

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Indonesia memiliki beragam budaya dan bahasa, oleh karena itu industri pariwisata di Indonesia kemungkinan sepi sangat kecil. Pariwisata menurut ahli adalah suatu aktifitas manusia yang dilakukan secara sadar mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau diluar negeri, meliputi pendiaman orang orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya Oka A.Yoeti (1996:116). Dalam beberapa tahun terakhir banyak di negara belahan dunia mengutamakan industri pariwisata yang terus berkembang dan cenderung diutamakan. Oleh karena itu banyak negara-negara yang menggantungkan sumber pendapatannya pada sektor pariwisata karena apabila sektor pariwisata berkembang akan mendatangkan pendapatan berupa devisa dan pajak bagi negara yang menggeluti di dunia pariwisata, lalu selain perusahaan swasta di sektor pariwisata juga berpotensi membawa banyak investasi yang dibutuhkan ke suatu daerah.

Dalam pariwisata konsumen disebut wisatawan yang terbagi menjadi dua yakni wisatawan lokal dan wisatawan manca negara. Wisatawan lokal adalah wisatawan yang berasal dari negara dalam negara yang melakukan perjalanan dan menetap di suatu tempat di daerah lain, sedangkan definisi wisatawan manca negara sesuai dengan rekomendasi *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud

memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan Soekadijo (1997). Jika negara berkembang, mata uang asing sangat penting untuk masyarakat setempat karena nilai tukar yang cenderung lebih tinggi daripada mata uang domestik, karena mendatangkan investasi dari negara lain maka terciptalah lapangan kerja atau pekerjaan sampingan bagi warga lokal karena banyak dari masyarakat di daerah objek wisata bermata pencaharian petani dan nelayan yang tidak puas akan hasil dari pekerjaan, oleh sebab itu dengan munculnya industri pariwisata ini warga yang menempati di desa wisata akan lebih sejahtera kedepannya. Selain untuk membantu masyarakat menengah kebawah di daerah sekitar atraksi wisata, pariwisata juga membantu memperbaiki banyak infrastruktur di daerah yang dekat dengan objek wisata karena dengan memperbaiki infrastruktur di daerah objek wisata maka akan mendatangkan wisatawan karena akan semakin lancarnya akses menuju objek wisata dan menambah estetika dalam atraksi wisata. Selain di sektor ekonomi, pariwisata juga membantu menjaga kearifan lokal karena menjadikan objek wisata sebagai promosi. Dengan adanya promosi terus menerus maka akan menjadi sebuah kebudayaan tersebut dan semakin bangga pula warga lokal dengan budaya mereka.

Seiring berkembangnya dunia pariwisata, akomodasi yang merupakan salah satu komponen pengembangan pariwisata telah bermunculan di berbagai tempat yang terdapat tujuan wisata di Indonesia. Pengertian akomodasi menurut Mangkuwerdoyo (1999:5) adalah tempat menginap atau tempat tinggal untuk sementara bagi orang yang sedang bepergian lalu menurut Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM 53/HM.001/MPEK/2013 Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 3 adalah “Usaha

penyediaan Akomodasi adalah usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya.”

Hotel adalah suatu perusahaan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada tamu yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima. Lalu Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM 53/HM.001/MPEK/2013 Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 4 “Usaha Hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makanan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan.” Hotel dalam pengembangannya di Indonesia sangatlah pesat dan menyebar hampir rata di seluruh kota di Indonesia Sulastiyono (2011). Karena menawarkan pelayanan yang menunjang kebutuhan tamu dalam berbagai hal, namun lambat laun pelayanan pun meningkat. Hal ini dikarenakan tuntutan jaman yang semakin maju. Namun pelayanan yang akan didapatkan sesuai bintang yang hotel punya. Semakin banyak bintang hotel, maka semakin memuaskan pelayanannya. Semakin banyak fasilitas yang dipilih oleh tamu maka semakin mahal pula harga yang tamu bayar. Berikut merupakan jumlah hotel yang ada di Surabaya:

Tabel 1.1

Data jumlah hotel di Surabaya berdasarkan bintangnya

Kabupaten/kota	Klasifikasi Bintang	jumlah	Kamar
Surabaya	Bintang 1	5	307
	Bintang 2	9	957
	Bintang 3	40	5268
	Bintang 4	21	3516
	Bintang 5	7	2249

Sumber: BPS Provinsi Jawa Timur 2019

Restoran menurut Atmodjo (2005) adalah suatu tempat yang dikelola secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik dalam menyajikan makanan dan minuman. Seiring dengan perkembangan ekonomi dan penduduk maka akan menambah minat untuk makan melalui restoran oleh karena itu pertumbuhan restoran di kota Surabaya cukup tinggi. Surabaya memiliki pertumbuhan restoran yang cukup tinggi. Hal ini dibuktikan dengan statistik pertumbuhan restoran baru di kota Surabaya:

