

ANALISIS *MENU ENGINEERING* DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN MAKANAN DI DEUS CAFE CANGGU, KUTA UTARA BALI

Putu Evi Suryani, Pondang Polikarpus Nainggolan, I Putu Bagus Suthanaya
Universitas Triatma Mulya

ABSTRACT

This research is menu engineering analysis in an effort to increase food sales at Deus Cafe Canggu. The formulation of the problem raised in this study is how to apply menu engineering analysis, how to analyze menu based on menu engineering, and how to strategy in increasing food sales at Deus Cafe Canggu. This research was conducted using qualitative data and quantitative data sourced from primary data obtained from interviews and observations, as well as secondary data obtained from companies in the form of menu lists, selling prices, food costs, and history of sales. The analysis method used in this study is menu engineering and the object under study is the type of salad dish, main course, light meals, and kids menu. Based on the results of the analysis carried out, it can be concluded that there are 8 items (26.67%) types of dishes for the star group, 10 items (33.33%) types of dishes for the plowhorse group, 6 items (20.00%) types of dishes for the puzzle group, and 6 items (20.00%) types of dishes for the dog group. The decisions and follow-up actions taken by management in increasing food sales are maintaining the quality and selling price of food for the star group, controlling food costs and increasing the selling price of food for the plowhorse group, revising the menu and promoting for the puzzle group, evaluating the menu and deleting the menu. for the dog group.

Keywords: Menu Engineering, Increase Food Sales

PENDAHULUAN

Menurut badan pusat statistik provinsi Bali mengenai jumlah restoran dan rumah makan yang ada di kawasan kabupaten/kota Badung pada tahun 2021 yaitu 728 restoran yang saling berlomba dan bersaing dalam menyajikan kepuasan kepada para pelanggannya.

Salah satu restoran yang ada di

Kabupaten Badung ialah Deus Cafe yang mengusung konsep *retail, galery, dan office*. Deus Cafe sendiri menjual semua jenis menu masakan, tidak spesifik ke salah satu jenis masakan (*cuisine*) dikarenakan Deus Cafe bukanlah *speciality restaurant*. Menu merupakan sebuah daftar makanan dan minuman yang disertai dengan harga

dan penjelasan secara singkat tentang pengolahannya yang disajikan untuk tamu yang datang ke restoran.

Jumlah menu makanan yang ada di Deus Cafe ada 30 menu yaitu: a) Jenis hidangan *salad*: *Chicken Avocado Salad, Beef Salad, Deus Buddha Bowl, Quinoa & Broccoli Salad, Tuna Salad*; b) Jenis hidangan *main course*: *Nasi Goreng Kampung, Pad Thai, Fish & Chips, Creamy Chicken Pasta, Beef Pad Thai, Tuna Teriayaki Steak, Thai Basil Beef, Pad Thai Chicken, Aop Spaghetti, Grilled Asian Sirloin Steak*; c) jenis hidangan *Light Meals*: *Pizza Meat Lover, Pizza Margherita, Pizza Chicken, Pizza Vegetarian, Pizza Hawaiian, Deus burger, Chicken burger, Falafel wrap, Deus club sandwich, Chicken wrap, Fish burger*; d) jenis hidangan *Kids Menu*: *Fish and kids, Nasi goreng kids, Mini margerita Pizza kids, Chicken and greens kids*.

Tetapi ditemukannya keinginan dan kebutuhan tamu berubah-ubah terhadap makanan yang dikonsumsi, sehingga berpengaruh terhadap kepopuleran menu makanan yang ada di Deus Cafe dan menyebabkan

penurunan tingkat penjualan. Seharusnya sebuah menu menekankan pada keinginan dan selera tamu, di lain pihak menu juga harus dapat memberi keuntungan bagi perusahaan. Serta ada faktor lain yang mempengaruhi tingkat penjualan yaitu kualitas produk, pelayanan, promosi dan harga jual.

