

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010:12). Pariwisata menurut UU No. 09 Tahun 1990 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Pengertian tersebut meliputi: segala kegiatan berpergian baik perseorangan maupun kelompok dari tempat tinggal atau asalnya ke tempat lain untuk mendapatkan kepuasan serta kesenangan.

Pariwisata ialah salah satu kegiatan yang menjadi sumber penghasilan bagi negara juga merupakan salah satu penyumbang terbesar devisa negara. Indonesia termasuk negara yang beruntung karena memiliki banyak gugus pulau dan keindahan alam yang ditawarkan kepada wisatawan, sehingga ini adalah potensi terbaik yang dimiliki untuk mengembangkan industri pariwisatanya. Telah kita sepakati bahwa Indonesia memiliki banyak tujuan lokasi wisata yang indah ditambah dengan pelbagai kekayaan budaya lokal yang dimiliki Indonesia tersebar dari ujung barat Sabang sampai ujung timur Merauke. Mengetahui akan hal ini pemerintah Indonesia juga berusaha membangun infrastruktur sarana dan prasarana guna untuk menunjang keberlangsungan kegiatan pariwisata, mulai dari membangun akses jalan menuju tempat wisata hingga memperelok objek wisata demi kenyamanan bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

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. Akomodasi wisata yang tercatat ini menjadikan sektor pariwisata sebagai penunjang kegiatan perekonomiannya. Dari persebarannya wisata yang paling banyak berada di Pulau

Jawa dan Bali yaitu 857 desa, Sumatera 355 desa, Nusa Tenggara 189 desa, Sulawesi 119 desa, Kalimantan 117 desa, Papua 74 desa, dan Maluku 23 desa. Diluar itu masih banyak desa dengan potensi wisatanya yang tersebar di berbagai daerah. Data di atas adalah sebagai bukti bahwa Indonesia menjadi Negara yang kaya akan Sumber Daya Alam.

Table 1.1 : Jumlah Akomodasi Hotel

Jenis Akomodasi	Jumlah Usaha	Jumlah Kamar
Hotel Berbintang	3.314	278.522 unit
Hotel Non bintang/melati	11.981	259.326 unit
Akomodasi Lainnya	12.935	112.315 unit
Jumlah	28.230	712.202 unit

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia 2018

Kegiatan berpariwisata tak luput dari segala sektor usaha pariwisata dan aspek penunjangnya yaitu menyediakan barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan. Pasalnya pariwisata membutuhkan banyak kegiatan yang terkait dalam penyelenggaraan wisata. Kegiatan pendukung pariwisata diantaranya usaha perhotelan/penginapan, usaha kuliner, usaha perjalanan wisata, usaha kerajinan, hiburan/atraksi. Secara umum hubungan antara industri pariwisata dengan industri perhotelan/penginapan saling berkaitan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan. Pengertian lain dari KBBI, hotel adalah bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan, dan minum.

Industri perhotelan memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata, oleh sebab itu industri perhotelan menjadi tolak ukur keberhasilan suatu daerah dalam mengembangkan potensi wisatanya. Selain di daerah yang menawarkan wisata sebagai komoditas andalannya, hotel juga banyak berdiri di

kawasan kota metropolitan. Dalam hal ini tentunya pasar yang dituju bukan lagi para wisatawan atau pelancong, melainkan orang yang berpergian jauh dari rumah untuk tujuan bisnis. Fasilitas yang ditawarkan hotel di kota metropolitan juga berbeda dengan hotel di daerah wisata, semua menyesuaikan kebutuhan. Hotel di kota metropolitan cenderung lebih menjual ballroom maupun meeting room untuk kepentingan bisnis. Jika seperti ini bukan berarti kamar yang dijual hotel tidak laku, justru semakin banyak meeting room yang disewa semakin banyak juga kamar yang terjual. Secara klasifikasi hotel yang dimaksud diatas merupakan jenis *City Hotel*, *City hotel* yaitu hotel yang terletak di perkotaan, yang biasanya City hotel ini dipergunakan masyarakat untuk menginap dalam jangka waktu pendek. City hotel sering disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya city hotel ditempati oleh para pembisnis yang memanfaatkan pelayanan bisnis dan fasilitas yang telah disediakan oleh hotel (Tarmoezi, 2000).

Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Ibukota Jakarta, hal ini membuat Kota Surabaya memiliki potensi besar menjadi rujukan kota urbanisasi. Didukung dengan pembangunan infrastruktur kota yang berkembang pesat dan gedung perkantoran bertingkat tersebar di beberapa titik kota, hal ini yang yang membuat para investor berlomba-lomba untuk membangun hotel di kawasan perindustrian. Novotel Samator Surabaya Timur adalah salah satu hotel berbintang 4 yang berdiri di kawasan perindustrian Timur Surabaya, letak hotel ini dekat dengan kawasan industri Rungkut sehingga termasuk dalam klasifikasi *city hotel*. Beberapa fasilitas yang ditawarkan oleh Novotel Samator Surabaya Timur diantaranya mempunyai 261 kamar yang terbagi beberapa tipe mulai dari tipe *superior* hingga *executive suite*, *bar*, *gym*, *spa*, hingga *food exchange* resto yang terdapat atraksi *Live cooking* di dalamnya.

Menurut Ninemeier dan Hayes (2006), restoran adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjualan makanan / minuman kepada individu - individu dan tamu – tamu dalam kelompok kecil.

Diantara beberapa fasilitas yang dimiliki hotel Novotel Samator Surabaya Timur, ada salah satu keunikan yang dimiliki oleh *Food Exchange* resto yaitu pertunjukan *live cooking*. *live cooking* adalah proses memasak makanan langsung dihadapan para tamu hingga penyajiannya. Ada beberapa pertunjukan *live cooking* yang ditawarkan mulai dari *pasta station*, *mie station*, dan *mie teppanyaki*. Tidak bisa dipungkiri jika pertunjukan *live cooking* ini menjadi daya tarik para tamu hotel yang datang di restoran ini, karena masakan yang dimasak dapat disaksikan secara langsung sehingga di dalamnya terjadi komunikasi dua arah antara tamu dan juru masak. Para juru masak yang sedang memasak akan bersedia menjawab pertanyaan-pertanyaan dari para tamu terkait informasi makanan yang sedang dimasak.

Restoran kelas atas dahulunya menggunakan taplak meja putih, suasananya sepi ditemani musik klasik, dan memiliki suasana yang elegan, tetapi lama kelamaan restoran yang memiliki konsep seperti itu terasa membosankan menurut beberapa orang. Suasana berbeda ketika tempat memasak dekat dengan tempat duduk para tamu ketika *live cooking*. Tamu dapat mendengarkan sedikit kebisingan dan energi yang dikeluarkan ketika koki memasak suatu hidangan. Suasana akan sedikit aktif dan berbeda, restoran pun terasa begitu hidup. Tamu yang datang antusias untuk melihat atraksi *live cooking* dari para koki yang sedang memasak. Orang-orang tertarik untuk melihat darimana makanan itu berasal dan bagaimana cara memasak hingga menyajikannya (Norden, 2017).

Live cooking pertama kali ditampilkan melalui media elektronik yaitu televisi yang disiarkan oleh koki selebriti Julia Child di era 1990. Makanan menjadi sebuah hiburan yang populer di masa itu. *Live cooking* dipopulerkan melalui program televisi *The French Chef* mengenalkan teknik memasak yang klasik, menggunakan bahan-bahan yang eksotik dan menggunakan peralatan yang khusus untuk Amerika pada tahun 1960 dan 1970 dan koki selebriti tersebut menjadi tokoh masyarakat terkemuka dalam budaya Amerika. (Smith 2007:115).

Pertunjukan *live cooking* yang digunakan di *Food Exchange* mampu menarik perhatian para tamu melalui aroma masakan yang sedang dimasak dan teknik memasak yang digunakan sehingga dapat menghasilkan bunyi yang dapat menarik perhatian tamu, khususnya pada pertunjukan *live cooking mie teppanyaki*.

Metode penyajian yang digunakan saat pertunjukan *live cooking mie teppanyaki* juga terbilang unik, pasalnya para tamu yang akan memesan *mie teppanyaki* dipersilahkan untuk memilih sendiri jenis *mie* dan berbagai jenis sayuran yang akan dimasak sesuai keinginan tamu, metode ini biasa disebut *self service*. Kemudian *mie* dan sayuran tadi diserahkan ke juru masak untuk diproses hingga menyajikannya di hadapan tamu secara langsung.