Tabel 1.2 Jumlah Restoran di Kota Surabaya Periode 2014-2018

Kota	Jumlah Restoran				
	2014	2015	2016	2017	2018
Surabaya	383	713	790	1 083	1 341

Sumber: **Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur**

Jika dilihat dari statistik diatas kota Surabaya mengalami pertumbuhan rumah makan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan kota Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Kota Jakarta sehingga banyak perkantoran dan beberapa pabrik di daerah Surabaya sehingga akan mendatangkan banyak pendatang dari luar kota.

Dengan seiring banyaknya pendatang dari luar kota maka semakin tinggi juga minat dalam berbagai hal salah satunya dengan minat makan di Surabaya. Hal ini tidak terlepas dari kemajuan ekonomi dan teknologi dalam era globalisasi, dengan berkembangnya teknologi para pengusaha di bidang makanan mulai kreatif, pada kegiatan jual menjualnya yakni dengan menjualnya secara online dan ada juga yang memakai ilmu gastronomi.

Kota Surabaya memiliki permasalahan dengan makanan apa yang mereka konsumsi, karena masyarakat Indonesia cenderung mengabaikan kandungan gizi dan berusaha mencari makanan dengan cita rasa enak dan menarik namun tidak

memiliki begitu banyak gizi, hal ini dibuktikan dari hasil laporan tahunan Balai Besar POM Surabaya 2018 (2019) menunjukkan dari sejumlah 1347 sampel yang diuji, dengan hasil uji 98 sampel tidak memenuhi syarat, lalu penelusuran kasus sejumlah 41 sampel, dengan hasil uji 14 sampel (34,15%) diantaranya tidak memenuhi syarat kimia. Hal ini disebabkan oleh beberapa oknum yang ada di Surabaya dengan menjual makanan yang mengandung unsur yang berbahaya diantaranya seperti Boraks.

Boraks sering digunakan dalam dunia perindustrian untuk pembuatan detergen, glasir buatan, plastik dan lain lain, tujuan dari pemberian boraks oleh oknum untuk makanan adalah mengawetkan lebih tahan lama, selain itu penggunaan boraks dimaksudkan untuk menekan biaya apabila bahan tersebut membusuk dan mengharuskan membeli bahan tersebut. Hal ini kerap ditemukan di banyak tempat seperti pedagang Kaki lima, Pasar swalayan dan beberapa jajanan di pinggir jalan oleh sidak yang dilakukan BPOM. Selain menggunakan unsur yang tidak wajar, pelaku usaha makanan kerap kali menggunakan minyak bekas yang telah dipakai secara berulang-ulang, walaupun minyak merupakan bahan memasak yang wajar namun dengan penggunaan berulang ulang mengakibatkan bahan yang dimasak akan mengandung kolesterol lebih banyak dan mengandung lemak jenuh yang lebih banyak sehingga makanan akan tumbuh banyak bakteri dan virus. Makanan yang tidak sehat ini kelak akan mendatangkan penyakit bagi yang mengkonsumsi tanpa mempedulikan metode dan bahan yang digunakan oleh penjual. Penyakit ini tidak datang dari makanan yang sehat juga, penyakit datang juga dari lingkungan yang digunakan untuk makan sekitar apabila telah tercemar.

Sebagai salah satu menekan upaya pencegahan dari berbagai penyakit tentu saja dengan memakan makanan yang bergizi dan mengandung banyak serat.

Hal ini banyak ditemukan pada manfaat makanan vegetarian. Vegetarian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti orang yang tidak memakan daging dan hanya memakan makanan sayuran dan hasil tumbuhan karena alasan keagamaan dan kesehatan. Menurut Ara rosi (2012) dalam Rahayu (2017) vegetarian terdapat beberapa klasifikasi yaitu.

1) *Vegan*

Vegan merupakan orang yang hanya memakan produk dari tumbuhan dan biji bijian tanpa melibatkan unsur hewani sama sekali, hal ini juga melibatkan *Dairy product* seperti susu dan telur, tidak hanya dalam bentuk makanan seorang *vegan* sama sekali tidak melibatkan unsur hewani dalam gaya hidup.

2) *Semi Vegetarian*

Semi vegetarian merupakan seorang vegetarian yang menghindari daging merah dan masih memakan ikan dan unggas

3) *Vegetarian Lacto Ovo*

Vegetarian Lacto Ovo merupakan seorang vegetarian yang paling umum, hal ini dikarenakan seorang tersebut masih menikmati makanan berunsur tumbuhan, telur dan susu.

