau kekuatan dari atraksi live cooking ini. Kelebihan yang dimiliki live cooking di food exchange resto adalah bahan yang dipakai untuk memasak merupakan bahan masih fresh sehingga ini sangat berpengaruh pada makanan yang akan dihidangkan nantinya. Sebelum memulai atraksi live cooking bahan-bahan yang digunakan dicek terlebih dahulu sebelum digunakan, apakah bahan tersebut layak untuk digunakan dan dimasak di hadapan para tamu. Misalnya penggunaan condiment sayuran pada noodle station di event breakfast. Sayuran yang digunakan harus masih segar dan tidak pucat, staf dapur yang bertugas wajib memeriksa terlebih dahulu apakah sayuran yang akan digunakan display tidak layu dan masih memiliki warna yang segar dan bertekstur.

Cara yang dilakukan agar pertunjukan live cooking dapat menarik perhatian pengunjung bervariasi, ada yang memberikan suara-suara yang dihasilkan ketika memasak, aroma, dan warna yang dihasilkan hingga menawarkan makanan yang sedang

dimasak ketika para pengunjung berdatangan. Contohnya saat live cooking pasta station, juru masak akan menuangkan minyak saat pan sedang panas sehingga timbul api diatas pan. Selain itu biasanya juru masak akan membalik pasta tanpa menggunakan spatula. Contoh lain di live cooking mie teppanyaki yakni dengan cara menimbulkan suara bising tak beraturan berasal dari benturan dengan plat besi teppanyaki.

Pertunjukan live cooking di food exchange resto diadakan setiap event breakfast, novoluch, dan oriental dinner. Setiap event pertunjukan live cooking yang diadakan selalu berbeda-beda. Total ada lima pertunjukan live cooking yang dipertontonkan di food exchange resto untuk dinikmati pengunjung. Live cooking pada breakfast ada tiga pertunjukan yang berbeda, noodle station, egg station, dan pastry & bakery station. Pada buffet lunch menyajikan dua Live cooking yang berbeda, pasta corner yang merupakan western dish dan teppanyaki noodle cenderung asian dish. Sedangkan pada oriental dinner hanya menyajikan satu live cooking saja yaitu teppanyaki noodle.

Memilih pertunjukan live cooking bukan serta merta tanpa sebab, atas dasar tertentu pihak hotel sepakat bahwa pertunjukan live cooking digunakan untuk strategi pemasaran yang biasa disebut metode word of mouth (WOM) atau teknik pemasaran dari mulut ke mulut. Strategi WOM termasuk strategi pemasaran tradisional namun dipercaya sangat efektif untuk meningkatkan penjualan.

Mekanisme strategi pemasaran WOM adalah sebagai berikut, pengunjung yang datang ke food exchange resto akan dibuat penasaran dengan konsep live cooking yang dihadirkan. Begitu pengunjung sudah merasa penasaran, pengunjung akan mendekati ke live cooking corner dan mencoba makanan yang dihidangkan. Saat pengunjung merasa puas dan terkesan, pengunjung akan mengabarkan kepada orang terdekat bahwa food exchange resto novotel samator menawarkan pertunjukan live cooking yang berkesan dan juga cita rasa yang unik juga.

Selain sebagai strategi marketing, pertunjukan live cooking juga bertujuan hiburan untuk mencairkan suasana resto dan sebagai tambahan warna agar pengunjung tidak hanya terpaku pada main course saja. Menurut Chef de Partie Bapak Hamzah tujuan diadakan live cooking di food exchange novotel samator yaitu

“Secara general tujuan diadakan live cooking ini agar tamu tidak hanya terpaku dan merasa mudah jenuh pada hidangan main course saja, pengunjung akan tertarik dengan apa yang ditawarkan live cooking yaitu komunikasi dua arah antara juru masak dengan pengunjung. live cooking ini juga akan memberi kesan pada pengunjung mengenai rasa masakan yang dimasak secara dadakan atau langsung didepan pengunjung”
(Hamzah, Chef)