Berdasarkan observasi awal, penjualan makanan Deus Cafe yang terjadi pada periode Oktober 2021 – Maret 2022 mengalami fluktuasi atau ketidakseimbangan penjualan yang dikarenakan adanya pandemi Covid-19, sehingga restoran harus melewati masa transisi keadaan dari sepiunya pelanggan menjadi ramainya pelanggan yang datang berbelanja. Oleh karena itu pengelola restoran harus melakukan analisis menu. Analisis menu berfungsi untuk memeriksa apakah produk-produk yang ditawarkan dalam menu tersebut sudah memiliki daya tarik yang kuat sehingga menu tersebut dapat meningkatkan penjualan makanan dan memberi keuntungan.

Dalam meningkatkan volume penjualan makanan, keputusan dan tindak lanjut yang diambil harus

disesuaikan dengan masalah masing-masing menu. Tindakan-tindakan yang paling sering dilakukan untuk memperbaiki volume penjualan yaitu mengurangi porsi, meningkatkan harga jual, dan memperketat biaya operasional. Tindakan tersebut merupakan tindakan yang paling populer dilakukan untuk keluar dari permasalahan. Namun tanpa disadari hal ini memiliki potensi yang kuat untuk mempengaruhi pelanggan, sehingga salah satu risikonya adalah tidak meningkatnya volume penjualan.

Maka diperlukanlah metode untuk menyelesaikan permasalahan itu, metode yang tepat yaitu analisis *menu engineering*. *Menu Engineering* secara berkala mampu memberikan gambaran keputusan untuk menyusun strategi berdasarkan hasil penjualan makanan yang sudah terjadi dalam kurun waktu tertentu. Sehingga dapat mengetahui solusi keputusan dan tindak lanjut yang harus dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan makanan selanjutnya.

Adapun tujuan penelitian dilakukan untuk memperoleh hasil gambaran sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai penerapan analisis *Menu Engineering* di Deus Cafe Canggü.
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai analisis menu berdasarkan *Menu Engineering* di Deus Cafe Canggü.

Untuk memperoleh gambaran mengenai strategi dalam meningkatkan penjualan makanan di Deus Cafe Canggü

LANDASAN TEORI

Manajemen Menu

Menurut Wiyasha (2007:214) manajemen menu merupakan salah satu cara manajemen untuk memberikan pendapatan yang berarti bagi hotel atau restoran. Manajemen menu bertujuan agar harga pokok makanan dapat dikendalikan dan margin kontribusi makanan dapat dioptimalkan dengan menganalisis kinerja penjualan makanan. Kemudian Wiyasha (2006:136) menambahkan pendekatan manajemen menu yang dapat dipergunakan yaitu:

1. Pendekatan Matriks

Ada tiga metode manajemen menu dengan pendekatan matriks:

- a. Pendekatan margin kontribusi dan popularitas setiap makanan, disebut dengan *Menu Engineering* yang dikembangkan oleh Kasavana dan Smith (1982).
- b. Pendekatan persentase harga pokok makanan dan popularitas setiap makanan, metode ini dikembangkan oleh Miller (1980).
- c. Pendekatan margin kontribusi rerata tertimbangan dan persentase harga pokok makanan yang lazim disebut dengan analisis margin harga pokok (*Cost Margin Analysis* = CMA), metode ini dikembangkan oleh Pavesic (1983).

2. Pendekatan Non–Matriks

Manajemen menu dengan pendekatan non–matriks merupakan interaksi dari margin kontribusi, volume penjualan, harga jual, dan persentase beban tetap setiap jenis makanan yang ditawarkan dalam menu. Hasil interaksi dari variabel tersebut merupakan indeks yang dihasilkan oleh setiap jenis makanan yang ditawarkan pada menu. Pendekatan ini disebut

dengan *Goal Value Analysis*, yang dikembangkan oleh Hayes dan Huffman (1985).