4) *Lacto vegetarian*

Lacto vegetarian merupakan seorang vegetarian yang masih menikmati makanan mengandung susu seperti keju, yoghurt dan *fresh milk*.

5) *Ovo Vegetarian*

Ovo Vegetarian merupakan seorang yang masih memakan unsur makanan yang mengandung telur.

6) *Pesco Vegetarian*

Pesco Vegetarian merupakan vegetarian yang hanya menikmati makanan olahan dari ikan dan tumbuhan

7) *Vegetarian Fruitarian*

Vegetarian Fruitarian merupakan vegetarian yang hanya menikmati makanan dari buah-buahan, biji-bijian dan kacang-kacangan.

Restoran di kota Surabaya yang menyajikan menu vegetarian masih sedikit. Hal ini dibuktikan masih sedikit restoran vegetarian yang ada, jumlah restoran di Surabaya sendiri masih empat restaurant dibandingkan restoran yang memiliki tema menu yang berbeda-beda. Dengan adanya restoran vegetarian yang masih sedikit di kota Surabaya maka peluang untuk berkembang juga tinggi karena sedikitnya pesaing. Hal ini sangat menarik mengingat menu vegetarian masih belum umum di Kota Surabaya, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana restoran vegetarian bisa membuat tertarik dengan menu vegetarian yang ditawarkan. Dalam penelitian ini ingin mencari tahu apa yang menjadi pertimbangan dalam berbagai faktor-faktor yang dimiliki oleh konsumen untuk mengunjungi restoran vegetarian. Dalam kesempatan ini tempat penelitian berada di *Nature Vegetarian Restaurant* yang merupakan cabang dari kota Batam.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana Pendapat pengunjung *Nature Vegetarian Surabaya* terhadap menu vegetarian yang tersedia?
2. Apa saja faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih *Nature Vegetarian Restaurant Surabaya*?

1.3 Tujuan dan manfaat penelitian

1.3.1 Tujuan dari penelitian

1. Ingin mengetahui pendapat konsumen mengenai makanan vegetarian yang ada di restoran
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih *Nature Vegetarian Restaurant Surabaya* sebagai penyaji menu Vegetarian

1.3.2 Manfaat penelitian

1. Bagi penulis

- a) Diharapkan penulis dapat mengamalkan ilmu terhadap ide usaha baru terkait makanan vegetarian dan mengembangkan wisata kuliner.
- b) Sebagai pengetahuan terhadap penulis mengenai preferensi masyarakat yang memilih makanan vegetarian.
- c) mensosialisasikan ke lingkungan terdekat agar lebih memperhatikan makanan yang berasal dari tumbuhan dan buah.

2. Bagi pembaca

Diharapkan bermanfaat bagi pembaca agar diaplikasikan ke kehidupan nyata dan dapat menyebarluaskan tentang pentingnya makanan dengan kandungan serat yang tinggi.

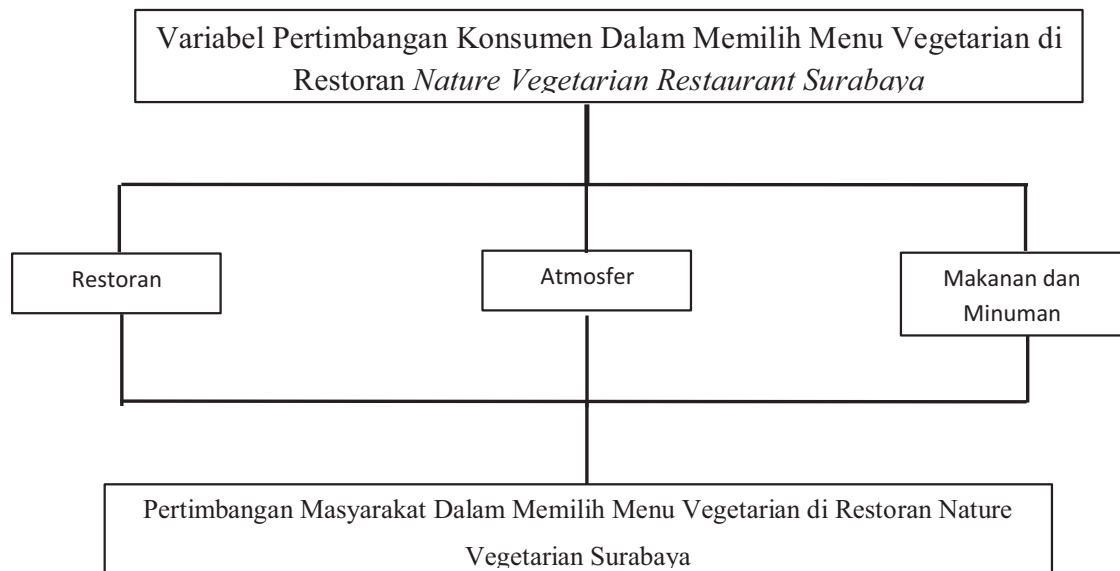
3. Bagi D3 Pariwisata dan prodi terkait perhotelan

- a) Dapat mengetahui dan mendapat informasi terkait wisata kuliner vegetarian.