Atraksi live cooking yang ditampilkan di food exchange Novotel Samator memiliki tujuan utama sebagai hiburan sekaligus variasi terhadap menu makanan buffet. Seiring perkembangan zaman yang pesat seperti sekarang ini, pelaku usaha tidak hanya menjual produk fisik saja, akan tetapi mereka berlomba-lomba menemukan terobosan

baru untuk menarik minat pelanggannya. Salah satunya terjadi di food exchange resto ini yang memiliki unggulan produk berupa pertunjukan live cooking

Live cooking adalah segala sesuatu tentang transparansi dalam memasak mulai dari menyiapkan bahan makanan, memasak, hingga menyajikannya langsung dihadapan para tamu. Tamu yang datang ke Food Exchange resto ketika pertama kali masuk ke restoran dan mengetahui atraksi live cooking yang ditampilkan akan berusaha mendekat dan melihat juru masak yang sedang memasak suatu hidangan. Tamu yang datang mengunjungi stan penampilan live cooking juga dapat melakukan interaksi atau percakapan dengan juru masak yang sedang bekerja. Interaksi yang terjadi bermacam-macam mulai dari menanyakan informasi tentang makanan yang dibuat (contoh: bahan yang digunakan, rasa makanan), request yang diinginkan konsumen, menanyakan cara pembuatan suatu makanan, hingga komplain terkait dengan makanan yang disajikan pada saat live cooking berlangsung. Beberapa contoh interaksi yang terjadi Food Exchange resto contohnya yaitu pada pembuatan aneka macam kue saat breakfast, pengunjung bisa memilih topping yang diinginkan pada terang bulan, ada meses dan keju atau pengunjung bisa memilih campuran kedua topping dalam satu terang bulan.

Berbagai kelebihan yang dimiliki pertunjukan live cooking sebagai pusat daya tarik pengunjung mampu memberikan value lebih terhadap pelayan prima yang dipersembahkan hotel kepada pelanggan. Terutama dengan diadakannya live cooking mie teppanyaki yang memberikan dampak terhadap animo dan antusias pengunjung untuk menikmati semua hidangan yang telah disediakan. Tujuan diadakannya pertunjukan live cooking teppanyaki menurut Chef Hamzah yaitu :

”yang pertama tujuan kita mengadakan live cooking teppanyaki ini tidak lain adalah sebagai unsur pertunjukan yang mengikuti tren zaman, yang kedua tentu karena kita juga harus melengkapi komposisi buffet sesuai dengan kebutuhan tamu. Alasan resto memilih teppanyaki karena teppanyaki sendiri memiliki banyak variasi yang nanti bisa dikembangkan dan diimprovisasi” (Hamzah, Chef)

Food Exchange resto menawarkan pengalaman yang unik dan berkesan untuk para tamu, yaitu dengan menyuguhkan pertunjukan live cooking yang ditampilkan pada saat buffet breakfast, lunch dan buffet dinner. Pertunjukan live cooking yang ditampilkan di Food Exchange resto memiliki tujuan utama yaitu sebagai pertunjukan sekaligus mengikuti tren perkembangan zaman yang memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen di bidang kuliner, dimana saat ini orang lebih suka untuk makan makanan yang langsung dimasak oleh juru masak di depan para tamu, oleh karena itu makanan yang disajikan fresh. Di Food Exchange resto atraksi live cooking yang ditampilkan beragam, mulai dari masakan Western hingga Asia. Pasalnya jika tanpa ada pertunjukan live cooking suasana Food Exchange resto akan kurang menarik, lantaran pengunjung tidak bisa berkomunikasi secara langsung dengan staff dapur mengenai masakan yang disajikan. Oleh karenanya agar pengunjung berkesan dengan pelayanan

resto maka diadakanlah pertunjukan live cooking agar tamu lebih dekat tanpa sekat dengan juru masak yang memasak hidangannya. Di industry jasa, kesan dan ketertarikan konsumen penting terjaga agar kepuasan dapat diwujudkan (Hermawan, Brahmanto, Hamzah 2018).