Tugas akhir ini menyempurnakan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Meirina Damayanti 2018 dengan penelitiannya yang berjudul “*ATRAKSI LIVE COOKING (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Konsumen Terhadap Atraksi Live cooking di Green House Kitchen & Bistro Hotel Garden Palace Surabaya)*”, karena pada dasarnya di penelitian sebelumnya hanya membahas tentang persepsi pengunjung hotel terhadap pertunjukan *live cooking*. Namun pada tugas akhir yang penulis bahas kali ini adalah analisa faktor-faktor SWOT pada pertunjukan *live cooking mie teppanyaki* di *food exchange resto Novotel Samator Surabaya Timur*.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini penulis mengangkat dua topik perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses berlangsungnya atraksi *live cooking* di *Food Exchange Novotel Samator Surabaya Timur*?
2. Bagaimana analisa SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, threats*) pada atraksi *live cooking Mie Teppanyaki* di *Food Exchange Novotel Samator Surabaya Timur*?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui bagaimana prosedur yang baik dalam melakukan pertunjukan *live cooking* Mie *Teppanyaki* di Food Exchange Novotel Samator Surabaya Timur?
2. Untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan pertunjukan *live cooking* Mie *Teppanyaki* di Food Exchange Novotel Samator Surabaya Timur?

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang ingin dicapai, yaitu:

a. Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Untuk mengukur kemampuan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja khususnya bidang perhotelan
2. . Sebagai panduan untuk mahasiswa dalam hal persiapan sebelum terjun langsung ke dunia kerja.
3. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa dalam mempraktikan langsung keahlian dan keterampilan yang dimiliki.

b. Manfaat Bagi D3 Manajemen Perhotelan

1. Dapat mengetahui dan memperoleh informasi tentang tujuan diadakannya atraksi *live cooking* yang dilakukan di *food exchange resto*.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk penyajian kepada konsumen untuk dapat menarik konsumen.

c. Manfaat Bagi Fakultas

1. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia Universitas Airlangga khususnya Program Studi Diploma III Manajemen Perhotelan.

2. Menjalin relasi baik antara pihak hotel dengan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga dalam memberi ilmu kepada mahasiswa melalui program Praktik Kerja Lapangan.
3. Untuk mengetahui kebutuhan tenaga kerja yang diinginkan hotel untuk menyalurkan mahasiswa yang siap terjun kerja.

d. Manfaat Bagi Hotel

1. Sebagai pembantu dalam melancarkan operasional hotel.
2. Untuk menjalin kerjasama antara hotel dengan pihak Universitas airlangga sebagai wujud kepedulian hotel dengan akademisi.
3. Untuk mewujudkan hubungan yang baik antara hotel dengan masyarakat kampus dalam peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia.

e. Manfaat Bagi Pembaca

1. Memberikan referensi kepada pembaca mengenai keunggulan dan kelemahan pertunjukan *live cooking mie teppanyaki* di *food exchange resto* Novotel Surabaya.
2. Memberikan informasi kepada pembaca mengenai pembuatan *mie teppanyaki* pada pertunjukan *live cooking* di *food exchange resto* Novotel Surabaya.
3. Sebagai bahan bacaan mahasiswa Diploma III Program Studi Manajemen Perhotelan untuk pertimbangan sebelum melakukan Praktik Kerja Lapangan.

1.5 Tinjauan Pustaka

Hotel adalah sebuah bangunan yang didirikan dan dikelola dengan tujuan komersial dengan jalan 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 hiasan, serta jasa pencucian pakaian (Endar S dan Sulartiningrum S.1996:8).

Adapun pengertian hotel menurut Sulastiyono (2011:5), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Di dunia dan Indonesia perkembangan bisnis hotel maju dengan pesat, hal ini terlihat dari semakin banyaknya hotel dengan berbagai macam jenis yang diklasifikasikan berdasarkan lokasi dan tempat dimana hotel berada. Jenis-jenis hotel berdasarkan lokasi antara lain (Rachman, 2005;10) :