- b) Penelitian ini diharapkan membantu referensi terhadap perpustakaan terutama mahasiswa D3 Pariwisata/Bina Wisata.

1.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah susunan dalam suatu pemikiran dalam suatu penelitian dalam penelitian ini yang digunakan adalah Pertimbangan Masyarakat Dalam memilih menu Vegetarian di Restoran *Nature Vegetarian Restaurant Surabaya*. Dalam pertimbangan ini terdapat beberapa variabel yang dibutuhkan dalam mengelola permasalahan tersebut agar pembaca dapat memahami konsep dari Pertimbangan Konsumen Dalam Memilih menu Vegetarian di Restoran *Nature Vegetarian Restaurant Surabaya*. Pada tahap awal ada proses pengenalan masalah yang berawal dari restoran, lalu selanjutnya adalah yang resep makanan sehat lalu hal ini mempunyai variabel yang akan dibahas lebih lanjut:



1.4.1 Restoran

Menurut Suarhana (2006), restoran adalah tempat usaha komersial yang ruang lingkup kerjanya menyediakan layanan makanan dan minuman di tempat usahanya.

Perkembangan industri perhotelan dan keahlian dalam memasak, serta pariwisata, telah menarik perhatian publik sejak lama. Perkembangan tersebut telah melalui berbagai periode. Didalam sebuah restoran, makanan yang dihidangkan secara bersih, sehat, dan layak merupakan hal yang penting untuk pelanggan restoran. Perhatian khusus diberikan oleh restoran dengan menyediakan makanan yang sehat dan segar serta mempersiapkan menu yang tepat merupakan bagian dari produk pariwisata, karena terdiri dari beragamnya kuliner dari segi budaya, sejarah, dan daerah-daerah. Aspek positif yang dapat diberikan dalam membuka restoran yaitu mendapat *high profit*, melihat kebutuhan pengembangan pasar, meningkatkan tujuan wisata, menjadi daya tarik dan dampak positif pada citra hotel dan perusahaan.

Bisnis restoran memiliki tujuan untuk meraih target pasar yang cukup besar, yaitu konsumen dengan pendapatan lebih tinggi dari rata-rata. Restoran dapat berlokasi di berbagai tempat. Dengan semakin berkembangnya kegiatan pariwisata, mengikuti tren adalah hal yang penting didalam industri restoran, karena semakin ketatnya persaingan restoran. Restoran yang memiliki suasana yang baik, bersih, sehat serta memiliki layanan yang baik tamu akan menjadi puas. Restoran pun juga memiliki gaya-gaya tersendiri. Pada umumnya terjadi diferensiasi pasar satu dengan pasar lainya agar restoran tersebut dapat mengambil untung dengan konsep yang dibangun dan menyediakan menu yang berbeda dari restoran lainya. Contoh restoran dengan tema yang berbeda-beda yakni Restoran China, Restoran Jepang, Restoran Vegetarian, Restoran *Western* dan lainya.

1.4.2 Atmosfir

Atmosfir merupakan suasana yang telah direncanakan oleh pihak pemilik suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam menikmati hidangan yang telah dibuat dengan tarif yang telah dibayar oleh konsumen. Dalam konteks

usaha restoran atmosfer dapat mempengaruhi selera makan konsumen, dengan adanya atmosfer yang sesuai dan tepat pada porsi maka konsumen pun akan merasa nyaman pada restoran. Menurut Levy dan Weitz (2001) atmosfer adalah mendesain suatu lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dari pelanggan dan pada akhirnya untuk mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Lalu menurut Mowen, sebagaimana yang dikutip oleh Sutisna (2001) “Store atmosphere merupakan salah satu komponen dari citra toko. Didalamnya terdapat kombinasi antara produk yang dijual, pelayanan, pelanggan, toko sebagai tempat untuk menikmati kesenangan hidup dan aktivitas promosi toko.