Menu Engineering

Menurut Kasavana (dikutip oleh Sudiara, 2000:47) menu engineering adalah serangkaian proses yang digunakan oleh manajemen untuk mengevaluasi keadaan menu sekarang dan masa yang akan datang menyangkut harga, desain dan isi menu tersebut.

Menurut Hubeis dan Banuhapsari (2001:133) menu engineering adalah suatu proses bertahap yang didesain untuk membantu manajemen dalam mengevaluasi harga menu saat ini dan saat mendatang, komposisi menu dan merancang keputusan mengenai harga dan menu.

Menurut Wiyasha (2006:118) dalam pendekatan *Menu Engineering* yang menjadi penekanan penelitian adalah margin kontribusi dan tingkat popularitas suatu item menu. Untuk menentukan tingkat popularitas suatu item menu diterapkan formula berikut:

$$\text{Tingkat Popularitas} = 70\% \times \frac{1}{n}$$

Untuk menentukan margin kontribusi setiap item menu, formula yang diterapkan sebagai berikut:

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{harga jual} - \text{harga pokok makanan}$$

Suatu item menu berada pada kategori margin kontribusi tinggi bila margin kontribusi item menu tersebut lebih tinggi daripada margin kontribusi rerata. Sebaliknya bila margin kontribusi suatu item menu lebih rendah daripada margin kontribusi rerata, item tersebut berada pada margin kontribusi rendah.

Pada sisi popularitas, suatu item menu berada pada kategori popularitas tinggi bila volume penjualan lebih besar daripada $70\% \times \frac{1}{n}$ formula di atas. Sebaliknya bila volume penjualan lebih kecil daripada $70\% \times \frac{1}{n}$, maka item menu yang bersangkutan berada pada kategori popularitas rendah. Dengan dua variabel tersebut maka didapat empat klasifikasi menu:

Klasifikasi Menu *engineering*

Klasifikasi Menu	Syarat yang harus dipenuhi
<i>Star</i>	Margin kontribusi tinggi, popularitas tinggi
<i>Plowhorse</i>	Margin rendah, kontribusi tinggi, popularitas tinggi
<i>Puzzle</i>	Margin kontribusi tinggi, popularitas rendah
<i>Dog</i>	Margin rendah, kontribusi rendah, popularitas rendah

Sumber: *F&B Cost Control*, Wiyasha 2006

Penjualan Makanan

Menurut Simamora (2000:24) penjualan adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa.

Menurut Swastha (2001:8) penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Kotler (2006:457) penjualan dapat diartikan sebagai sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan dipenuhi melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan.

Tabel 2.1

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Volume penjualan adalah total penjualan barang atau jasa yang dihitung selama satu periode. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan:

1. Faktor kualitas produk

Turunnya mutu produk dapat mempengaruhi volume penjualan, jika produk yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasa kecewa sehingga berpaling kepada produk lain yang mutunya lebih baik.

2. Faktor selera konsumen

Selera konsumen tidak tetap dan dapat berubah setiap saat, bilamana selera konsumen terhadap produk-produk yang diperjualkan berubah maka volume penjualan akan menurun.

3. Faktor pelayanan terhadap pelanggan

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha untuk memperlancar penjualan produk. Dengan adanya pelayanan yang baik terhadap para

pelanggan, maka dapat meningkatkan volume penjualan dengan mudah.

4. Faktor persaingan menurunkan harga jual

Ketika pelanggan diberikan potongan harga dengan tujuan agar penjualan dan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dari sebelumnya

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan kuantitatif yang bersumber dari data primer yang didapat dari hasil wawancara dan observasi. Serta data sekunder berupa dokumen-dokumen yang didapat dari perusahaan yaitu daftar menu, *selling price*, *food cost*, dan *history of sales*.

Teknik analisis *menu engineering* merupakan serangkaian proses yang digunakan oleh manajemen untuk mengevaluasi keadaan menu sekarang dan masa yang akan datang. Adapun langkah-langkah di dalam menganalisis menu adalah sebagai berikut:

1. Langkah pertama

Mengidentifikasi menu. Tuliskan semua nama dari pada menu yang sejenis yang muncul dari daftar menu.

