

---

## PENINGKATAN PENJUALAN MAIN COURSE MENU PADA PREGO RESTAURANT THE WESTIN RESORT NUSA DUA – BALI (PENDEKATAN MENU ENGINEERING)

KADEK MARTINADEVIE KUSUMA WARDANI<sup>1)</sup>, COKORDA GEDE PUTRA YUDISTIRA<sup>2)</sup>,  
NI KETUT SUCIANI<sup>3)</sup>, KASIANI<sup>4)</sup>

Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bali

*gedeputrayudistira@pnb.ac.id*

### ABSTRAK

Seiring perkembangan jumlah kunjungan wisatawan, maka tumbuh pula hotel - hotel berbintang di Bali yang menyebabkan pendapatan kamar bukan lagi satu - satunya pendapatan besar bagi hotel, sehingga diperlukan adanya sumber pendapatan tambahan bagi hotel, salah satunya yaitu restoran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran menu mix dan contribution margin serta untuk mengetahui klasifikasi menu dan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan metode analisis dengan pendekatan menu engineering. Analisis dengan pendekatan ini digunakan untuk menilai popularitas dan keuntungan dari suatu item menu. Hasil penelitian ini menunjukkan sebanyak 32% menu termasuk dalam kategori “stars”, 36% menu termasuk dalam kategori “plowhorses”, 4% menu termasuk dalam kategori “puzzles”, dan 28% menu termasuk dalam kategori “dogs”. Dari hasil penelitian, upaya yang harus dilakukan seperti: mempertahankan kualitas, mengurangi sedikit porsi menu, peletakan menu, hingga pergantian nama menu.

---

**Kata kunci:** *Peningkatan Penjualan, Main Course Menu, Menu Engineering*

### ABSTRACT

*Along with the development of the number of tourist visits, also grows various stars hotels in Bali which causes room revenue is no longer the only large income for the hotel so that there is a need for additional sources of income for the hotel, which is restaurants. This research aims to determine the menu mix and contribution margin, and to find out the menu classification also the efforts made to increase sales volume. This research used analysis method with menu engineering approach. This analysis approach used to assess the popularity and profit of a menu item. The results of this research show 32% of the menu included in the “stars” category, 36% of the menu included in the “plowhorses” category, 4% of the menu included in the “puzzles” category, and 28% of the menu included in the “dogs” category. So, the efforts that should be made such as: maintaining the quality, reducing the portion of the menu, menu placement, up to the menu name change.*

---

**Keywords:** *Increased Sales, Main Course Menu, Menu Engineering*

### PENDAHULUAN

Sektor pariwisata mempunyai peranan penting dalam usaha mencapai sasaran pembangunan suatu negara. Sektor pariwisata juga berperan sebagai salah satu penghasil devisa negara serta memperkenalkan budaya bangsa dan tanah air. Bali merupakan salah satu pusat pariwisata di Indonesia yang telah berkembang pesat dan menjadi salah satu destinasi favorit wisatawan asing dan domestik. Daya tarik pulau Bali yang mampu membedakannya dengan kawasan lain di Indonesia adalah keindahan alam, budaya, serta beragam kuliner yang khas di pulau Bali.

Seiring dengan perkembangan jumlah kunjungan wisatawan, maka tumbuh pula berbagai fasilitas penunjang pariwisata seperti hotel berbintang dan restoran. Banyaknya hotel di Bali khususnya di kabupaten

Badung, menyebabkan pendapatan kamar bukan lagi satu - satunya pendapatan besar bagi hotel sehingga diperlukan adanya sumber pendapatan tambahan bagi hotel, salah satunya fasilitas penunjang pariwisata yaitu restoran.

Menurut Marsum *dalam* Mertayasa dan Komalawati (2019), restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada tamu, baik berupa makanan maupun minuman. Sangat penting bagi sebuah restoran untuk merancang pengembangan bisnis agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis restoran lainnya. Salah satunya dengan menggunakan alat pemasaran pada restoran yaitu menu. Rabone *dalam* Suryawati dan Osin (2019), menyatakan “*A good menu is a menu that can generate profit and popularity*”. Sebuah menu yang baik adalah menu yang dapat memberikan keuntungan dan popularitas. Indikasi tersebut dapat dilihat dari tingkat penjualan yang dihasilkan kepada restoran. Walaupun kepuasan pelanggan adalah salah satu tujuan utama, namun ada sisi lain yang membebani pikiran para manajer perusahaan tersebut, diantaranya: mengapa diantara menu yang dijual ada yang laris namun tidak memberikan keuntungan yang signifikan, tetapi ada menu yang kurang laris namun memberikan keuntungan yang sangat signifikan pada restoran tersebut. Selain itu, juga terjadi penurunan penjualan selama 1 (satu) tahun terakhir di Prego Restaurant sehingga target restaurant tidak tercapai.