Jadi bisa disimpulkan bahwa atmosfer merupakan seluruh komponen yang ada di restoran yang berupa makhluk atau benda yang berada di restoran dan bertujuan untuk menjadikan konsumen menjadi nyaman terhadap seluruh aspek yang ada di restoran berupa *tangible* dan *intangible*

Atmosfer sangat penting untuk menjaga *image* restoran, dan bisa disebut juga dengan jiwa sebuah restoran. Setiap jiwa haruslah unik karena merupakan jati diri masing masing restoran dalam melayani konsumen yang datang.

Untuk mencapai standar atmosfer yang ditentukan maka dibutuhkan beberapa komponen, menurut Sugiyono (2016) dalam Lalu (2018) indikator yang diperlukan yakni:

1. Tempat parkir
 - a. Area parkir yang luas.
 - b. Area parkir yang aman.

2. Dekorasi restoran yang menarik
 - a. Adanya dekorasi yang menarik.
 - b. Dekorasi yang tidak monoton.
3. Suasana restoran
 - a. Temperature yang nyaman.
 - b. Panas matahari yang masuk ke restoran.
4. Kenyamanan restoran
 - a. Musik dalam restoran.
 - b. Kenyamanan dalam waktu yang lama.

1.4.3 Alasan Memilih Menu Vegetarian

Hal ini cukup dipertimbangkan dalam menemukan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menu vegetarian di Surabaya. Karena dengan banyaknya alasan yang diketahui oleh pemilik usaha maka semakin banyak peluang mendapatkan pelanggan. Dalam menentukan alasan mengapa memilih menu vegetarian juga terdapat penentuan keputusan konsumen terhadap produk vegetarian yang ada di restoran. Menurut Kotler (2001) mengenai keputusan konsumen tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu:

1.) Pengenalan masalah

Pada tahap ini calon konsumen mengalami kekurangan dalam memenuhi kebutuhan yang dipengaruhi faktor eksternal maupun internal pada calon konsumen terhadap kekurangan dalam memenuhi suatu kebutuhan pada konsumen. Dalam masalah ini pengusaha juga harus cerdas mengetahui siapa saja pasarnya dan apa yang dibutuhkannya.

2.) Pencarian informasi

Pada tahap ini calon konsumen akan mencari informasi mengenai tempat, harga, wujud barang, pelayanan, dan fasilitas yang tersedia. Pada tahap ini calon konsumen akan mempertimbangkan apa yang akan dia dapat terhadap suatu tempat usaha yang akan dikunjunginya dan mencarinya dari beberapa sumber. Dan sumber tersebut diklasifikasikan lagi menjadi empat bagian yakni:

1. Sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, dan kenalan)
2. Sumber komersial (iklan, *sales promotion*, penyalur, kemasan, pajangan di toko)
3. Sumber publik (media massa, organisasi maupun pernyataan ahli terhadap produk)
4. Sumber pengalaman (penanganan, pengkajian, pemakaian produk, dan evaluasi produk)

Oleh karena itu pengusaha harus menggunakan berbagai upaya agar usahanya dapat dikenal oleh banyak orang, baik oleh konsumen yang sudah melakukan transaksi maupun yang belum melakukan transaksi.

3.) Evaluasi alternatif

Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan terhadap barang atau jasa yang akan dibeli, dan model-model terbaru memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif, yaitu model tersebut menganggap konsumen membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional. Beberapa konsep dapat membantu memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk terhadap permasalahan pada kebutuhan konsumen. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu. Atribut yang diminati oleh pembeli berbeda-beda tergantung jenis produknya.

4.) Keputusan membeli atau tidak

Pada keputusan ini sangatlah krusial karena konsumen akan menentukan beli atau tidaknya terhadap suatu produk maupun jasa. Pada umumnya keputusan membeli ini disebabkan juga dengan berbagai faktor eksternal maupun internal.

5.) Perilaku pasca pembelian

Pada tahap ini timbul dua keadaan yakni kepuasan terhadap suatu produk atau jasa maupun ketidakpuasan dalam suatu produk atau jasa. Pada tahap ini menentukan nasib bagi pengusaha karena pengusaha dapat mengevaluasi dari yang buruk agar menjadi lebih baik dan yang baik semakin menjadi baik.

Pengertian lain tentang Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2000: 437) dalam jurnal Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang mempengaruhinya oleh Yohanes suhari (2008) adalah suatu

keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada..

Jadi dapat disimpulkan bahwa ketentuan ketentuan konsumen maupun calon konsumen terhadap memilih menu vegetarian sebagai pilihan adalah karena adanya kebutuhan yang belum terpenuhi sehingga akan menimbulkan masalah dan mencari solusi terhadap permasalahannya. Oleh sebab itu restoran vegetarian dituntut untuk memenuhi ekspektasi pembeli terhadap kebutuhannya.

