



# JCH

Journal of Culinary and Hospitality

Prof. Moch Yamin Street, Ketintang, Gayungan, Surabaya, East Java

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jch/index>

082230943710



## STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DIMSUM *STEAM* DI CHINESE RESTAURANT HOTEL SHANGRI-LA SURABAYA

Diandari Ridhaningrat\*, Lilis Sulandari

D4 Tata Boga, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya, 60231, Indonesia

\*Koresponden

e-mail: diandari.19019@mhs.unesa.ac.id

Diterbitkan oleh: Sarjana Terapan Tata Boga, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya.

### ABSTRAK

Setiap perusahaan pada umumnya menginginkan keberhasilan dalam menjalani bisnisnya. Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan dituntut untuk mencari alternatif-alternatif dalam hal menarik konsumen. Strategi yang dilakukan Hotel Shangri-La Surabaya untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya adalah dengan Strategi Pengembangan Produk. Strategi Pengembangan ini merupakan strategi yang dirasa paling mudah untuk dikembangkan karena hanya mengandalkan bahan baku yang sama menjadi produk yang berbeda, jadi lebih menekankan pada inovasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan produk Dimsum *Steam* di Chinese *Restaurant* Hotel Shangri-La Surabaya. Metode penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Narasumber terdiri dari narasumber utama yaitu seorang Manager Dimsum Chef di Shang Palace, Chinese *Restaurant* Hotel Shangri-La Surabaya dan dua staff dimsum lainnya. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif yang terdiri dari empat hal utama, yaitu Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan. Hasil penelitian pada Dimsum *Steam* di Chinese *Restaurant* Hotel Shangri-La Surabaya menunjukkan bahwa ada empat dimensi pengembangan yang digunakan sebagai salah satu upaya dalam memperbaiki kualitas produk agar tetap bisa menarik minat beli konsumen, yaitu Pengembangan Produk, Pengembangan Personil, Pengembangan Citra Hotel, dan Pengembangan Saluran Distribusi.

**Kata Kunci:** Dimsum, pengembangan produk, strategi pengembangan.

## PENDAHULUAN

Bisnis kuliner saat ini berkembang pesat sebagai dampak pengaruh masuknya budaya asing baik dalam bentuk gaya hidup maupun bidang makanan. Persaingan bisnis makanan semakin meningkat dan mulai bermunculan berbagai macam kompetitor usaha dalam bisnis kuliner ini. Hotel Shangri-La Surabaya adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa dan akomodasi. Hotel Shangri- La Surabaya memiliki berbagai macam *Restaurant* untuk dapat dikunjungi, yaitu salah satunya bernama Shang Palace. Shang Palace merupakan *Restaurant* berbasis masakan Chinese, yang memiliki berbagai macam menu, salah satunya yaitu aneka macam Dimsum. *Restaurant* ini menyajikan serangkaian menu Dimsum, mulai dari dimsum Steam, fried dan bake. Hotel Shangri-La Surabaya selalu menjaga kualitas agar tetap bagus dan terpercaya, maka produk atau layanan jasa akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk dan menikmati layanan jasa yang berkualitas.

Setiap perusahaan pada umumnya menginginkan keberhasilan dalam menjalani bisnisnya. Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan dituntut untuk mencari alternatif-alternatif dalam hal menarik konsumen. Perusahaan dalam usaha memenuhi kebutuhan konsumen atau permintaan pasar dengan menyediakan jenis produk atau varian- varian yang baru dibuat, ditengah tingginya persaingan dengan produsen yang juga memasarkan produk sejenis.

Strategi yang juga digunakan oleh perusahaan guna meningkatkan penjualan usahanya adalah strategi pengembangan produk. Strategi pengembangan, produsen menekankan pada cara untuk membuat produk unik dan berbeda. Dalam strategi ini produsen memfokuskan pada pengembangan jenis produk yang akan menjadi daya tarik bagi konsumen. dimana perusahaan memiliki keuntungan dari cost atau keuntungan diferensiasi (Tarida,

2012). Di *Chinese Restaurant Hotel Shangri- La Surabaya* ini sendiri strategi pengembangan kualitas dilihat dari jenis bahan baku yang digunakan serta keunikan bentuk pada Dimsum Steam. Perbaikan kualitas produk pada Dimsum Steam di *Chinese Restaurant Hotel Shangri-La Surabaya* diharapkan dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan strategi inovasi melalui pengembangan produk.

Penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu melalui pengembangan produk dimsum steam dan dapat menambah wawasan dunia berwirausaha yang didapatkan saat melakukan penelitian ini.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan Desain studi dari penelitian ini adalah dengan pendekatan fenomenolgi (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi dan teknik analisis data (Bittman et al., 2020) pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Menurut (Miles, M.B. Huberman, A.M, dan Saklana, 2014) analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis interaktif, data dianalisis secara kualitatif melalui empat tahap yaitu : pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

### 1. Wawancara

Peneliti mencari data menggunakan metode wawancara terhadap narasumber Manager Dimsum Chef, dan dua staff lainnya mengenai pengembangan produk Dimsum Steam khususnya pada Siew Mai, Steamed Mushroom and Chicken Pau dan Hakau di *Chinese Restaurant Shang Palace*.

### 2. Observasi

Penelitian ini berhubungan dengan

observasi dalam pengambilan data dengan datang langsung ke kitchen Shang Palace dan melihat pengembangan produk Dimsum Steam pada Siew Mai, Steamed Mushroom and chicken pao dan Hakau di Hotel Shangri-La Surabaya.

### 3. Dokumentasi

Peneliti mengadakan penelitian dengan mengambil foto sebagai dokumentasi yang berhubungan dengan strategi pengembangan produk Dimsum Steam pada Siew Mai, Steamed Mushroom and Chicken Pau dan Hakau di Chinese Restaurant Shang Palace.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Shangri-La hotel pertama kali didirikan di Indonesia di kota Jakarta pada tahun 1991 ketika PT. Sinar Galaxy berusaha untuk memperluas jaringan usahanya dibidang perhotelan. Shangri-La Surabaya resmi dibuka pada tanggal 18 Januari 1995 atas kerjasama dengan mitra local seperti Galaxy Group. Dibangun atas kerja sama dengan mitra lokal seperti Galaxy Group dengan menggunakan bendera usaha PT. Sariputra Permai. Bangunannya dirancang oleh arsitek bernama Chao Tee Ann, sedangkan interiornya oleh Dennis Ready Design Consultants. Shangri-La Surabaya merupakan hotel ke- 29 yang dioperasikan oleh jaringan Shangri-la International dengan total 17 lantai (tanpa lantai 13), dan total 380 kamar.

Hotel Shangri-La Surabaya juga memiliki restoran dengan berbagai macam menu spesial dari berbagai negara. Dari berbagai macam restoran tersebut salah satunya terdapat *Chinese Restaurant* bernama Shang Palace. Shang Palace Restaurant ini hanya menghadirkan menu-menu *chinese food*, diantaranya ada *meticulously created seafood*, dimsum and

*barbecued-meat delicacies*. Memiliki *Excecutive Chinese Chef* bernama Alex Kuan dan *Service Manager Dimsum Chef* Bambang K. membuat Restaurant ini memiliki produk unggulan untuk menu *seafood*, *BBQ meat*, dan aneka macam menu dimsumnya. Di Shang Palace kitchen ini memiliki tiga staff khusus untuk mengolah dimsum, yaitu *manager dimsum chef*, dan *staff dimsum*. Pada penelitian ini akan membahas tentang produk dimsum di Shang Palace Restaurant . Seperti yang sudah dijelaskan dimsum terbagi atas tiga kategori, dimsum *Steam*, *fried* dan *bake*.

Dimsum *Steam* merupakan dimsum yang melalui proses memasak dengan cara di*Steam* atau dikukus. Beberapa jenis menu dimsum *Steam* yang ada di Shang Palace Restaurant adalah

1. *Pan-Fried Pork Dumpling*
  2. *Steamed Bacon Roll with King Sauce*
  3. *Prawn Dumpling with Fragrant Ma La Sauce*
  4. *Steam Salted Egg Bun, Pork Xiao Long Pau*
  5. *Steam Pork Spare Ribs*
  6. *Steamed Chicken Feet with Szechuan Sauce*
  7. *BBQ Pork Bun (casiopao)*
  8. *Casiopao Ayam*
  9. *Steam Pork Spare Ribs*
  10. *Steamed Chicken Feet with Szechuan Sauce*
  11. *BBQ Pork Bun (casiopao)*
  12. *Casiopao Ayam*
  13. *Beef Balls with Waterchesnut Corriander*
  14. *Steamed Beancurd Skin with Pork Vegetable and Thai Chili Sauce*
  15. *Chong Fan in Green Vegetables (Prawn, Cakue, Char Siew)*
- Dimsum *fried* merupakan dimsum

yang melalui proses memasak dengan cara digoreng. Beberapa menu dimsum *fried* yang ada di Shang Palace Restaurant adalah