Pemilihan mie teppanyaki sebagai pertunjukan live cooking di food exchange resto dinilai sebagai dua sisi yang sama-sama menguntungkan. Dengan live cooking mie teppanyaki pengunjung dapat menikmati proses memasak di hotel yang selama ini belum pernah diketahui pengunjung lantaran memasaknya selalu di dapur belakang sehingga pengunjung tidak bisa mengetahui proses masakan yang dipesan.

Disisi lain teppanyaki cenderung memiliki variasi olahan masakan yang banyak. Di negeri sakura Jepang pada umumnya live cooking teppanyaki menghadirkan menu sayuran dan daging sebagai menu utama. Namun beda dengan teppanyaki di food exchange resto yang menggunakan aneka macam mie sebagai bahan utama dan sayuran sebagai pelengkap

- Live cooking mie teppanyaki menggunakan bahan pilihan dan sayuran yang fresh.

Menyediakan makanan dengan kualitas terbaik sudah seharusnya menggunakan bahan yang memiliki kualitas terbaik juga. Kebersihan dan kesehatan makanan sangat diperhatikan di food exchange resto. Karena dengan menjaga kualitas makanan agar tetap baik hingga akhirnya disajikan di depan tamu merupakan komitmen bersama agar makanan tetap higienis.

Sebelum atraksi live cooking dimulai, juru masak yang bertugas memastikan bahwa telah memakai seragam chef lengkap seperti apron, topi, dan hand gloves. Ketika juru masak telah memastikan peralatan, bahan serta seragam lengkap hal yang dilakukan selanjutnya yaitu memastikan bahwa tempat yang akan digunakan untuk memasak terjamin kebersihannya, membersihkan tempat tersebut apabila terdapat kotoran, hal-hal tersebut merupakan standar yang telah ditetapkan oleh executive chef yang memiliki fungsi agar makanan yang dimasak tetap bersih dan fresh ketika disajikan kepada tamu.

Bahan baku noodle teppanyaki (mie telur, bihun, kwetiau) selalu dipersiapkan di pagi hari, mie-mie tersebut dimasak pada pagi hari agar ketika dihidangkan saat buffet lunch masih terjaga kualitasnya. Waktu yang ideal untuk makanan display adalah empat jam di suhu ruangan, sehingga jika mie tidak habis saat live cooking maka mie akan dimasak untuk keperluan lain.

Sama seperti mie, untuk display sayur juga dipersiapkan dipagi hari. Pada pukul 09.00 sayur segar yang diambil dari chiller dikeluarkan untuk dipotong tipis-tipis, kecuali wortel dipotong membentuk julienne tipis agar tidak membutuhkan waktu yang lama agar matang. Waktu yang dibutuhkan agar sayuran yang digunakan tidak layu dan berwarna hijau segar di suhu ruangan adalah tiga jam. Jika melebihi waktu tersebut dan sayuran belum juga dimasak maka dipastikan kualitasnya menurun.

- Proses memasak yang tidak membutuhkan waktu lama.

Memasak mie teppanyaki bisa dibilang memakan waktu yang sangat singkat karena semua bumbu dan bahan sudah dipersiapkan di dapur belakang sehingga proses memasak di open kitchen tinggal mencampur-campurkan bahan yang sudah setengah jadi. Karena mie teppanyaki bukanlah termasuk salah satu main course sehingga beda cara penyajiannya. Semua macam main course diletakkan di dalam saving dish atau tempat khusus menyimpan sekaligus menghangatkan makanan.