1.4.4 Menu Makanan dan Minuman

Menu adalah suatu susunan yang terdiri dari jenis makanan dan minuman yang ada di suatu media cetak maupun elektronik yang bertujuan untuk menarik pelanggan dalam menentukan keputusan yang akan diambil dalam memilih pemesanan pada suatu restoran. Sedangkan menurut Sudhiara (2001) menu adalah sebuah daftar makanan yang telah dilengkapi dengan harga masing-masing, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberikan nilai terhadap sejumlah uang terhadap makanan yang ditawarkan. Sedangkan menurut Moehyi (1992), kata “menu” berarti hidangan makanan yang disajikan pada suatu acara makan, baik makan siang maupun makan malam.

Menu dapat disusun untuk lebih dari satu kali acara makan, misalnya untuk satu hari yang terdiri dari makan pagi, makan siang, makan malam serta makanan selingan. Menu dapat disusun untuk jangka waktu yang lama, misalnya selama tujuh atau sepuluh hari. Menu yang disusun dalam jangka waktu tertentu disebut master menu.

Lalu ada juga yang disebut sebagai perencanaan menu. Perencanaan menu adalah suatu kegiatan penyusunan menu yang akan diolah untuk memenuhi selera konsumen atau pasien dan memiliki ketersediaan zat gizi yang memenuhi prinsip

gizi yang seimbang. Penyusunan menu berdasarkan jenis hidangan sehingga memiliki variasi yang banyak, frekuensi penggunaan bahan berdasarkan pola menu dan master menu dan kombinasi warna dan konsistensi bentuk serta variasi dari hidangan. Semua jenis menu dapat diklasifikasikan untuk berbagai waktu seperti makanan pembuka, sup, Hidangan Pokok, dan hidangan penutup.

Dalam fungsi pengoperasian menu adalah dengan waiter. Waiter merupakan orang yang bertanggung jawab untuk memberi menu kepada tamu sebelum tamu memutuskan waiter juga diwajibkan untuk menjelaskan semua yang ada di menu restoran tersebut. Lalu ketika tamu telah memutuskan suatu menu maka menu tersebut akan dicatat oleh waiter dan diberikan kepada pihak dapur untuk di proses lagi ke tahap selanjutnya yakni membuat produk untuk tamu.

Dalam menu kadang juga ada variabel yang disajikan selain nama atau jenis makanan dan minuman yakni harga. Menurut Lupiyoadi (2011) harga merupakan suatu patokan nilai jual terhadap suatu produk atau jasa yang disajikan terhadap konsumen. Dalam menentukan harga sangat membutuhkan pertimbangan yang cukup matang karena konsumen berekspektasi harga yang dibayar adalah pantas atau melebihi ekspektasi terhadap menu yang akan dibeli. Harga yang diberikan terhadap pelanggan harus konsisten terhadap apa yang dijual karena suatu saat berbagai komponen di pasar akan langka dan akan terjadi lonjakan harga, sehingga menu yang terkait juga membutuhkan modal yang berbeda daripada *Food cost* yang telah dibuat. Tidak hanya produk, harga juga harus mencakup variabel yang lainnya terlepas dari produk yakni pelayanan dan fasilitas yang telah disediakan untuk konsumen. Dalam penetapan harga menurut Machfoedz (2005) “penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi tujuan pemasaran

perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga.” Faktor eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan elemen lingkungan yang lain. Tujuan dari penetapan harga itu sendiri adalah untuk orientasi laba yang bertujuan untuk mencapai target baru, dan meningkatkan laba dan orientasi penjualan yang bertujuan meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar.

Disetiap perencanaan juga akan berakhir pada evaluasi. Dalam evaluasi penjualan restoran sangat umum untuk menggunakan *Menu engineering*. Menurut Merta (2012) adalah serangkaian proses evaluasi dalam penyusunan harga, desain dan isi menu pada saat sekarang maupun yang akan datang. Dua elemen dalam fokus analisis menu engineering adalah:

- a) *Menu Mix* (MM) yakni suatu analisis mengenai permintaan pelanggan atau analisis mengenai kesuksesan pelanggan pada menu pilihanya
- b) *Contribution Margin* (CM) yakni suatu analisis dari kontribusi margin (keuntungan kotor) semua bahan menu (analisis menentukan penyusunan item harga)

1.5 Metode Penelitian

Dalam metode penelian ini menggunakan metode deskriptif dengan penjabaran yang secara berurutan dan penjabaran secara jelas menggunakan kalimat. Penelitian deskriptif memberikan penjelasan kepada para pembaca tentang gambaran permasalahan pada suatu situasi atau seseorang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Kasiram (2008) mendefinisikan metodologi kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat analisis dan melakukan pengkajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti.

