

LAKSA *SIGNATURE* SEBAGAI MENU ANDALAN DI AVETA HOTEL MALIOBORO YOGYAKARTA

Richardo Stevanus Surya Wijaya¹, M. Fathurrahman Nurul Hakim²

¹Universitas Bina Sarana Informatika

²Universitas Bina Sarana Informatika

m.fathurrahman.mfi@bsi.ac.id

Abstrak

Tumbuh pesatnya industri perhotelan di Yogyakarta menjadikan persaingan pada industri tersebut sangat kompetitif untuk mencapai goal yang telah ditentukan perusahaan. Dalam segi produk, harus ada suatu ikon produk makanan yang bisa di *branded* oleh industri perhotelan sehingga konsumen atau tamu yang datang ke Yogyakarta akan langsung ke hotel tersebut untuk bisa menikmati makanan yang menjadi *branded* pada hotel tersebut. Aveta Hotel Malioboro berusaha mem*branded* produk makanan Laksa *Signature* untuk dijadikan daya tarik atau ikon Aveta Hotel Malioboro. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, observasi, dokumentasi, wawancara, dan studi kepustakaan untuk menghimpun data. Observasi dilakukan di Aveta Hotel Malioboro pada bagian *food* produk dan fokus pada menu Laksa *Signature* dari proses persiapan sampai menu siap untuk dihidangkan. Selanjutnya, wawancara dilakukan kepada *Chef De Partie*, 2 orang *cook*, diberi pertanyaan yang berbeda menyangkut tentang Laksa *Signature*. Berdasarkan data penelitian yang dilakukan selama 6 bulan pada bulan Agustus 2019 sampai bulan Februari 2021, presentasi dan rasa Laksa *Signature* masih menjadi idola tamu sebagai pilihan menu utama. Berdasarkan *Guest Comment Card* yang diisi oleh tamu pada rentan waktu penelitian, ranking penjualan makanan Laksa *Signature* masih menjadi makanan pilihan dari tamu atau konsumen.

Kata kunci: *Guest Comment Card, Food and Beverage Departement, Laksa Signature*

1. PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu daerah yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan, baik dari mancanegara maupun nusantara. Potensi wisata di Yogyakarta cukup beragam, salah satu potensi yang dimiliki adalah potensi *culinary*. Kuliner di Yogyakarta cenderung memiliki rasa manis sehingga terkadang menjadikan wisatawan kurang bisa

menikmati rasa tersebut. Hal ini yang mendasari penulis melakukan penelitian pada restoran hotel yang menjual makanan dengan cita rasa tidak manis sebagai ikon untuk di *branded* pada perusahaan mereka.

Dalam pemenuhan kebutuhan mendasar tersebut yakni makanan dan minuman banyak perusahaan bidang jasa berlomba – lomba untuk menawarkan produk berbagai kebutuhan yang diinginkan oleh

manusia, salah satunya yang dilakukan oleh Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta yakni menawarkan berbagai makanan dan minuman *best sellernya* untuk para tamu yang menginap maupun yang tidak menginap. Adapun menu andalannya seperti Laksa *Signature*, Nasi Goreng Spesial, *Fish And Chips*.

Aveta Hotel Maliobora Yogyakarta, yang terletak pada kawasan jantung kota Yogyakarta menjadikan Laksa *Signature* sebagai makanan andalan mereka dimana rasa yang dimiliki tidak cenderung meninggalkan rasa manis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa minat tamu terhadap makanan ini dan bagaimana tanggapan terhadap rasa dari Laksa *Signature*.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Menu

Asal kata menu dari Bahasa Perancis yaitu *Le Menu* yang berarti daftar makanan yang disajikan kepada tamu di ruang makan. Dalam lingkungan rumah tangga dan industri perhotelan, menu diartikan sebagai susunan makanan atau hidangan tertentu. Menu disebut juga *Bill of Fare* oleh orang Inggris. Menu adalah pedoman bagi yang menyiapkan makanan atau hidangan, bahkan merupakan penuntun bagi mereka yang menikmati hidangan tersebut dibuat (Siregar et al, 2016).