Istilah penjualan sering disalah artikan dengan istilah pemasaran, bahkan ada yang menganggap sama pengertian penjualan dan pemasaran. Pada hakekatnya kedua istilah tersebut memiliki arti dan ruang lingkup yang berbeda. Pemasaran memiliki arti yang lebih luas, meliputi berbagai fungsi perusahaan, sedangkan penjualan merupakan bagian dari kegiatan pemasaran tersebut. Dengan demikian penjualan tidaklah sama dengan pemasaran (Zulkarnain, 2012:9). Mulyadi (2012:202), menyatakan bahwa penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi - transaksi tersebut, dan juga bisa dikatakan sebagai pemindah hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari penjual kepada pihak pembeli yang disertai dengan memberikan imbalan dari pihak yang membeli barang atau jasa sebagai timbal balik dari penyerahan barang atau jasa tersebut. Arti penjualan dalam konteks pemasaran begitu penting untuk dibicarakan dan didiskusikan karena dapat menentukan keberhasilan dalam kegiatan pemasaran, walaupun fungsi penjualan hanya merupakan salah satu dari kegiatan pemasaran. Keberhasilan dalam program pemasaran sangat ditunjang oleh penjualan. Artinya penjualan memegang posisi sentral untuk meraih keberhasilan. Tjiptono (2008:604) mengemukakan bahwa tujuan umum penjualan dalam perusahaan, yaitu: 1) Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk - produk yang lebih menguntungkan. 2) Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan regular dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru. 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Tujuan penjualan dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Dan perlu diketahui bahwa penjualan tidak selalu berjalan mulus sesuai rencana. Keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran.

Menurut Swastha (2005:65), volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Dalam bisnis restoran khususnya, penjualan bersih diperoleh melalui hasil keseluruhan penjualan selama jangka waktu tertentu dikurangi dengan harga pokok makanan, pajak, dan biaya - biaya lainnya. Definisi lain dikemukakan oleh Schiffan dalam Damanik (2016), volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh suatu perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah). Berdasarkan beberapa definisi tentang volume penjualan, maka dapat disimpulkan bahwa volume penjualan adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat penjualan perusahaan dalam periode tertentu dan dinyatakan dalam bentuk kuantitatif.

Dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada restoran, yang paling penting adalah meningkatkan produktivitas penjualan yang didukung oleh pelayanan dan kualitas serta variasi menu. Dengan demikian produktivitas penjualan akan mengarah pada profitabilitas usaha. Menurut Bartono (2005:23) langkah - langkah yang perlu dilakukan oleh manajemen adalah sebagai berikut: 1) Meningkatkan Mutu Produk. 2) Diversifikasi Menu. 3) Memperkaya Variasi. 4) Meningkatkan Jumlah *Cover* dan *Average per Cover*. 5) Memanfaatkan Setiap Peluang Hari - Hari Istimewa. 6) Membuat Acara Khas Hotel Untuk Jam - Jam Istimewa. 7) Menjual Paket *Table Manner*. 8) Membina Hubungan Bisnis yang Baik dengan Travel Agency

Menu engineering merupakan serangkaian proses evaluasi menu yang terdiri dari penyusunan harga, desain, dan isi menu pada saat sekarang maupun yang akan datang agar dapat meningkatkan volume penjualan pada menu yang ada, serta dapat digunakan untuk mengevaluasi item apakah item menu yang

terjual memiliki profit yang tinggi. Paul R. Dittmer dan J. Desmond Keefe III dalam bukunya yang berjudul *Principles of food, beverage and labor cost controls* (2009;316) menyatakan bahwa “*Menu Engineering as a technique for analyzing menu sales and providing helpful information for increasing gross profit*”. Yang artinya adalah rekayasa menu sebagai suatu teknik untuk menganalisa penjualan menu dan memberikan informasi yang berguna untuk meningkatkan laba kotor.

*Menu engineering* ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kemampuan menu yang telah dibuat dengan memenuhi 3 fungsi utama, yaitu: popularitas, *profitabilitas*, dan daya tarik bagi para wisatawan yang berkunjung. Dalam analisis *menu engineering* yang menjadi penekanan adalah margin kontribusi dari *item* menu tersebut.