Berdasarkan pengertian tersebut penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan dan gambaran seputar Pertimbangan Masyarakat Surabaya Dalam Memilih Makanan Vegetarian di Restoran *Nature Vegetarian Surabaya*.

1.5.1 Batasan Konsep

Batasan konsep merupakan upaya dalam penelitian sehingga memungkinkan peneliti agar dapat memilih mana yang masuk dan mana yang tidak masuk dalam pembahasan permasalahan pada penelitian. Agar permasalahan yang terkandung didalam penelitian ini jelas maka penulis memberi pengertian yang terkandung dalam judul Studi Deskriptif Pertimbangan Konsumen Dalam Memilih Makanan Vegetarian di Restoran *Nature Vegetarian Surabaya*.

- a) Studi deskriptif merupakan salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting social untuk mengklarifikasi suatu kenyataan social dengan cara mendeskripsikan suatu temuan yang ada di lapangan
- b) Pertimbangan adalah suatu upaya yang dilakukan oleh seseorang dalam memilih sesuatu setelah mempertimbangkan beberapa faktor. Dalam situasi kali ini yang akan dibahas adalah faktor apa saja yang menentukan masyarakat dalam memilih *Nature Vegetarian Restaurant Surabaya* sebagai pilihan tempat makan menu vegetarian.
- c) Makanan Vegetarian merupakan makanan yang ditujukan untuk seorang yang menjalani pola makan dengan hanya mengkonsumsi dari pola makanan vegetarian yang mayoritas merupakan sayur sayuran.

1.5.2 Teknik Penentuan Lokasi

Pada penelitian ini menggunakan *Nature Vegetarian Restaurant Surabaya* yang berlokasi pada Ruko central park, Blok AA No. 11 Jl. Raya Mulyosari No. 12, Kalisari, Kec. Mulyorejo, Kota SBY, Jawa Timur. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode observasi sebagai cara untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Lokasi pada *Nature Vegetarian Restaurant* dinilai strategis karena dekat dengan tempat-tempat sasana olahraga.

1.5.3 Teknik Penentuan Responden

Menurut Suharsimi Arikunto, "Responden adalah orang-orang yang merespon atau menjawab pertanyaan penelitian baik peranyaan tertulis maupun lisan", (2003:10). Lalu untuk mencari responden ini disebut teknik sampling. Menurut Sugiyono (2002) teknik sampling adalah teknik untuk mengambil sample pada suatu tempat di lokasi penelitian oleh peneliti. Untuk menentukan sampel pada penelitian terdapat syarat syarat yang digunakan. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Dalam penelitian, peneliti memilih teknik sampling *non probability*. *Non probability* adalah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan yang sama pada suatu populasi. karena pada restoran *Nature Vegetarian Restaurant Surabaya* memiliki pelanggan yang merupakan WNA.

Melihat di lokasi tidak hanya WNI saja yang mengunjungi pada restoran tersebut, maka dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* atau mengambil data secara kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang dengan kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data Sugiyono (2001). Sedangkan pengertian lain juga di nyatakan oleh Margono (2004) bahwa dalam aksidental sampling

pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui didalam restoran.

. Menurut Cohen, et.al, (2007) semakin besar sampel yang didapat maka semakin baik pula analisis datanya, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil, yakni 30 sampel, hal ini didukung oleh teori bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistic, ukuran sampel paling minimum adala 30 sampel menurut Mahmud (2011) Karena dengan keterbatasan waktu pengumpulan tugas akhir dan pengunjung restoran yang sedikit jumlahnya maka akan diambil responden sebanyak 30 selama tiga minggu. Responden akan terdiri dari usia anak anak hingga dewasa. Pengambilan data pada responden dilakukan pada hari aktif restoran yakni selasa sampai minggu pada pukul 18.00 sampai 20.00 karena merupakan waktu makan malam.

1.5.4 Teknik pengumpulan data

Menurut Suharsimi Arikunto (2000) instrument pengumpulan data dalah alat bantu yang dapat dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar menjadi sistematis dan dipermudah. Dalam kesempatan ini peneliti menggunakan metode peelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada suatu populasi atau sampel tertentu.

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan yang dibutuhkan oleh peneliti agar memenuhi laporan yang terkait pada subjek yang mempunyai hubungan dengan peneliti. Wawancara langsung yang dilakukan diharapkan membantu peneliti dalam memenuhi data atau informasi di lapangan.