1. *City Hotel* adalah hotel yang berada di tengah kota besar yang kebanyakan disewa untuk keperluan bisnis. *City hotel* disebut juga transit hotel kerana biasanya *city hotel* dihuni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan fasilitas pelayanan hotel hanya untuk singgah setelah melakukan keperluan bisnisnya.
2. *Inn* adalah hotel yang dibangun di pinggir kota yang memiliki fasilitas sederhana yang disewakan untuk para pedagang keliling. Biasanya memiliki harga yang relative lebih murah dari tipe hotel lain.
3. Motel atau motor hotel adalah hotel yang terletak di pinggir jalan raya dan biasanya tepat diperbatasan antara dua atau lebih kota besar dibangun atau disewakan untuk orang yang ingin menginap atau sekedar beristirahat sementara karena belum bisa melanjutkan perjalanan ke suatu tempat. Hotel ini menyediakan fasilitas kamar yang dilengkapi parkir yang luas untuk tempat memarkirkan kendaraan tamu.
4. Resort Hotel adalah sebuah jasa pariwisata yang setidaknya di dalamnya terdapat lima jenis pelayanan, yaitu akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, hiburan, outlet penjualan, serta fasilitas rekreasi (Rachman, 2005:52). Resort Hotel dapat dibagi lagi menjadi beberapa subkategori yaitu:

- a. *Beach Hotel* adalah hotel yang dibangun dekat atau dipinggir pantai yang biasanya menyediakan fasilitas yang sesuai dengan pantai seperti *water sport*.
 - b. *Amusement Hotel* adalah hotel yang dibangun di kawasan hiburan atau rekreasi seperti *dream land*.
 - c. *Cliff Hotel* adalah hotel yang dibangun dilokasi yang tinggi yang memiliki *view* indah.
 - d. *Mountain* atau *Hill Hotel* adalah hotel yang dibangun di daerah pegunungan. Biasanya menyediakan fasilitas yang mengandung unsur *adventure*.
 - e. *Ravine Hotel* adalah hotel yang dibangun di kemiringan seperti jurang atau lembah.
 - f. *Riverside Hotel* adalah hotel yang dibangun di daerah sungai.
 - g. *Lake Hotel* adalah hotel yang dibangun dekat dengan danau. Hotel ini biasanya menyediakan fasilitas seperti *water sport* atau yang mengandung unsur *adventure*.
 - h. *Forest Hotel* adalah hotel yang dibangun di daerah hutan yang mengandalkan ketenangan atau *natural*.
5. *Airport Hotel* merupakan hotel yang dibangun dekat dengan bandar udara. Biasanya disewa oleh penumpang pesawat yang *delay* atau sekedar istirahat sebelum melanjutkan perjalanan yang jauh.

Di hotel terdapat departemen-departemen yang mengemban dan bertanggung jawab atas suatu tugas yang berbeda beda tapi saling berhubungan satu dengan yang lainnya, departemen itu sendiri dibuat untuk mempermudah dalam pekerjaan dalam suatu organisasi. Di hotel terdapat beberapa departemen yaitu (Rachman, 2005;111)

1. *Housekeeping Department*

Housekeeping Department yaitu divisi utama yang terdapat di sebuah hotel yang bertanggung jawab atas seluruh operasional dari hotel terutama di bidang kamar. *Housekeeping Department* (Tata Graha), yaitu departemen yang bertanggung jawab atas kebersihan hotel baik itu kamar hotel maupun area umum hotel.

2. *Human Resources Department*

Departemen yang bertanggung jawab atas pemilihan dan perekrutan sumber daya manusia di hotel serta bertugas untuk menangani hal-hal diluar hotel yang berhubungan dengan masyarakat.

3. *Sales and Marketing Department*

Sales and Marketing Department, adalah *department* atau bagian yang ada di hotel yang bertugas atas penjualan dan pemasaran dari hotel, serta bertanggung jawab untuk mengawasi seluruh kegiatan yang berhubungan dengan dengan kegiatan penjualan dan pemasaran hotel.

4. *Accounting Department*

Accounting Department, bertugas untuk mengawasi seluruh pengeluaran dan pemasukan hotel yang berhubungan dengan Hotel Revenue.

5. *Engineering Department*

Engineering Department, salah satu bagian dari hotel yang bertugas untuk memperbaiki dan melakukan perawatan barang-barang hotel yang berupa mesin. Bertanggung jawab atas seluruh operasional perbaikan dan perawatan barang-barang hotel yang berupa mesin.

6. *Food and beverage Department*

Food and beverage Department adalah departemen yang membawahi *Food and beverage Product* dan *Food and beverage Service*. *Food and beverage* (F&B) Service, adalah salah satu departemen di hotel yang bertanggung jawab

atas seluruh operasional dari kegiatan pelayanan penghidangan makan dan minuman di hotel.

Food and beverage (F&B) Product, adalah salah satu departemen di hotel yang bertanggung jawab atas pengolahan bahan makanan mentah menjadi makanan yang siap hidang, atau departemen yang bertugas untuk membuat makanan dan minuman di hotel.