Menurut Garrison, dkk (2013:209) margin kontribusi adalah jumlah dari pendapatan penjualan dikurangi beban variabel. Margin kontribusi merupakan jumlah yang tersedia untuk menutup beban tetap kemudian untuk menyediakan laba pada periode tersebut. Margin kontribusi digunakan terlebih dahulu untuk menutup beban tetap dan sisanya akan menjadi laba. Semakin besar margin kontribusi yang diperoleh perusahaan dari setiap unit produk yang dijualnya, semakin cepat perusahaan menutup biaya tetapnya dan mencapai laba yang diinginkan.

Menurut Suarsana (2007), harga jual adalah harga yang dibebankan untuk segala sesuatu yang berhubungan dengan produk yang dijual, dan ditetapkan oleh manajemen berdasarkan pada pertimbangan atau evaluasi biaya, kompetitor, besarnya investasi, area pasar, dan faktor-faktor lain yang ada hubungannya dengan harga tersebut. Douglas C. mengemukakan bahwa harga pokok makanan adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan atau mengolah satu porsi makanan sehingga siap untuk disajikan kepada pelanggan (tamu) (Suarsana, 2007:4 dalam bukunya yang berjudul *Pengendalian Biaya*). Scanlon dalam Haryati (2018) juga mengemukakan bahwa “*Food cost should total approximately 35% - 40% of the sale*” yang artinya bahwa harga pokok makanan yang ideal adalah 35% - 40%. Cara menghitung *food cost percentage* adalah dengan membagi harga pokok makanan per-porsi dengan harga jual (*net sales*) makanan tersebut, kemudian dikalikan 100.

Menurut Swandana (2011), *menu mix* adalah suatu analisis terhadap jumlah porsi makanan yang terjual pada periode tertentu. Untuk mengetahui apakah *item* menu tersebut memiliki tingkat popularitas tinggi atau rendah, maka diperlukan perhitungan *menu mix percentage* dan *popularity index*.

Seperti yang dikemukakan oleh Michael M. Coltman dan Martin G. Jagels dalam Hernowo (2014), yaitu: “*Converts the number sold of each menu item into a percentage of all items sold. The quantity sold of each item is divided by the total of all items sold then multiplied by 100*”. Yang berarti bahwa *Menu Mix Percentage* yaitu perhitungan angka penjualan dari setiap jenis makanan menjadi persentase dari semua jenis makanan yang terjual, jumlah setiap jenis makanan yang terjual dibagi total semua jenis makanan yang terjual, kemudian dikali 100. Hal tersebut dapat dijelaskan dengan rumus berikut:

Adapun definisi dari indeks popularitas menurut Paul R. Dittmer dalam bukunya yang berjudul *Principles of food, beverage and labor cost controls, 7th edition* (2003:187) yaitu: “*Popularity Index is defined as the ratio of portion sales for a given menu item to total portion sales for all menu items*”. Yang artinya Indeks popularitas adalah perbandingan jumlah produk yang terjual sesuai dengan menu yang ada.

Setelah memperoleh hasil dari *menu mix percentage* dan *popularity index* maka selanjutnya dilakukan pengelompokkan berdasarkan tingkat popularitasnya, yaitu dengan membandingkan antara *menu mix* dengan *popularity index*. Jika *menu mix* (MM) lebih besar dari *popularity index* maka termasuk dalam kategori “*high*” sedangkan apabila *menu mix* (MM) lebih kecil dari *popularity index* maka termasuk dalam kategori “*low*”.

Dengan menghitung menggunakan metode *menu engineering* menu makanan dapat diklasifikasikan menurut tingkat popularitas suatu item menu, dan juga menurut margin kontribusi dari suatu item menu tersebut. Klasifikasi tersebut akan dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 2.1 Matriks Kategori Item Menu dengan Pendekatan Menu Engineering**

		Volume	
		Rendah	Tinggi
Tinggi	II <i>Plowhorse</i>	I <i>Star</i>	Margin Kontribusi
Rendah	IV <i>Dog</i>	III <i>Puzzle</i>	