Menurut Sutrisno Hadi (1989) mengemukakan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan teknik wawancara dan juga kuesioner adalah berikut:

- a. Bahwa subjek adalah orang yang paling mengerti tentang dirinya sendiri
- b. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
- c. Bahwa interpretasi subjek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti

Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dimana pewawancara telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis dalam kuisisioner atau pertanyaan secara lisan agar perbincangan mengalir secara dinamis dan wawancara ini ditujukan kepada pemilik *Nature Vegetarian Restaurant Surabaya*. Wawancara dilakukan secara langsung (tatap muka).

Data didapatkan dengan wawancara yang terstruktur dengan pertanyaan sistem terbuka. Untuk pertanyaan jenis ini jawaban sudah tersusun, tetapi kepada pemilik restoran masih diberikan kesempatan atau komentar yang lain terkait judul penelitian. Lalu untuk pihak pengunjung tau responden yang datang pada *Nature Vegetarian Restaurant Surabaya* akan diberikan kuisisioner yang telah disediakan berdasarkan pertanyaan pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Singarimbun (1981) tujuan pokok pembuatan kuisisioner adalah:

- a. Memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.
- b. Memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin.

Data akan dikumpulkan melalui kuisisioner dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menyusun Kuisisioner sesuai topic yang dipilih untuk penelitian.
- b. Mencari lokasi dan waktu yang ideal untuk penyebaran kuisisioner.

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, dan peristiwa seputar penelitian.

3. Dokumentasi

Selain menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, informasi juga diperoleh beberapa dokumen. Dokumen merupakan bahan yang tertulis yang disajikan dalam bentuk data yang tersimpan secara rahasia dan hanya dibutuhkan oleh kepentingan internal. Deokumen merupak tulisan, gambar/foto, video, maupun gabungan dari ketiga variabel tersebut.

1.5.5 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan yakni analisis data kuantitatif. Upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya, mencari data, menemukan pola, menemukan yang penting yang terkait penelitian, apa saja yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan pada orang lain Moleong (2005) Teknik analisis data dikembangkan dari data yang diperoleh selama penelitian, baik berupa data primer maupun sekunder, dengan cara menyederhanakan data tersebut sehingga data tersebut mudah dibaca dan dipertanggung jawabkan. Dikaitkan dengan tujuan peneliti ini, maka data yang dikumpulkan, diolah secara deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif

yang menggunakan aturan-aturan yang ada sesuai dengan metode penelitian yang digunakan. Analisis data menggunakan analisis kuantitatif. Langkah-langkah analisis data:

A. Editing

Pada tahapan ini, data yang telah terkumpul melalui daftar pertanyaan yang disediakan oleh peneliti (kuisisioner) ataupun pada wawancara perlu dibaca kembali untuk melihat apakah bertujuan untuk memperbaiki kualitas data dan menghilangkan keraguan data.

B. Klasifikasi data

Pada tahap ini menggunakan proses identifikasi dan melakukan proses klasifikasi dari tiap tiap pernyataan yang terdapat pada kuisisioner, berdasarkan variabel yang diteliti.

C. Tabulasi data

Pada tahap ini mencatat ataupun entri data kedalam tabel dan telah di *crosstabs* antara variabel yang relevan di aplikasi Microsoft excel dalam bentuk diagram lalu di pindahkan ke Microsoft word untuk di sajikan data dalam laporan penelitian.

1) Analisis data

Teknik analisis yang digunakan merupakan teknik analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2005:207) teknik analisis deskriptif kuantitatif merupakan alat analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan di lapangan.

Pengolahan data dalam penelitian ini tidak lepas oleh penggunaan metode statistik tertentu. Dalam penelitian ini fungsi statistik sangat berperan dalam penelitian untuk penyusunan data yang telah didapat.

2) Interpretasi data

Setelah data yang terkumpul kemudian data diolah dan di *crosstabs* antara variabel pada kerangka pemikiran yang telah disusun dengan jenis kelamin karena terdapat kemungkinan ada perbedaan antara status. Dalam beberapa variabel penelitian menggunakan skala likert untuk mengukur suatu nilai, dalam pengukuran ini digunakan skala likert menurut Sugiyono (2010:93) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena sosial. Dalam penelitian ini digunakan skala Likert dengan 10 poin.

Kemudian data tersebut dianalisis dengan teknik statistik yang sesuai dan hasilnya harus diinterpretasikan atau ditafsirkan agar kesimpulan-kesimpulan penting mudah ditangkap oleh pembaca. Interpretasi merupakan penjelasan terperinci tentang arti sebenarnya dari materi yang dipaparkan, selain itu juga dapat memberikan arti yang lebih luas dari penemuan penelitian.