1. *Glutinous Rice Ball with Chocolate Lava (Onde- Onde China)*
2. *Deep-Fried Taro with Chicken and Cheese*
3. *Crispy Charcoal Nest with Salted Egg Lava*
4. *Deep-Fried Prawn and Crab Stick with Mayonnaise and Fruit Cocktail (Lumpia Mayo)*
5. *Pan-fried Radish Cake with Chicken Floss (Lobako)*
6. *Prawn Dumpling with Mayonnaise (Wonton)*

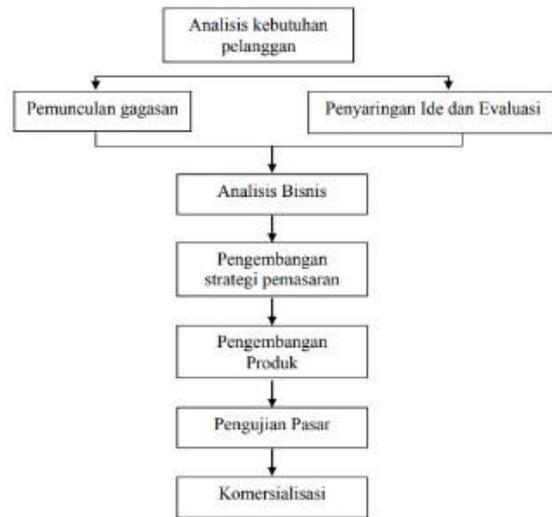
Dimsum *bake* merupakan dimsum yang melalui proses memasak dengan cara *dibake* atau di oven. Beberapa menu dimsum *bake* yang ada di Shang Palace Restaurant adalah

1. *Traditional Baked Egg Tarts*, merupakan pie yang kulitnya terbuat dari puff pastry yang diletakkan diatas cetakan. kemudian dituang dengan campuran cream dan kuning telur, kemudian di oven dengan suhu 180°C sampai kuning kecoklatan, kemudian diberi cincangan dark chocolate diatasnya.

Adapun pengembangan produk yang digunakan sebagai strategi untuk dapat bersaing dengan perusahaan atau hotel-hotel lainnya terhadap produk dimsum *Steam* di *Chinese Restaurant*. Pengembangan produk yang akan diteliti adalah pada produk dimsum *Steam* yaitu hakau, siew mai, dan *Steamed Mushroom and chicken pao*.

Menurut Simamora (2000) dalam pengembangan produk terdapat beberapa tahapan proses didalamnya. Berikut ini adalah tahapan proses dalam pengembangan produk dimsum *steam* di

*Chinese Restaurant* Hotel Shangri-La Surabaya melalui beberapa tahap proses yaitu seperti berikut :



**Gambar 1.** Tahapan Proses Pengembangan Produk

a. Analisis Kebutuhan Pelanggan Shang Palace Restarant Hotel Shangri-La Surabaya

Dilakukan dengan sering berkomunikasi langsung dengan tamu untuk menanyakan seputar produk yang dihidangkan, dengan menerima masukan-masukan yang diberikan, sehingga nantinya bisa ditarik kesimpulan mengenai apa yang dibutuhkan oleh tamu atau konsumen di Shang Palace Restaurant.

b. Pemunculan Gagasan

Dilakukan dengan kunjungan secara rutin ke perusahaan kompetitor lain setiap 1 tahun sekali untuk melihat perbandingan produk yang dimiliki.

c. Penyaringan Ide dan Evaluasi

Setelah mendapat gagasan, dilakukan pemilahan ide terkait pengembangan produk yang muncul dengan dipimpin oleh Executif Chef Hotel Shangri-La.

d. Analisis Bisnis

Dilakukan dengan merancang konsep produk dimsum dan strategi

pemasaran yang relevan dengan produk tersebut, agar dapat memperkirakan biaya dan keuntungan yang diharapkan dari produk tersebut.