2. Langkah kedua

Mencatatkan jumlah porsi makanan

yang terjual dari masing-masing menu, ini kemudian disebut “*Menu Mix*”.

3. Langkah ketiga

Menghitung proporsi *menu mix*. Setiap jumlah porsi yang terjual dibagi dengan total keseluruhan porsi makanan yang terjual, yang menghasilkan persentase menu mix (*Menu Mix Percentage/MM%*).

Rumus:

$$MM \% = \frac{\text{Menu Item Sales}}{\text{Total Number Sold}} \times 100\%$$

4. Langkah keempat

Menentukan atau mencantumkan harga pokok makanan.

5. Langkah kelima

Mencatatkan harga jual menu. Harga jual ini diambil dari harga makanan yang tercantum pada daftar menu.

6. Langkah keenam

Menghitung item margin kontribusi (CM). Margin kontribusi dari setiap menu didapat dari hasil pengurangan harga jual makanan dengan harga pokok makanan.

Rumus:

$$CM = \text{Selling Price} - \text{Food Cost}$$

7. Langkah ketujuh

Menentukan *Total Contribution Margin* untuk semua menu,

sebelum mendapatkan *Contribution Margin* ini yang harus dilakukan adalah mencari total harga pokok makanan dan total penjualan untuk semua menu.

a. $\text{Total Food Cost} = \text{Menu Mix} \times \text{Food Cost per Portion}$

b. $\text{Total Revenue} = \text{Menu Mix} \times \text{Selling Price}$

c. $\text{Total Contribution Margin} = \text{Total Revenue} - \text{Total Food Cost}$

8. Langkah kedelapan

Menentukan kategori margin kontribusi (CM *category*) masing-masing menu. Kategori CM dari setiap menu ditetapkan menjadi *High* atau *Low* tergantung dari pencapaian “angka rata-rata yang dihitung dengan jalan membagi *Total CM* seluruh menu dengan total jumlah porsi terjual dari seluruh menu (*Total MM*).

Rumus:

$$\text{Average CM\%} = \frac{\text{Total Menu CM}}{\text{Total Menu Mix}} \times 100\%$$

Hasilnya dapat berupa:

- a. CM% Tinggi > CM% Rata-rata
- b. CM% Rendah < CM% Rata-rata

Catatan:

- CM% Tinggi : berarti menu tersebut menguntungkan

CM% Rendah : berarti menu tersebut kurang menguntungkan

9. Langkah kesembilan

Mengkategorikan persentase *menu mix* (MM%). Kategori tinggi atau rendah tergantung dari nilai MM% yang didapatkan. Pencapaian nilai ditentukan dengan penambahan 70% dibagi jumlah menu yang bersaing (1/N).

Rumus:

$$\text{Average MM\%} = \frac{1}{n} \times 70\%$$

Hasilnya dapat berupa:

- a. MM% Tinggi > MM% Rata-rata
- b. MM% Rendah < MM% Rata-rata

Catatan:

- MM% Tinggi : berarti menu tersebut populer
- MM% Rendah : berarti menu tersebut kurang populer

10. Langkah kesepuluh

Menentukan kategori masing-masing menu. Kategori “*Menu Mix Percentage*” atau MM% dan kategori “*Contribution Margin*” atau CM digunakan untuk menentukan kategori menu menjadi:

1. *Star* (bintang) : Tinggi MM%
- Tinggi CM
2. *Plowhorse* (kuda) : Tinggi MM%
- Rendah CM

3. *Puzzle* (teka-teki): Rendah MM%
- Tinggi CM

4. *Dog* (anjing): Rendah MM% -
Rendah CM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Analisis Menu Engineering di Deus Cafe