Semakin ketatnya persaingan antara restoran atau kompetitor dengan konsep Italia dapat menjadi permasalahan bagi Prego Restaurant dan akan berdampak pada ketidakstabilan jumlah pengunjung yang datang. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu metode dengan pendekatan *Menu Engineering* untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di Prego Restaurant. Dengan evaluasi menu ini, kita dapat mengetahui apakah menu yang ditawarkan sudah memiliki kondisi yang ideal. Dimana kondisi yang ideal dari sebuah menu yaitu menguntungkan bagi pihak restoran disamping juga populer di mata konsumen. Dari hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan, ditemukan bahwa Manajemen Prego Restoran The Westin Resort Nusa Dua hanya melakukan penggantian atau perubahan menu berdasarkan *history of sales* dan belum menerapkan analisis menu menggunakan metode *menu engineering* dengan optimal, sehingga banyak menu yang perlu dievaluasi secara objektif untuk meningkatkan efektivitas menu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran menu mix dan contribution margin serta untuk mengetahui klasifikasi menu dan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini 1). Bagaimana gambaran *Menu Mix* dan *Contribution Margin* di Prego Restaurant The Westin Resort Nusa Dua? 2). Bagaimana klasifikasi menu dan upaya untuk meningkatkan volume penjualan dilihat dari hasil penggunaan metode *Menu Engineering* di Prego Restaurant The Westin Resort Nusa Dua?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu 1). Untuk mengetahui gambaran *Menu Mix* dan *Contribution Margin* di Prego Restaurant The Westin Resort Nusa Dua. 2). Untuk mengetahui klasifikasi menu dan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan dilihat dari hasil penggunaan metode *Menu Engineering* di Prego Restaurant The Westin Restaurant Nusa Dua.

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi dan Obyek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Hotel The Westin Resort Nusa Dua - Bali yang berlokasi di Kawasan Pariwisata Nusa Dua BTDC Lot N-3, Nusa Dua. Dalam penelitian ini, lingkup objek penelitian yang diterapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, yaitu: *menu engineering* dan volume penjualan.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk bilangan atau angka. Dalam penelitian ini yang termasuk data kuantitatif adalah food cost, selling price dan history of sales.

Data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk bilangan atau angka. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah struktur organisasi perusahaan, sejarah singkat perusahaan dan daftar menu di Prego Restoran, The Westin Resort Nusa Dua.

Sumber Data ada 2, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang secara langsung dikumpulkan oleh pihak yang melaksanakan penelitian. Dalam penelitian ini data primer berupa catatan hasil wawancara dan hasil pengamatan langsung di lapangan yang diperoleh melalui wawancara dengan subjek penelitian yaitu bapak Rudy Gunawan selaku manajer di Prego restoran. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh pihak yang melaksanakan penelitian atau melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Contoh: daftar menu, *selling price*, *food cost*, *history of sales*, sejarah perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

### **Teknik Analisis Data**

#### **1. Analisis Kualitatif**

Analisis kualitatif pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan hasil dari *contribution margin* (*CM*) dan *menu mix* (*MM*) yang dikategorikan menjadi *high* atau *low* untuk kemudian diklasifikasikan berdasarkan kategori dalam menu engineering, yaitu:

- 1) *Star* : *Menu Mix (high)* dengan *Contribution Margin (high)*
- 2) *Plowhorse* : *Menu Mix (high)* dengan *Contribution Margin (low)*
- 3) *Puzzle* : *Menu Mix (low)* dengan *Contribution Margin (high)*

4) *Dog* : *Menu Mix (low)* dengan *Contribution Margin (low)*

## 2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis data yang berupa perhitungan matematika. Penerapan rekayasa menu menurut konsep *menu engineering* bertujuan untuk mengelompokkan menu menurut *contribution margin (profitability)* dan *menu mix (popularity)*.

Analisis kuantitatif dilakukan untuk mengolah beberapa data berikut:

- 1) *Contribution Margin* = *Selling Price - Food Cost*
- 2) *Menu Mix* = *Item Sold / Total Item Sold*
- 3) *Total Cost* = *Item Sold x Food Cost*
- 4) *Total Revenue* = *Item Sold x Selling Price*
- 5) *Total Contribution Margin* = *Item Sold x Contribution Margin*
- 6) *Average Contribution Margin* = *Contribution Margin / Total Item Sold*
- 7) *Popularity Index* =  $(1 / \text{Number of Menu Item}) \times \text{Total Number of Item Sold} \times 70\%$

## 3. Teknik Analisis Dengan Pendekatan Menu Engineering

Terdapat dua belas langkah teknik analisis data yang diterapkan dalam klasifikasi menu menggunakan pendekatan *menu engineering* menurut Kasavana dalam Haryati (2018), yaitu:

- 1) *Step one, identify competing menu items. List the name of all competing menu items that appear on the same menu.*
- 2) *Step two, record the number of item sold.*
- 3) *Step three, compute menu items mis proportions. Each items sale are divided by total number of covers sold to yield that items menu mix percentage.*
- 4) *Step four, categorize menu mix percentage. The Menu Mix Percentage (MM%) are categorize as being either high or low depending on whether or not they exceed the MM achievement rate (Popularity Index).*
- 5) *Step five, list menu items selling price.*
- 6) *Step six, determine standard food cost*
- 7) *Step seven, calculate menu item contribution margin (CM). Contribution margin (CM) for each item are found by subtracting the items standard food cost (step six) for the items menu selling price.*
- 8) *Step eight, determine the menu contribution margin (CM). The sum of each item CM (step seven) items its respective MM (step two) determine the total CM.*
- 9) *Step nine, compute the proportion of contribution margin (CM) by dividing the total of Contribution Margin by the total number of item sold to yield that CM Achievement Rate.*
- 10) *Step ten, categorizes item Contribution Margin (CM). The item contribution margin are categorized as being either high or low depending on whether or not they exceed the average CM achievement rate. This achievement rate is determined by divide the total of CM by the total number of item sold.*
- 11) *Step eleven, perform menu item classifications. The MM% categorizes and the CM categorizes are use to assign menu items into either Star, Plowhorse, Puzzle, and Dog.*
- 12) *Step twelve, initiate menu item decision making. The decision of whether to retain, reposition, replace, or re-price menu item can be made intelligently based on the classification of each menu item.*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasilnya adalah berupa kategori menu yang memberikan kontribusi margin tinggi, menu yang memberikan kontribusi margin rendah serta menu yang paling diminati dan menu yang kurang diminati yang akan dijelaskan pada tabel 4.1 dan tabel 4.2. Tabel 4.1 berikut merupakan hasil analisis kategori margin kontribusi menggunakan pendekatan *menu engineering*.

**Tabel 1 Kategori Margin Kontribusi *Main Course Menu* Periode Januari s/d Desember 2019**

<i>Main Course Menu</i>		
	Menu	%
<b>MK High</b>	9	36
<b>MK Low</b>	16	64
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 1, dari total 25 *item menu main course* yang dijual di Prego Restoran, sebanyak 9 *item* menu termasuk dalam kategori margin kontribusi tinggi, dan 16 *item* menu termasuk dalam kategori margin kontribusi rendah. Hal ini berarti margin kontribusi yang diperoleh pada Prego Restoran belum maksimal karena menu dengan margin kontribusi rendah lebih banyak yaitu sebanyak 16 menu dengan persentase 64% daripada menu dengan margin kontribusi tinggi yaitu sebanyak 9 menu dengan persentase 36%.Selanjutnya pada tabel 2 merupakan hasil analisis kategori *menu mix* menggunakan pendekatan *menu engineering*.

**Tabel 2 Kategori Menu Mix *Main Course Menu* Periode Januari s/d Desember 2019**

	Menu	%
<b>MM High</b>	17	68
<b>MM Low</b>	8	32
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Dapat dilihat pada tabel 2 yang merupakan hasil analisis kategori *menu mix*, dari total 25 *item menu main course* yang dijual, sebanyak 17 *item* menu termasuk dalam kategori *menu mix* atau bauran menu yang tinggi, dan sisanya sebanyak 8 *item* menu termasuk dalam kategori *menu mix* atau bauran menu yang rendah. Hal ini berarti bauran menu pada Prego Restoran sudah maksimal karena semakin tinggi persentase menu mix, maka semakin banyak porsi pada menu yang laku terjual.

Berdasarkan hasil dari tabel 1 dan tabel 2, dapat disimpulkan bahwa persentase kategori margin kontribusi rendah lebih banyak daripada persentase kategori margin kontribusi tinggi dan persentase *menu mix* atau bauran menu yang tinggi lebih banyak daripada persentase *menu mix* atau bauran menu yang rendah. Selanjutnya dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3. Kategori Margin Kontribusi dan Menu Mix *Main Course Menu* Periode Januari s/d Desember 2019**