Pada *Food and beverage Department* pembagian antara *service* dengan *product* bermaksud untuk mempermudah pembagian wilayah kerja. Sehingga tugas dan wewenang masing-masing *section* berbeda. *Section service* hanya fokus dalam pelayanan restoran, melayani tamu resto atau kamar. Sedangkan *section product* hanya berkutat pada operasional dapur bagian penyediaan bahan dan memasak makanan yang akan disajikan untuk tamu.

Food and beverage Product di dalamnya terdiri dari beberapa bagian tempat dengan fungsi yang masing-masing berbeda, diantaranya:

A. Main Kitchen

Main kitchen atau *hot kitchen* adalah salah satu jenis dapur utama di mana *maincourse, soup, sauce* dan proses masak-memasak terjadi. Dapur ini biasanya terletak di tengah bagian dapur lain atau tepat di belakang resto, tujuannya agar gampang berkomunikasi dengan bagian-bagian dapur lainnya. Dapur ini juga yang melayani pesanan *a la carte* dari resto atau kamar.

B. Pastry Kitchen

Menurut Adjab Subagjo, (2007: 87). dalam bukunya *Management Pengolahan Roti dan Kue*. Pastry adalah bagian dari food product atau *kitchen* yang ada di dalam lingkup *food and beverage department* yang mempunyai tugas dalam pembuatan dessert atau makanan penutup, snack atau makanan pengirim minuman, seperti kue dan roti.

Menurut Bartono (2005: 164) dalam bukunya *food product*

management di hotel dan restoran mengatakan bahwa pastry adalah merupakan bagian dari dapur yang memproduksi khususnya berbagai jenis roti, kue, dan dessert.

Dari beberapa pengertian pastry menurut ahli di atas, penulis menyimpulkan bahwa pengertian pastry adalah bagian dari dapur yang bertugas khusus untuk membuat aneka roti, cake, dan dessert.

C. *Cold Kitchen*

Cold Kitchen adalah seksi yang terdapat dalam *food and beverage* product yang menangani berbagai macam pembuatan appetizer serta berbagai macam dressing. Mulai dari salad, pembuatan garnish, slice fruits semua dikerjakan oleh section *cold kitchen*.

D. *Office Kitchen*

Di dalam *kitchen* ada ruangan kecil skala 4X2 meter lengkap dengan peralatan alat tulis kantor dengan 2 *personal computer*. *Office kitchen* berfungsi untuk mengorganisasi, merencanakan, pelaksanaan, serta sebagai pusat kontrol segala kegiatan yang ada di dapur. Mulai dari pembuatan jadwal karyawan hingga menyiapkan list menu *breakfast*, *lunch*, atau *dinner*.

E. *Store Butcher*

Store atau dalam bahasa awam “gudang” termasuk tempat untuk menyimpan bahan mentah sebelum diproses. Di dalam store ada ruangan kecil untuk *butcher section*, bagian ini menangani pemotongan daging dan memproduksi porsi daging sesuai dengan kebutuhan yang dijual di restoran. (Bartono 2006:4)

F. *Steward*

Section ini mempunyai tugas dan tanggung jawab membersihkan, menyimpan dan menyediakan peralatan yang dibutuhkan *food and beverage department* demi kelancaran operasional kerja.

G. *Banquet Kitchen*

Banquet secara umum adalah pelayanan suatu acara yang sudah dipesan dan direncanakan sebelumnya melingkupi pelayanan dan makanan, ruangan dan kelengkapan peralatan yang dibutuhkan dalam kurun waktu tertentu. *Banquet* adalah bentuk penyajian yang paling mewah dari sebuah fungsi pelayanan, selain penggunaan ruangan dan personil hotel, dalam pelaksanaannya perlu diingat inventaris hotel. Ada beberapa pengertian dari pada *banquet kitchen* adalah:

- a. Berdasarkan kamus pariwisata dan perhotelan, pengertian banquet adalah suatu resepsi mewah yang diadakan di ruangan khusus yang disediakan hotel dengan menyediakan makanan mewah dan juga fasilitas lainnya.
- b. Menurut Putra (1998), banquet merupakan *outlet food and beverage department* yang bertugas menangani segala macam kegiatan pesta atau jamuan yang diselenggarakan oleh suatu panitia atau pihak lain yang membuat pesanan di hotel.
- c. Menurut Suwarsono (2002), seorang banquet memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menyiapkan seluruh peralatan yang dibutuhkan untuk keperluan event nantinya mulai dari taplak meja, peralatan makan, hingga seluruh *condiment* yang harus dipakai dan harus ada diatas meja.