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Head Chef* dan *Operation Manager*, menyatakan bahwa penerapan analisis *menu engineering* sudah diterapkan dari awal Deus Cafe buka tetapi pada Oktober 2021 – Maret 2022 belum dilakukan dikarenakan pada periode tersebut terjadi ketidakseimbangan penjualan yang dikarenakan adanya pandemi Covid-19, sehingga restoran harus melewati masa transisi dari pandemi Covid-19 yang menyebabkan penjualan makanan tidak berjalan dengan lancar dimana sepiunya tamu yang datang. Maka menu akan diganti atau diubah berdasarkan pertimbangan yang dilihat dari tingginya *food cost* dan popularitas item menu. Adapun pengurangan menu yang tidak populer dilakukan untuk menghindari pembusukan dan pembuangan bahan baku, sehingga penggunaan bahan baku satu item menu dapat dijadikan untuk banyak menu.

Analisis Menu Berdasarkan Menu Engineering di Deus Cafe

Analisis *menu engineering* yang diteliti disesuaikan dengan jenis hidangannya seperti *Salad, Main course, Light Meals, Kids Menu*. Berikut hasil analisis menu dengan menggunakan *menu engineering worksheet* dengan bantuan *microsoft excel*, menu dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Kelompok *Star*

Kelompok bintang (*star*) merupakan jenis makanan yang memiliki tingkat popularitas tinggi (H) serta memiliki margin kontribusi yang tinggi (H) juga. Dari 30 menu makanan yang dianalisis, terdapat 8 item menu yang tergolong *star* dengan persentasenya:

$$8 : 30 \times 100\% = 26,67\%.$$

2. Kelompok *Plowhorse*

Jenis makanan yang berada dalam kelompok kuda (*plowhorse*) memiliki tingkat popularitas yang tinggi (H) tetapi memiliki margin kontribusi yang rendah (L). Dari 30 menu makanan yang dianalisis, 10 item menu yang tergolong *plowhorse* dengan persentasenya:

$$10 : 30 \times 100\% = 33,33\%.$$

3. Kelompok *Puzzle*

Jenis makanan yang berada dalam kelompok teka-teki (*puzzle*) memiliki tingkat popularitas yang rendah (L) tetapi memiliki margin kontribusi yang tinggi (H). Dari 30 menu makanan yang dianalisis, 6 item menu yang tergolong *puzzle* dengan persentasenya:

$$6 : 30 \times 100\% = 20,00\%$$

4. Kelompok *Dog*

Kelompok anjing (*dog*) merupakan jenis makanan yang tingkat popularitasnya rendah (L) dan memiliki margin kontribusi yang rendah juga (L). Dari 30 menu makanan yang dianalisis, 6 item menu yang tergolong *dog* dengan persentasenya:

$$6 : 30 \times 100\% = 20,00\%$$

Dari hasil analisis menu pada Deus Cafe tersebut, maka selanjutnya akan diringkas dengan menggunakan matriks analisis *menu engineering* yang berfungsi untuk mempermudah dalam memahami hasil analisa menu, sebagai berikut:

Tabel 4.1

Matriks Hasil Analisis Menu

**Engineering Pada Deus Cafe Periode
Oktober 2021 – Maret 2022**

PLOWHORSE

Salad : Beef Salad
Deus Buddha Bowl
Main course : Nasi Goreng Kampung
Pad Thai
Creamy Chicken Pasta
Light Meals : Pizza Meat Lover
Pizza Margherita
Pizza Chicken
Falafel wrap
Kids Menu : Fish and kids

DOG

Salad : Tuna Salad
Main course : Thai Basil Beef
Pad Thai Chicken
Aop Spaghetti
Light Meals : Pizza Hawaiian

Kids Menu : Chicken and greens kids

STAR

Salad : Chicken Avocado Salad
Main course : Fish & Chips
Beef Pad Thai
Tuna Teriyaki Steak
Light Meals : Deus burger
Chicken burger