<i>Main Course Menu</i>			
Margin Kontribusi		Menu Mix	
High	Low	High	Low
- Jumbo Prawn	- Roasted Chicken	- Roasted Chicken	- Gindara Fillet Coated
- Calamari Prawn	- Roasted	- Roasted	- Gindara Fish with Black Olive
- Grilled	- Roasted	Barramundi Fillet	- Spaghetti Seafood
Barramundi Fillet	Barramundi	- Jumbo Prawn	- Spaghetti
- Grilled Ribeye	Fillet	- Calamari Prawn	Spadelate
Steak	- Gindara Fillet	- Grilled	- Linguine Pasta
- Grilled Beef	Coated	Barramundi Fillet	- Fettucini Pasta
Tenderloin	- Gindara Fish	- Grilled Ribeye	- Diavola Pizza
- Grilled Prawn	with Black Olive	Steak	- Romagnola
- Tenderloin Steak	- Spaghetti	- Grilled Beef	Pizza.
- Spaghetti	Seafood	Tenderloin	
Spadelate	- Casarecce	- Grilled Prawn	
- Tagliatelle Alla Bolognese	Pasta	- Tenderloin	
	- Rigatoni Alla Carbonara Pasta	Steak	
	- Linguine Pasta	- Tagliatelle Alla Bolognese	
	- Fettucini Pasta	- Casarecce Pasta	
	- Penne Arabiata	- Rigatoni Alla Carbonara Pasta	
	Pasta	- Penne Arabiata	
	- Rigatoni Pork Pancetta	Pasta	
	- Quattro	- Rigatoni Pork Pancetta	
	Stagioni Pizza	- Quattro Stagioni	
	- Salamino Pizza	Pizza	
	- Margherita	- Salamino Pizza	
	Pizza	- Margherita	
	- Diavola Pizza	Pizza	
	- Romagnola		

Selanjutnya berdasarkan hasil dari tabel 3, dari 25 *item main course menu* yang dianalisis maka menu dapat diklasifikasikan menjadi 4 kategori, yaitu kategori *Stars*, *Plowhorses*, *Puzzles*, dan *Dogs* yang dirangkum dalam tabel 4.

**Tabel 4. Klasifikasi Menu  
Periode Januari s/d Desember 2019**

	Menu	%
<i>Stars</i>	8	32
<i>Plowhorses</i>	9	36
<i>Puzzles</i>	1	4
<i>Dogs</i>	7	28
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

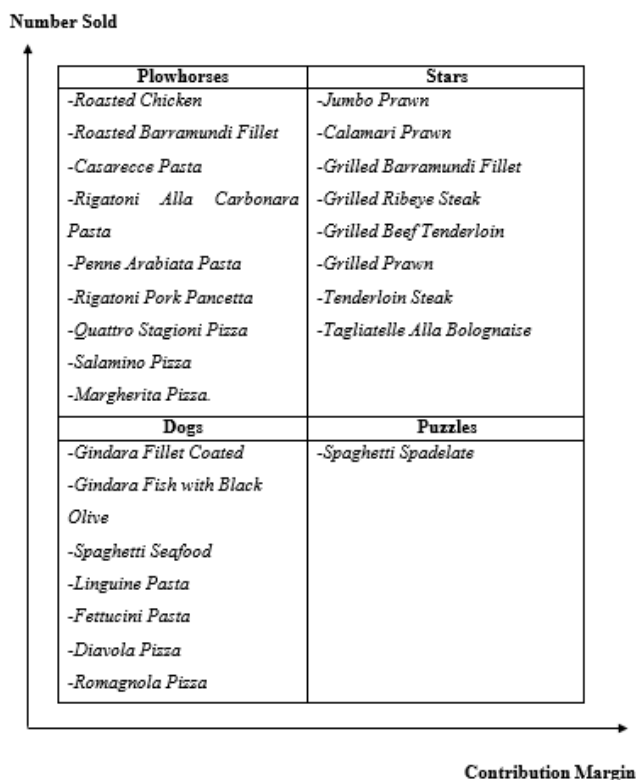
Berdasarkan tabel 4, terdapat 4 klasifikasi menu pada *main course menu* di Prego Restoran. Untuk kategori *Stars*, terdapat 8 *item menu* dengan persentase sebesar 32%. Menu yang termasuk dalam kategori *stars* berarti menu tersebut merupakan menu yang populer dan memberikan keuntungan yang besar. Berikut 8 *item menu* yang termasuk dalam kategori *stars*, yaitu *Jumbo Prawn*, *Calamari Prawn*, *Grilled Barramundi Fillet*, *Grilled Ribeye Steak*, *Grilled Beef Tenderloin*, *Grilled Prawn*, *Tenderloin Steak*, dan *Tagliatelle Alla Bolognese*.

Selanjutnya untuk kategori *Plowhorses*, terdapat 9 *item menu* dengan persentase sebesar 36%. Menu yang termasuk dalam kategori *plowhorses* berarti menu tersebut merupakan menu yang populer tetapi tidak terlalu memberikan keuntungan. 9 *item menu* tersebut adalah *Roasted Chicken*, *Roasted Barramundi Fillet*, *Casarecce Pasta*, *Rigatoni Alla Carbonara Pasta*, *Penne Arabiata Pasta*, *Rigatoni Pork Pancetta*, *Quattro Stagioni Pizza*, *Salamino Pizza*, dan *Margherita Pizza*.