Pengunjung akan menikmati makanan yang dimasak secara dadakan melalui live cooking. Cara memasak secara dadakan seperti ini mampu memberi kesan yang sangat mendalam bagi pengunjung ditambah lagi dengan cita rasa mie teppanyaki yang menggunakan bumbu racikan khas chef hotel Novotel Samator. Seorang pengunjung menyebut atraksi live cooking ini sebagai sesuatu yang berkesan.

“Menurut saya live cooking mie tepayaki ini sangat berkesan untuk saya. Masakannya hangat dan enak. Live cookingnya juga menarik, kita dapat melihat caranya memasak” (Ani, pengunjung)

Dengan cara memasak seperti ini ada juga kelemahannya, jika suasana resto sedang ramai juru masak akan kewalahan melayani belum lagi jika bahan dan sayuran yang dipajang di display kehabisan. Untuk mengakali kehabisan bahan display juru masak harus menyediakan cadangan sayuran yang disimpan di chiller agar kesegarannya terjaga. Untuk cadangan mie tidak boleh disimpan di chiller karena akan berefek jika mie dikeluarkan dari chiller dan diletakkan di display, mie akan kering dan dingin. Biasanya cadangan mie diletakkan di insert pada suhu ruangan.

- Bahan baku mudah diperoleh.

Bahan baku yang digunakan mie teppanyaki hanya ada dua macam, mie dan sayur. Untuk mie yang digunakan ada tiga macam, mie telur, kwetiau, dan bihun. Macam-macam sayur yang digunakan juga dengan mudah ditemukan sehari-hari. Ada lima jenis sayuran yang digunakan antara lain sawi hijau, sawi putih, kubis, wortel, dan tauge.

Semua mie yang digunakan dalam live cooking mie teppanyaki merupakan mie dari supplier dan tidak memproduksi mie sendiri dikarenakan keterbatasan jumlah karyawan dan tingginya cost yang dibutuhkan. Untuk sehari saja mie yang dibutuhkan untuk live cooking mie teppanyaki mie telur dan bihun masing-masing dua bungkus, sedangkan untuk kwetiau memerlukan empat bungkus perhari. Sayur yang dibutuhkan untuk live cooking perharinya yaitu sawi hijau tiga ikat, sawi putih dan kubis masing-masing satu buah, wortel empat buah, dan toge 300 gram.

Komponen ini adalah suatu karakteristik yang dapat memberikan keuntungan atau kelebihan dibandingkan dengan yang lainnya. Dengan memanfaatkan komponen pada strength dengan baik, maka bisa dipastikan produk yang dihasilkan akan memperoleh banyak keuntungan yang ditimbulkan dari manajemen keunggulan produk.

B. Weakness

- Minim atraksi permainan equipment teppanyaki.

Salah satu kelemahan yang dimiliki live cooking teppanyaki adalah minimnya atraksi equipment teppanyaki pada umumnya yang dijumpai di restoran Jepang. Juru masak tidak melakukan atraksi seperti semestinya, juru masak hanya memasak mie seperti biasa dengan sesekali memukulkan kape keplat besi teppanyaki sehingga menimbulkan suara bising.

Saat penulis melakukan wawancara dengan Chef de Partie beliau menegaskan jika tidak adanya atraksi di live cooking teppanyaki dikarenakan minimnya staff dapur di hotel, jumlah staff dapur tidak mencukupi jika disebar di beberapa titik live cooking. Oleh karena itu juru masak yang menjaga stand live cooking dipasrahkan kepada trainee.

Trainee hanya dibekali ilmu dasar cara memasak menggunakan teppan dan bumbu-bumbu yang digunakan. Pemilihan trainee sebagai penjaga stand live cooking bertujuan untuk melatih mental trainee agar tidak gugup ketika menghadapi tamu. Karena pada dasarnya ketika seorang trainee sudah berani untuk berhadapan dengan tamu, menangani komplain, serta mampu berkomunikasi dengan baik kepada tamu maka kedepannya dipastikan seorang trainee sudah dinyatakan layak untuk berkerja dalam tim.