Kids Menu : Nasi goreng kids
Mini margerita pizza kids

PUZZLE

Salad : Quinoa & Broccoli Salad
Main course : Grilled Asian Sirloin
Steak
Light Meals : Pizza Vegetarian

Deus club sandwich
Chicken wrap
Fish burger

Kids Menu : -

Sumber: Deus Cafe (data diolah), 2022

Dilihat dari hasil analisis di atas, berikut keputusan dan tindak lanjut dari masing-masing kelompok menu:

1. Kelompok *Star*

Dari hasil wawancara dengan *Head Chef* dan *Operation Manager*, keputusan yang diambil dalam klasifikasi menu *star* sudah tepat terbukti dari jawaban kedua narasumber yaitu menu dalam kategori *star* akan tetap dipertahankan sehingga dalam meningkatkan penjualan sangat mudah, dikarenakan item menu dalam kategori *star* ini sangat populer dan dapat memberikan margin kontribusi yang sangat tinggi.

Maka tindak lanjut yang dilakukan oleh *Head Chef* yaitu mempertahankan harga jual serta kualitas, rasa, dan penampilan makanan tersebut sesuai dengan standar resep, sehingga dapat memuaskan keinginan tamu. Disamping itu menaikkan harga

jual juga dapat dipertimbangkan bilamana permintaan lebih besar dari penawaran yang ada, sehingga menu kategori *star* ini dapat meningkatkan pendapatan restoran dan mampu menagung kenaikan biaya operasional.

2. Kelompok *Plowhorse*

Dari hasil wawancara dengan *Head Chef* dan *Operation Manager*, keputusan yang diambil dalam klasifikasi menu *plowhorse* sudah tepat terbukti dari jawaban kedua narasumber yaitu menu dalam kategori *plowhorse* tetap dipertahankan dan harganya dinaikan secara perlahan. Dilihat juga beberapa pertimbangan dari cost item menu tersebut, kemungkinan ada pengaruh tingginya cost sehingga margin kontribusi yang didapatkan rendah, maka perlu dilakukan pengawasan dan pengendalian food cost.

Sebagai contoh item menu Deus Buddha Bowl yang mana popularitasnya tinggi tetapi margin kontribusi yang didapat rendah yang disebabkan cost dari bahan tinggi. Maka tindak lanjut yang

dilakukan oleh *Head Chef* yaitu mengganti supplier dengan pertimbangan harga bahan baku yang paling rendah, kualitas bahan baku yang baik sesuai dengan standar dan menaikkan harga jual makanan dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan restoran.

3. Kelompok *Puzzle*

Dari hasil wawancara dengan *Head Chef* dan *Operation Manager*, keputusan yang diambil dalam klasifikasi menu *puzzle* sudah tepat terbukti dari jawaban kedua narasumber yaitu menu dalam kategori *puzzle* tetap dipertahankan dan harganya diturunkan secara perlahan, dilihat juga dari ulasan pelanggan yang kemungkinan harga jual dengan item menu tidak sepadan. Maka tindak lanjut yang dilakukan oleh *Head Chef* yaitu mengambil tindakan merevisi menu

kategori *puzzle* mulai dari merevisi harga jual, kualitas, rasa dan penampilan makanan tersebut, kemudian mengubah nama makanan yang mana dapat mempengaruhi tingkat

popularitasnya serta melakukan promosi dan menjadikan rekomen menu untuk pelanggan.

4. Kelompok *Dog*

Dari hasil wawancara dengan *Head Chef* dan *Operation Manager*, keputusan yang diambil dalam klasifikasi menu *dog* sudah tepat terbukti dari jawaban kedua narasumber yaitu menu dalam kategori *dog* tetap dipertahankan karena masih ada tamu yang mencari menu tersebut, untuk menghindari kerugian menu dibatasi agar biaya operasional tidak menjadi besar.

