

ABSTRAK

Nama : Alivia Haryanto, Aurel Evelyn, Charles Fransisco
Program Studi : Bisnis Perhotelan
Fakultas : Kewirausahaan dan Bisnis
Judul : **MENGULIK SATE MARANGGI DI JAWA BARAT
(KHUSUSNYA DI PURWAKARTA DAN CIANJUR)**

Pulau Jawa menjadi salah satu destinasi pariwisata Indonesia, khususnya Purwakarta dengan Sate Marangginya. Terdapat 3 rumah makan yang lebih diminati yaitu, Sate Maranggi Haji Yetty di Purwakarta, Sate Maranggi Sari Asih di Cianjur, dan Sate Maranggi Mang Munir di Cianjur. Tujuan dari penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah, yaitu ciri khas dan upaya ketiga rumah makan dalam mempertahankan bisnis kulinernya. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung dengan tokoh terkait. Upaya Sate Maranggi Haji Yetty adalah pemilik tidak lengah untuk langsung mengontrol cita rasa dan pelayanan di 6 cabangnya. Upaya Sate Maranggi Sari Asih adalah adik pemilik turut serta dalam membuat bumbu bacem marinasi, pembelian daging, proses pembakaran, dan pengembangan menu. Upaya Sate Maranggi Mang Munir adalah menjaga kualitas dengan menggunakan sapi bagian has dalam dan pelayanan terhadap pelanggan. Ciri khas Sate Maranggi Haji Yetty adalah pilihan daging tidak hanya sapi tetapi ada kambing dan ayam, sambal tomat, pelayanan yang cepat, area parkir yang luas, dan *drive thru*. Ciri khas Sate Maranggi Sari Asih adalah dapat memilih Sate Maranggi daging sapi atau dicampur lemak, sambal oncom, ketan bakar, dan teh hangat gratis. Ciri khas Sate Maranggi Mang Munir adalah dapat memilih Sate Maranggi daging sapi atau dicampur lemak, sambal dadak dengan tingkat kepedasan susai pelanggan, variasi menu masakan Sunda, dan Sate Maranggi menggunakan daging sapi bagian has dalam. Kesimpulannya adalah setiap rumah makan memiliki upaya yang beragam, tetapi memiliki benang merah yang sama yaitu mempertahankan kualitas dari cita rasa dan pelayanan terhadap pelanggan dan ketiga rumah makan walaupun sama menjual Sate Maranggi, tetapi memiliki perbedaan dari bahan baku daging yang digunakan, sambal, dan menu pendamping. Pemerolehan data detail seperti perbedaan yang mendasar dalam proses pembuatan Sate Maranggi di setiap rumah makan belum terealisasi. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memenuhi hal tersebut.

Kata Kunci: Sate Maranggi, Makanan Tradisional, Jawa Barat, Purwakarta, Cianjur.

Abstract

Name : Alivia Haryanto, Aurel Evelyn, Charles Fransisco
Study Program : Hotel Business
Faculty : School of Entrepreneurship and Business
Title : **EXPLORE MARANGGI SATAY IN WEST JAVA
(ESPECIALLY IN PURWAKARTA AND CIANJUR)**

Java Island is one of Indonesia's tourism destinations, especially Purwakarta with its Maranggi Satay. There are 3 restaurants that are more popular, namely, Sate Maranggi Haji Yetty in Purwakarta, Sate Maranggi Sari Asih in Cianjur, and Sate Maranggi Mang Munir in Cianjur. The purpose of this research is to answer the formulation of the problem, namely the efforts of the three restaurants in maintaining their culinary business. The research method used is observation and direct interviews with relevant figures. Sate Maranggi Haji Yetty's effort is that the owner does not let his guard down to directly control the taste and service in its 6 branches. Sate Maranggi Sari Asih's efforts are that the owner's brother participates in making marinated bacem spices, purchasing meat, the grilling process, and menu development. Sate Maranggi Mang Munir's efforts are to maintain quality by using the inner has of beef and customer service. The characteristics of Sate Maranggi Haji Yetty are the choice of meat for Sate Maranggi not only beef but also goat and chicken, tomato chili sauce, fast service, large parking area, and drive thru. The characteristic of Sate Maranggi Sari Asih is that you can choose Sate Maranggi beef or mixed fat, sambal oncom, grilled sticky rice, and free warm tea. Sate Maranggi Mang Munir is characterized by its choice of beef or mixed fat satay, sambal dadak which is made when the order arrives and the level of spiciness is according to the customer, a variety of Sundanese cuisine menus, and Satay Maranggi using beef's inside. The conclusion is that each restaurant has a variety of efforts, but has the same common thread, namely maintaining the quality of taste and service to customers and although the three restaurants sell the same Satay Maranggi, but have the differences from the raw meat used, chili sauce, and side menus. Obtaining detailed data such as the fundamental differences in the process of making Sate Maranggi in each restaurant has not been realized. Therefore, further research is expected to fulfill this.

Keyword: Maranggi Satay, Traditional Food, West Java, Purwakarta, Cianjur.