Chef atraksi permainan equipment teppanyaki adalah chef spesialis untuk pertunjukan dan memiliki kemampuan khusus untuk atraksi dengan equipment teppanyaki, tidak sembarang orang bisa melakukannya karena chef teppanyaki harus memiliki skill tersendiri mulai dari juggling sampai melempar pisau. Akan tetapi disayangkan food exchange resto tidak memiliki chef teppanyaki sehingga tidak ada atraksi di live cooking mie teppanyaki.

- Lokasi pertunjukan live cooking teppanyaki kurang strategis.

Lokasi yang dipilih untuk pertunjukan live cooking teppanyaki kurang strategis, karena letaknya tidak menghadap langsung ke meja pengunjung. Stand mie teppanyaki menghadap utara berhadapan dengan meja tempat kondimen main course, sedangkan deretan meja pengunjung ada di sisi kiri stand mie teppanyaki.

Dengan lokasi yang seperti ini pengunjung tidak bisa menyaksikan langsung proses memasak dari tempat duduknya, selain jarak yang terbentang terbelah jauh ada juga dua tiang yang menghalangi pandangan pengunjung dari meja tempat ia duduk ke stand live cooking mie teppanyaki.

- Penyajian kurang rapi.

Mie teppanyaki disajikan diatas dessert plate, ukuran dessert 8 inchi sehingga tidak mampu menampung makanan dengan porsi banyak. Meskipun mie teppanyaki bukan termasuk dessert, pemilihan dessert plate bertujuan agar pengunjung tidak mengambil porsi mie teppanyaki tidak terlalu banyak dikarenakan mie teppanyaki bukan termasuk main course melainkan menu tambahan.

Diameter piring yang tidak terlalu luas membuat penyajian mie teppanyaki terkesan kurang rapi, seringkali saat menyajikan mie diatas piring karena pengunjung mengambil dengan porsi yang banyak sehingga jadinya tidak rapi saat disajikan. Karena

proses memasak mie teppanyaki adalah secara dadakan atau live maka juru masak tidak sempat untuk plating mie, seharusnya plating dalam dunia restoran sangat penting karena selain enak makanan juga harus enak dipandang.

Semua pekerjaan dapur harus dikerjakan dengan cepat dan cekatan, jika kondisi resto sedang ramai pengunjung, menata mie agar rapi tidak sempat dilakukan oleh juru masak karena banyaknya pesanan yang antre.

C. Opportunity

- Tidak banyak hotel di kawasan Surabaya yang menyediakan pertunjukan live cooking teppanyaki.

Novotel Samator adalah satu-satunya hotel yang memiliki restoran dengan live cooking mie teppanyaki didalamnya di kawasan Surabaya Timur. Ini adalah peluang bagi Novotel Samator untuk mendapatkan pasar, karena jarang sekali hotel yang menawarkan live cooking mie teppanyaki sebagai hiburan.

Hotel yang menyediakan live cooking teppanyaki hanya beberapa di Surabaya. Diantaranya adalah hotel JW Marriot, Fairfield, dan Sheraton. Dari ketiga hotel tersebut menyediakan live cooking teppanyaki dengan menggunakan bahan baku daging bukan mie layaknya di food exchange resto.

- Inovasi menu teppanyaki yang bermacam-macam.

Live cooking mie teppanyaki merupakan adaptasi dari makanan yang dijual dipinggir jalan pada umumnya akan tetapi di teppanyaki menggunakan presentasi tampilan yang lebih bagus sehingga memiliki nilai jual.

Olahan teppanyaki tidak selalu menggunakan mie sebagai bahan utama, inovasi yang akan dikembangkan oleh food exchange resto kedepannya teppanyaki mengganti menu yang sebelumnya mie goreng beralih menjadi nasi goreng teppanyaki. Hal ini bertujuan agar tamu yang datang ke food exchange resto tidak merasa bosan dengan teppanyaki menu mie.