Untuk kategori *Puzzles*, hanya terdapat 1 *item menu* dengan persentase sebesar 4%. Menu yang termasuk dalam kategori *puzzles* berarti menu tersebut merupakan menu yang kurang populer tetapi bisa memberikan keuntungan yang besar. *Item menu* yang termasuk dalam kategori *puzzles* adalah *Spaghetti Spadellate*.

Dan yang terakhir adalah untuk kategori *Dogs* terdapat 7 *item menu* dengan persentase sebesar 28%. Menu yang termasuk dalam kategori *dogs* berarti menu tersebut merupakan menu yang kurang populer dan tidak terlalu memberikan keuntungan. 7 *item menu* yang termasuk dalam kategori *dogs* adalah *Gindara Fillet Coated*, *Gindara Fish with Black Olive*, *Spaghetti Seafood*, *Linguine Pasta*, *Fettucini Pasta*, *Diavola Pizza*, dan *Romagnola Pizza*. Penjelasan di atas dapat dirangkum ke dalam tabel 5

**Tabel 5. Klasifikasi Menu pada Main Course Menu dengan Pendekatan Menu Engineering Pada Prego Restoran  
The Westin Resort Nusa Dua  
Periode Januari s/d Desember 2019**



## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai peningkatan penjualan dengan pendekatan *menu engineering*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai MM (*Menu Mix*) di Prego Restoran periode Januari s/d Desember 2019 adalah sebagai berikut:
  - a. MM (*Menu Mix*) merupakan angka yang mengacu pada kepopuleran atau jumlah terjualnya sebuah menu. Untuk menentukan kategori *menu mix* yaitu dengan cara membandingkan indeks popularitas dengan jumlah terjualnya suatu menu. Indeks popularitas dalam penelitian ini yaitu sebesar 257 porsi.
  - b. Dari 25 *main course menu* yang di analisis, sebanyak 68% atau 17 menu termasuk dalam kategori “**HIGH**” atau menu yang paling diminati. Dan sebanyak 32% atau 8 menu termasuk dalam kategori “**LOW**” atau menu yang kurang diminati.
2. Gambaran mengenai CM (*Contribution Margin*) di Prego Restoran periode Januari s/d Desember 2019 adalah sebagai berikut:
  - a. CM (*Contribution Margin*) merupakan angka yang mengacu pada keuntungan kotor yang diperoleh dari masing - masing menu. Untuk menentukan kategori *contribution margin* yaitu dengan cara membandingkan rata - rata *contribution margin* dengan *contribution margin* yang diperoleh dari masing - masing menu. Rata - rata *contribution margin* dalam penelitian ini yaitu sebesar Rp 175.836,32.
  - b. Dari 25 *main course menu* yang di analisis, sebanyak 36% atau 9 menu termasuk dalam kategori “**HIGH**” atau menu yang mempunyai *contribution margin* tinggi. Dan sebanyak 64% atau 16 menu termasuk dalam kategori “**LOW**” atau menu yang mempunyai *contribution margin* rendah.
3. Hasil klasifikasi menu pada Prego Restoran periode Januari s/d Desember 2019 dengan menggunakan pendekatan *menu engineering* adalah sebagai berikut:
  - a. Dari 25 *main course menu* yang di analisis, sebanyak 32% atau 8 menu termasuk dalam kategori “*stars*”. Sebanyak 36% atau 9 menu termasuk dalam kategori “*plowhorses*”. Sebanyak 4% atau 1 menu termasuk dalam kategori “*puzzles*”. Dan terakhir sebanyak 28% atau 7 menu termasuk dalam kategori “*dogs*”.
4. Upaya yang harus dilakukan pihak manajemen untuk meningkatkan penjualan *main course menu* pada Prego Restoran adalah sebagai berikut:
  - a. Untuk kategori “*stars*” yaitu dengan mempertahankan standar menu dengan tidak mengurangi porsi ataupun komposisi menu dan tetap menjaga kualitas bahan makanan dengan menggunakan bahan - bahan makanan yang segar dan berkualitas tinggi sehingga pelanggan tetap merasa puas dan tingkat penjualan tetap tinggi.
  - b. Untuk kategori “*plowhorses*” yaitu dengan mempertahankan menu dengan tetap menjaga standar dan kualitas menu tetapi mengurangi sedikit porsi seperti pengurangan bahan makanan dari 300 gram menjadi 250 gram agar perubahan tidak terlalu terlihat sehingga dapat meningkatkan kontribusi margin.
  - c. Untuk kategori “*puzzles*” yaitu dengan melakukan perubahan pada tampilan penyajian makanan serta meletakkan menu pada posisi yang strategis di buku menu sehingga lebih menarik perhatian pelanggan.
  - d. Untuk kategori “*dogs*” yaitu dengan melakukan berbagai perubahan komposisi menu mulai dari bahan yang digunakan, proses pengolahan, penyajian menu, hingga nama menu sehingga dapat menarik perhatian pelanggan. Dapat mempertimbangkan penghapusan menu apabila menu dalam kategori “*dogs*” benar - benar tidak bisa memberikan margin kontribusi dan penjualan tetap rendah.