e. Pengembangan Strategi Pemasaran Dilakukan dengan mulai merancang konsep kemasan dan kegiatan pemasaran yang cocok dengan target pasar mengenai produk dimsum tersebut di *Shang Palace Restaurant Hotel Shangri-La Surabaya*.

f. Pengembangan Produk Pengembangan produk dimsum steam dilakukan dengan mulai memperbaiki kualitas bahan baku, keterampilan kinerja para staff agar tampilan produk yang dihasilkan juga bisa meningkat, lebih detailnya akan dijelaskan pada penjelasan pada point pengembangan produk.

g. Pengujian Produk dan Pasar Point ini dilakukan dengan mengadakan promosi yang memang secara khusus diadakan dan dengan waktu yang ditentukan pula terhadap pengembangan produk dimsum steam yang telah dilaksanakan, dan melihat apakah respon konsumen atau tamu terhadap produk tersebut baik. Jika memang terlihat respon yang baik dari tamu atau konsumen terhadap produk tersebut maka produk itu layak untuk benar-benar dipasarkan.

h. Komersialisasi Pada tahap akhir yang dilakukan Hotel Shangri-La Surabaya adalah telah menetapkan semua fasilitas produksi maupun pemasarannya, kebutuhan, keinginan, selera, dan kepuasan para konsumen yang akan dituju. Sudah melakukan penetapan harga dan keuntungan yang diharapkan oleh *Shang Palace Restaurant Hotel Shangri-La Surabaya*.

## KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan yang telah diuraikan maka dapat diambil beberapa kesimpulan tentang Strategi Pengembangan Produk Dimsum *Steam* di *Chinese Restaurant Hotel Shangri-La* untuk upaya meningkatkan penjualannya dan tetap bisa bersaing di era tuntutan pasar yang semakin pesat, maka hal yang harus ditempuh pada produk dimsum *Steam* adalah sebagai berikut :

a) Pengembangan produk dengan cara meningkatkan kualitas produk yang dimiliki, dengan cara memperbanyak variasi mulai dari kulit, dan bahan isian serta terus berupaya menciptakan produk yang menarik dan berbeda dengan lainnya.

b) Melakukan perbaikan pengembangan personil untuk meningkatkan kinerja hotel, melalui peningkatan keterampilan skill para staff dalam membuat produk dimsum.

c) Pengembangan citra hotel untuk memberikan citra baik pada produk yang akan dihasilkan, dengan terus memperbaiki konsep iklan pada sosial media dan web *Shangri-La* agar lebih menarik dan lebih mudah ketika konsumen akan memesan produk dimsum di Hotel *Shangri-La Surabaya*.

d) Rancangan pengembangan saluran pendistribusian produk yang dilakukan oleh Hotel *Shangri-La Surabaya* dilakukan secara langsung ketika konsumen berkunjung ke *Shangri-La* maupun melalui perantara seperti sales marketing dan juga dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang modern.

## DAFTAR PUSTAKA

Aviffah, N. 'Ilmi N. 2020. *Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Analisis SWOT pada UKM Brownies Cinta Karanganyar*. eprints.ac.id

- Larosa, S. R. 2011. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan Di Sekitar Simpang Lima Semarang)*. Skripsi, 1-65
- Moelong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya.
- Miles, M. B, Huberman, A. M, dan Saldana J. 2014. *Qualitative Data Analysis, a Methods Sourcebook*. Sage Publications
- Wijaya. R. F. 2020. Strategi Pengembangan Bisnis pada CV Gemilang Menggunakan Analisis SWOT. [Http://Repository.Unika.Ac.Id/](http://Repository.Unika.Ac.Id/).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suparno. 2000. *Langkah-langkah Penulisan Artikel Ilmiah dalam Saukah, Ali dan Waseso, M.G. Menulis Artikel untuk Jurnal Ilmiah*. Malang: UM Press.
- Tarida, Y. 2012. Strategi Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Harga Jual dan Kaitannya Terhadap Penjualan Pada Industri Kerajinan Rotan Di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 124-142.
- UNESA. 2000. *Pedoman Penulisan Artikel Jurnal*, Surabaya: Lembaga Penelitian Universitas Negeri Surabaya.
- Wahab, Abdul dan Lestari, Lies Amin. 1999. *Menulis Karya Ilmiah*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Winardi, Gunawan. 2002. *Panduan Mempersiapkan Tulisan Ilmiah*. Bandung: Akatiga.