Di poin ini food exchange resto benar-benar memanfaatkan peluang yang menjanjikan untuk memanjakan selera pengunjung agar tetap setia pada hotel dan tidak bosan dengan menu teppanyaki. Pada umumnya teknik teppanyaki dapat digunakan untuk memasak apapun kecuali masakan yang berkuah karena bentuk penampang teppanyaki yang datar sehingga tidak cocok untuk masakan berkuah.

- Memperluas pemasaran dan promosi live cooking mie teppanyaki.

Sedikitnya hotel yang mengadakan pertunjukan live cooking teppanyaki, menjadikan salah satu peluang bagi food exchange resto untuk memperluas pemasaran dan promosi menjual produk live cooking mie teppanyaki. Pasar yang disasar Novotel Samator adalah company atau perusahaan, dari situ hotel dapat memasarkan paket meeting dengan lunch yang didalamnya termasuk live cooking mie teppanyaki.

Selain pemasaran melalui paket promo, promosi bisa dilakukan di media sosial maupun internet. Promosi melalui media sosial sangat berpengaruh dan mampu menjangkau khalayak luas.

Dengan menggunakan komponen ini, akan mengetahui peluang-peluang apa saja yang bisa dimanfaatkan untuk perusahaan agar bisa berkembang nantinya. Jika komponen peluang dipelajari dengan baik maka akan menjadi keunggulan bagi produk.

D. Threats

- Konsumen mudah bosan.

Live cooking teppanyaki di food exchange resto hanya ada satu varian saja, akan tetapi dari satu varian tersebut food exchange resto hanya menyediakan tiga jenis mie dan lima macam sayuran yang berbeda. Bumbu yang digunakanpun hanya satu macam tanpa ada varian bumbu lainnya, pengunjung hanya bisa memilih jenis mie dan sayuran untuk variasinya.

Ini menjadi satu ancaman karena ditakutkan konsumen akan cepat bosan karena live cooking mie teppanyaki yang minim variasi dan inovasi. Ini sebabnya live cooking mie teppanyaki di food exchange resto kedepannya akan menambah menu selain mie teppanyaki ada juga nasi goreng teppanyaki agar konsumen tidak bosan dengan pilihan dish yang itu saja.

Selain bahan utama yang ditambahi variasinya, otomatis bumbu yang digunakan juga akan berubah mengikuti karakter bahan utama yang digunakan, mengingat tekstur nasi dan mie yang berbeda. bumbu untuk nasi goreng teppanyaki berbeda dengan bumbu mie teppanyaki yang digunakan saat ini.

- Produk mudah ditiru.

Live cooking mie teppanyaki yang ada di food exchange resto merupakan adaptasi dari makanan mie goreng yang dijual di pinggir jalan yang sering dijumpai. Sehingga mie teppanyaki sangat mudah diduplikasi, yang membedakan mie goreng pada umumnya dengan mie teppanyaki yang paling mencolok berada di media memasaknya. Mie teppanyaki dimasak diatas plat besi datar yang disebut teppanyaki.

Untuk bumbu yang digunakan meskipun terbilang bumbu khas, akan tetapi bagi orang yang peka dengan terhadap selera rasa masakan kemungkinan mudah untuk diidentifikasi, karena bumbu yang digunakan pada mie teppanyaki merupakan bumbu masak yang sering dijumpai di dapur.

Komponen ini guna untuk mengetahui ancaman-ancaman apa saja yang mungkin akan dihadapi oleh perusahaan. Yang mana dapat menghambat perkembangan dari perusahaan. Diperlukan manajemen konflik dalam menangani ancaman-ancaman yang telah disebutkan dengan beberapa inovasi baru guna meminimalisir terbentuknya kelemahan-kelemahan baru pada produk perusahaan.