2.2. Laksa

Berdasarkan data dari Redaksi Asian Inspirations, "*Laksa*" berasal dari bahasa Kanton, yaitu "*lèt sá*" yang artinya "pasir pedas". Hal ini mengacu pada bumbu kaldu kuah laksa yang kerap berasal dari udang kering yang memberikan tekstur kuahnya seolah berpasir. Sensasi pedas pada laksa juga menambah keyakinan bahwa asal usul kata "*laksa*" berasal dari bahasa Kanton.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen deskriptif kualitatif, menggunakan metode observasi, dokumentasi, wawancara, dan studi kepustakaan untuk menghimpun data. Observasi dilakukan di Aveta Hotel Malioboro pada bagian *food* produk, dan fokus pada menu Laksa *Signature* dari proses persiapan sampai menu siap untuk dihidangkan. Selanjutnya, wawancara dilakukan kepada *Chef De Partie*, 2 orang *cook*, diberi pertanyaan yang berbeda menyangkut tentang Laksa *Signature*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada beberapa faktor untuk menarik minat tamu hotel, diantaranya fasilitas kamar,

kolam renang, *meeting room*, dan hidangan yang berada di dalam hotel tersebut. Oleh karena itu, peran *food and beverage product department* sangat penting di hotel karena departemen inilah yang bertugas menyediakan hidangan lezat dan berkualitas untuk para tamu hotel, salah satunya yaitu menu *Laksa Signature* di Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta.

4.1. *Laksa Signature* Sebagai Menu Andalan di Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta

Menu *Laksa Signature* menjadi menu andalan Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta dikarenakan menu ini menggunakan bahan yang berkualitas pilihan untuk menjaga cita rasa pada makanan tersebut. Hal ini mengakibatkan saat pengolahan menu *Laksa Signature* harus sesuai SOP yang berlaku, terutama saat pemotongan bahan dan mencuci bahan yang akan digunakan. Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta adalah hotel bintang tiga yang setiap *shift* nya hanya dua atau empat orang saja sehingga mengharuskan para *staff kitchen* saling membantu dalam menjaga penyimpanan bahan yang akan digunakan saat mengolah menu tersebut untuk menjaga rasa ciri khas menu *Laksa Aveta Hotel* kepada tamunya. Berikut merupakan penilaian dari tamu dan penjualan menu *Laksa Signature* di Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta:

4.1.1. Penilaian Tamu Terhadap Menu *Laksa Signature*

Berdasarkan *guest comment card* yang terkumpul mulai dari bulan Agustus sampai bulan Februari di Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta diuraikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1. Laporan *Guest Comment Card* Menu *Laksa Signature*

No	Nama menu	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Sangat Baik	10	11	14	12	11	24	11
2	Tidak Suka	3	8	10	0	2	0	1
3	Baik	4	0	11	0	1	1	0

4.1.2. Penjualan Menu *Laksa Signature*

Untuk mengetahui seberapa jauh lakunya penjualan menu *Laksa Signature* di Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta, diuraikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2. Laporan Penjualan

No	Nama menu	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Spaghetti Carbonara	14	12	9	12	30	30	10
2	<i>Laksa Signature</i>	16	14	14	8	31	30	10
3	Soup Corn	9	0	5	7	26	19	0

Tabel 1 menunjukkan bahwa dalam kurun rentang penelitian, *Laksa Signature* masih menjadi pilihan terbaik pada produk menu yang ada di Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta. Tabel 2 menunjukkan bahwa tingkat jumlah penjualan

menu Laksa *Signature* juga masih menjadi pilihan menu favorit bagi tamu yang berkunjung ke Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta.

4.2. Kelebihan Menu Laksa *Signature* Di Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta

Menu Laksa *Signature* di Aveta Hotel Malioboro Yogyakarta mempunyai kelebihan yaitu salah satu bahan menunya menggunakan Tofu dan cumi – cumi. Tofu memiliki tekstur yang lembut dan halus serta mempunyai rasa gurih saat dimakan. Untuk menambah cita rasa pada masakan Laksa *Signature* biasanya terdapat *condiment* tambahan seperti bakso ikan sebagai pengganti *condiment* utama yaitu udang.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diambil kesimpulan:

1. Semakin banyaknya pilihan menu yang ditawarkan ke tamu dengan pilihan cita rasa yang berbeda dari suatu daerah bisa menjadi ikon atau daya tarik wisatawan untuk menikmati menu tersebut, terutama wisatawan yang berkunjung agak lama dalam daerah tersebut
2. Laksa *Signature* Aveta Hotel Malioboro bisa dijadikan menu pilihan lain untuk menikmati keragaman kuliner di Yogyakarta

3. Presentasi dan rasa yang unggul pada suatu produk dapat meningkatkan *image* hotel yang berimbas pada meningkatnya pendapatan.

6. REFERENSI

- Siregar, Rohanta., Nilawati, Nurul Salasa., Rotua, Manuntun., Surata, I. Gede. 2016. *Buku Ajar Gizi Kuliner Dasar*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.