Maka tindak lanjut yang dilakukan oleh *Head Chef* yaitu mengevaluasi menu melalui tingkat penjualan dan margin kontribusinya apakah nanti menu kategori *dog* bisa menjadi *star* atau tidak. Jika ada alternatif menu lain, maka menu kategori *dog* dapat dihapus dan diganti dengan item menu tersebut yang mempergunakan bahan baku yang sama dengan tingkat penjualan dan margin kontribusi yang tinggi.

Strategi Meningkatkan Penjualan Makanan di Deus Cafe

Pihak manajemen mempunyai beberapa strategi yang diterapkan dalam meningkatkan penjualan makanan sehingga pendapatan restoran menjadi meningkat secara signifikan dan mampu bersaing dengan para pesaing lain di sekitar wilayah tempat usaha. Adapun strategi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Deus Cafe memberikan promo breakfast dan lunch seharga Rp 50.000,- mulai dari jam 08.00 am – 15.00 pm dimana ini merupakan strategi marketing pada masa pandemi Covid-19. Fungsi promo ditawarkan agar dapat mendorong minat pembeli baru dan pelanggan terhadap sebuah produk yang ditawarkan, meningkatkan penjualan, mencapai target penjualan, meningkatkan reputasi restoran.
2. Deus Cafe menyelenggarakan beberapa *event* setiap minggunya dengan tujuan menarik konsumen untuk datang dan berbelanja. Dengan memiliki sejumlah strategi *event marketing* yang baik,

perusahaan dapat membuat ramalan penjualan dari dalam (*Internal Sales Forecast*) serta dapat memproyeksi jumlah penjualan mingguan yang diharapkan. Dengan memperhatikan produk-produk yang akan dijual sesuai dengan hasil analisis *menu engineering* yang didapat. Berikut beberapa *event* yang diselenggarakan setiap minggunya:

- a. Setiap hari senin diadakan *Russian quiz*.
- b. Setiap hari selasa diadakan *Taco & Tattuesday*, adapun promo yang ditawarkan yaitu *Tacos*.
- c. Setiap hari rabu diadakan *Bali's Industry Night*.
- d. Setiap hari kamis diadakan *Axe Throwing*, adapun promo yang ditawarkan yaitu *Deus Burger and Beer*.
- e. Setiap hari jumat diadakan *Comedy Night*, adapun promo yang ditawarkan yaitu *Steak and Wine*.
- f. Setiap hari sabtu diadakan *French Connections*, adapun promo yang ditawarkan yaitu *2 for 1 Pizza*.

g. Setiap hari minggu diadakan *Sunday Session*.

3. Deus Cafe juga bekerjasama dengan grup *tour & travel* yang ada di bali seperti *Intro Travel*, *Lapoint*, dan *Dojo Community*, karena dengan adanya kerjasama tersebut restoran bisa menjual makanan dan minuman dengan mudah dan cepat. Kerjasama ini dilakukan untuk tujuan meningkatkan pendapatan dan sebagai media promosi restoran, sehingga Deus Cafe dapat bertahan dan berkembang ditengah pasar yang sangat kompetitif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan analisis Menu Engineering di Deus Cafe pada Oktober 2021 – Maret 2022 belum dilakukan sebab terjadi ketidakseimbangan penjualan yang dikarenakan pandemi Covid-19, menyebabkan penjualan makanan tidak berjalan dengan lancar, menu akan diganti atau diubah berdasarkan pertimbangan tingginya food cost dan popularitas

menu tersebut untuk menghindari pembusukan dan pembuangan bahan.