4. KESIMPULAN

Food Exchange resto merupakan salah satu restoran yang terdapat di Novotel Samator Surabaya Timur. Restoran ini mengusung konsep buffet all you can eat yang menampilkan atraksi live cooking didalamnya. Atraksi live cooking di Food Exchange resto terinspirasi oleh negara Thailand yang terkenal akan street food yang dimiliki, dimana makanan dijual di pinggir jalan sekaligus mempertunjukkan proses

pemasakannya secara langsung di depan pembeli. Makanan-makanan yang ditampilkan sebagai atraksi live cooking di Food Exchange resto terdiri atas makanan khas Indonesia, Asia hingga Internasional yang terdiri dari mie kuah, pasta station, mie ayam, egg station, martabak manis, kue pukis, hingga mie teppanyaki. Atraksi live cooking diadakan untuk menarik minat konsumen yaitu karena pembuatannya yang mudah dan simpel, serta makanan-makanan tersebut hampir dikenali oleh semua orang dan cocok untuk dinikmati semua kalangan baik anak-anak, remaja, hingga dewasa. Makanan-makanan tersebut yang dapat dengan mudah dijumpai di jalanan dijadikan kesempatan untuk membuat konsep makanan ini dikemas menjadi middle high quality dengan penataan yang rapi menggunakan konsep self service.

Dari analisis SWOT yang dilakukan, nampak bahwa live cooking merupakan atraksi unggulan yang disajikan pada konsumen. Hanya terdapat threat dan weaknesses yang masih perlu untuk diperbaiki. Pada umumnya teknik memasak dengan menggunakan media teppanyaki disisipkan beberapa atraksi dengan menggunakan equipment yang dilakukan oleh juru masak saat melayani tamu. Namun live cooking mie teppanyaki di food exchange resto Novotel Samator Surabaya tidak terlihat atraksi saat juru memasak mie teppanyaki.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Bartono, & Ruffino. (2005). Food Product Management di Hotel dan Restoran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dwiloka, B., & Riana, R. (2005). Teknik menulis Karya Ilmiah. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hermawan, H., Brahmanto E., Hamzah F, 2018, Pengantar Manajemen Hospitality. Pekalongan: PT Nasya Expanding Manajemen
- Jurnal.id. (2000). Pengertian SWOT. Diakses pada tanggal 1 April, 2020 dari <https://www.jurnal.id/id/blog/analisis-swot-untuk-perusahaan/>
- Kusmayadi, & Sugiarto, E. (2000). Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ninemeier, J. D., & Hayes, D. K. (2006). Restaurant Operation Management : Principles and Practice. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.
- Rachman, a. (2005). Pengantar Ilmu Restoran dan Perhotelan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Schiffman, & Kanuk. (2004). Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Sinaga, S. (2010). Potensi dan Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah. Universitas Sumatera Utara: Program DIII Pariwisata.
- Stie-pertiwi.ac.id. (2015). Pengertian SWOT. Diakses pada tanggal 1 April, 2020 dari <https://stie-pertiwi.ac.id/wp-content/uploads/2017/09/Jurnal-Economicus-Vol.-8-No.-2-September-2015.pdf>.
- Subagjo, A. (2007). Manajemen Pengolahan Kue dan Roti. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sugiarto, E., & Sulartiningrum, S. (1996). Pengantar Akomodasi dan Restoran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sulastiono, A. (2011). Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung: Alfabeta.
- Tarmoezi, T. (2000). Profesional Hotel Front Liner (Hotel Front Office). Jakarta: Kesaint Blanc.
- Widjaya, E. (2013). Studi Terapan Gaya Desain Interior Jepang Restoran Tomoto, Imari, Kayu, Nishiki Surabaya. Universitas Kristen Petra: Program Studi Desain Interior.
- Yoeti, O. A. (1996). Anatomi Pariwisata. Bandung: Penerbit Angkasa