### Saran

- 1) Sebaiknya pihak manajemen Prego Restoran melakukan evaluasi menu dengan pendekatan *menu engineering* secara rutin dan berkala minimal 2 kali dalam 1 tahun agar mengetahui klasifikasi menu dan melakukan upaya yang tepat sebelum terjadi penurunan penjualan yang signifikan.
- 2) Mengatur *food cost* atau pengendalian biaya bahan baku dengan efektif agar dapat meningkatkan *contribution margin* dengan cara mencari *supplier* dengan harga termurah tetapi tidak mengurangi kualitas bahan baku, melakukan negosiasi harga, dan menghindari *order* dalam jumlah kecil.



- 3) Meningkatkan penjualan paket *table manner* pada hari - hari istimewa juga mempunyai peluang besar untuk meningkatkan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arens, Alvin A, and James K. Loebbecke. (2012). *Auditing An Integrated Approach 8<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Bartono S.E. (2005). *Analisis Food Product - Studi Food Cost dan Pedoman Training*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Damanik, Elfina. (2016). *Pemberian Harga Diskon Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Ramayana, Tbk Cabang Pematangsiantar*. Jurnal Manajemen (Vol 5, No 2, hlm 99-106). Universitas Simalungun (USI) Pematangsiantar.
- Dittmer, P. R. (2003). *Principles of Food, Beverage, and Labor Cost Controls (7<sup>th</sup> Edition)*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Dittmer, P. R. & J. Desmond Keefe. (2009). *Principles of Food, Beverage, and Labor Cost Controls (9<sup>th</sup> Edition)*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Garrison, Noreen, & Brewer. (2013). *Akuntansi Manajerial (Edisi 14)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Haryati, 2018. *Analisis Menu A'la Carte Menggunakan Metode Menu Engineering di Restoran Seleriana Hotel The Kana Kuta*. Skripsi. Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional.
- Hidayat, Taufik & Zuliarni, Sri. (2014). *Pengaruh Lokasi Usaha Pada Volume Penjualan (Survei Pada Restoran Kecil di Lingkungan Universitas Riau)*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis (Vol 9, No 2). Universitas Riau.
- Hernowo, Andre. (2014). *Rekayasa Menu di Katumiri Coffee Shop The Travelhotel Cipaganti Bandung*. Jurnal Administrasi Perhotelan (Vol 1, No 2). Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Mertayasa dan Komalawati. (2019). *Analisis Menu Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Coffee Shop Restoran Puri Saron Denpasar - Bali*. Jurnal Manajemen (Vol 14, No 2, hlm 155-167). Universitas Dhyana Pura.
- Mulyadi dan Puradiredja. (2012). *Auditing Edisi ke - 6*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Sani, Susi Nurul. (2015). *Analisis Penerapan Menu Engineering Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di Restoran The Centrum*. Skripsi Dipublikasikan. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Suarsana, Nyoman. (2007). *Pengendalian Biaya Departemen F&B di Perhotelan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryawati dan Osin. (2019). *Analisis Menu Untuk Menentukan Strategi Bauran Pemasaran Pada Bunut Café di Hotel White Rose Legian Kuta*. Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel (Vol 3, No 1, hlm 29-35). Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy dkk. (2008). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wiyasha, I.B.M. (2011). *F&B Cost Control*, Edisi 2. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Zulkarnain. (2012). *Ilmu Menjual (Pendekatan Teoritis & Kecakapan Menjual) Edisi 1 Cetakan ke - 1*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/21/jumlah-wisatawan-asing-ke-bali-menurut-bulan-1982-2019.html> (diakses pada 31 Januari 2020, 18:35)
- Swandana. (2011). *Rekayasa Menu*. (Online) Tersedia: <http://lihataku-swandana.blogspot.com/2011/08/rekayasa-menu.html> (diakses pada 5 Januari 2020, 17:40)