Pertunjukan *live cooking mie teppanyaki* adalah salah satu yang menjadi tanggung jawab dari *banquet section*, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan memasak di *open kitchen* adalah tugas dari *banquet section*.

Berdasarkan beberapa hal yang telah diuraikan diatas tentang bagian dari *food and beverage product* beserta tugas pokok dan fungsinya (setiap hotel mungkin dapat berbeda, semua kembali tergantung kebijakan manajemen hotel). Maka dalam menunjang kelancaran operasional hotel dan menjadi bahan evaluasi bagi hotel, banquet section harus mampu menganalisa dan merencanakan proses pertunjukan *live cooking mie teppanyaki* dalam berbagai aspek yang ada guna

meminimalisir menggunakan bahan dalam jumlah banyak dan meningkatkan keefektifitasan kerja yang berdampak pada kegiatan operasional lainnya.

Memahami bahwa struktur di dunia perhotelan adalah sesuatu yang kompleks, untuk itu diperlukan penyederhanaan masalah melalui analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis untuk mengetahui dan menginventarisasi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Oka, 1996;133).

1.6 Prosedur Penelitian

1.6.1 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1. Objek Penelitian Tugas Akhir

Bidang : *Food and beverage product*

Topik : "ANALISA SWOT PADA ATRAKSI *LIVE COOKING MIE TEPPANYAKI FOOD EXCHANGE RESTO DI NOVOTEL SAMATOR SURABAYA TIMUR, SURABAYA*".

Table 2.2 : Jadwal Kegiatan Penelitian Tugas Akhir

Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	2019				2020				2020				2020				2020				2020							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Persiapan																												
Tugas Akhir																												
Penulisan Laporan TA																												
Pelaksanaan Penelitian																												
Penyerahan Laporan																												

2. Subjek Penelitian Tugas Akhir

“NOVOTEL SAMATOR SURABAYA TIMUR”

Raya Kedung Baruk No.26-28, Kedung Baruk, Kec. Rungkut, Surabaya.

3. Alasan memilih Novotel Samator Surabaya Timur sebagai tempat dilaksanakannya Penelitian Tugas Akhir karena hotel ini adalah International Chain bintang empat di Surabaya, Sehingga banyak kelebihan dan fasilitas kelas internasional yang dimiliki. Selain itu saran

dari Kaprodi dan beberapa alumni yang pernah melaksanakan Penelitian Tugas Akhir di Novotel Samator Surabaya Timur.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Penelitian ini juga dikemukakan juga orientasi teoritis, yaitu landasan berfikir untuk memahami makna suatu gejala (Dwiloka & Riana, 2005:77). 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:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (Kusmayadi, 2000:15). Dalam melakukan wawancara yang harus dilakukan pertama kali yaitu menghubungi narasumber yang akan diwawancara dan mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat agar memperoleh informasi yang ingin didapat. Wawancara langsung yang dilakukan diharapkan bisa mendapatkan data atau informasi yang nantinya dapat sesuai dengan yang terjadi di lapangan. Wawancara dilakukan di *Food Exchange Resto* Novotel Samator dengan beberapa narasumber yaitu *executive chef* dan *demi chef Food Exchange Resto* Novotel Samator. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dilakukan secara bertahap dengan mengamati masalah yang terjadi di Novotel Samator Surabaya Timur.

2. Observasi

Pengamatan dalam istilah sederhana 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. Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan jenis observasi participant observation peneliti terlibat langsung dalam kegiatan 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.

1.6.3 Analisa Data

Analisa data dalam penelitian kualitatif berbeda dengan analisa data dalam penelitian kuantitatif. Analisis kualitatif fokusnya 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).

Adapun data hasil penelitian dapat diperoleh melalui langkah langkah sebagai berikut:

1. Data penelitian yang diperoleh diseleksi terlebih dahulu.
2. Membedakan mana data primer, data sekunder, dan data penunjang lain yang didapat dari hasil wawancara yang dilakukan di lokasi penelitian.
3. Data yang didapat lalu di klasifikasikan sendiri-sendiri supaya memudahkan dalam menyusun laporan.
4. Lalu data data yang sudah diklasifikasikan tersebut ditulis dalam laporan dan dideskripsikan sesuai pokok permasalahan yang ada secara urut.