2. Berdasarkan analisis menu di Deus Cafe dengan metode *menu engineering*, dari 30 item menu yang dianalisis maka dapat di kelompokkan menjadi empat kategori yaitu:

a. Kategori *Star* sebanyak 8 makanan (26,67%)

Kelompok *star* merupakan jenis makanan yang memiliki tingkat popularitas tinggi (H) serta memiliki margin kontribusi yang tinggi (H). Maka pihak manajemen akan tetap mempertahankan kualitas dan harga jual makanan karena mampu menanggung kenaikan biaya operasional.

b. Kategori *Plowhorse* sebanyak 10 makanan (33,33%)

Kelompok *Plowhorse* merupakan jenis makanan yang memiliki tingkat popularitas yang tinggi (H) tetapi memiliki margin kontribusi rendah (L). Maka pihak manajemen akan melakukan pengawasan dan

pengendalian *food cost* serta menaikkan harga jual secara perlahan sehingga dapat meningkatkan pendapatan restoran.

c. Kategori *Puzzle* sebanyak 6 makanan (20,00%)

d. Kelompok *Puzzle* merupakan jenis makanan yang memiliki tingkat popularitas yang rendah (L) tetapi memiliki margin kontribusi yang tinggi (H). Maka pihak manajemen akan merevisi menu dan menurunkan harga jual serta melakukan promosi.

e. Kategori *Dog* sebanyak 6 makanan (20,00%)

Kelompok *Dog* merupakan jenis makanan yang tingkat popularitas rendah (L) dan margin kontribusi rendah (L). Maka pihak manajemen akan melakukan evaluasi menu dan menghapus menu kategori *dog* untuk menghindari kenaikan biaya operasional.

3. Strategi Meningkatkan Penjualan Makanan di Deus Cafe

Dengan mengetahui promo-promo dan *event marketing* serta

kerjasama dengan perusahaan *tour* dan *travel*, pihak manajemen dapat membuat ramalan penjualan dari dalam (*Internal Sales Forecast*) serta dapat memproyeksi jumlah penjualan mingguan yang diharapkan. Dengan memperhatikan produk-produk yang akan dijual sesuai dengan hasil analisis *menu engineering* yang didapat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka berikut saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada pihak manajemen Deus Cafe, yakni:

1. Penerapan analisis *menu engineering* di Deus Cafe harus selalu dilakukan dengan komitmen yang tinggi untuk mengetahui kinerja penjualan setiap menu makanan yang Deus Cafe sajikan kepada konsumen. Analisis *menu engineering* dapat dilakukan dalam kurun waktu enam bulan sekali sehingga dapat mencegah penurunan volume penjualan.
2. *Head chef* dapat membuat *special menu for event* menggunakan hasil analisis *menu engineering* dengan

item menu kategori *puzzle* dan *dog* sehingga dapat meningkatkan popularitas dan margin kontribusi dari item menu tersebut. Jika penjualannya mampu diperbaiki maka item menu tersebut masih layak untuk dipertahankan, jika tidak item menu tersebut dapat dihapus.

3. Strategi dalam upaya meningkatkan penjualan makanan di Deus Cafe
 - a. Menjaga kualitas makanan
 - b. Melakukan promosi
 - c. Memberikan pelayanan terbaik
 - d. Memberikan promo dan diskon

DAFTAR PUSTAKA

- Banuhapsari, Sindi A dan M. Hubeis. 2001. "Penerapan Teknik Penyusunan Menu di Restoran Bengawan Solo Hotel Sahid Jaya Jakarta". Dalam *IPB Repository*. Vol. XII No. 2. Hal: 133-140. Bogor: FATETA Institut Pertanian Bogor.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- , 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Etzel, Stanton dan Walker. 2004. *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV alfabet.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Edisi Kesebelas. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kustiawan. 2013. "Analisis Foods and

- Beverages Costing Pada Tomo Ramen Restaurant Dengan Pendekatan Matriks”. Dalam *Jurnal Umrah*. Vol. XIV No. 3. Hal: 1-25. Riau: FE Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Marsum W.A. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mertayasa Agus, I Gede dan Komalawati. 2012. *Food and Beverage Service Operational*. Yogyakarta: Andi Offset.
- , 2019. “Analisis Menu Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Coffee Shop Restoran Puri Saron Denpasar Bali”. Dalam *Jurnal Undhira..* Vol. XIV No. 2. Hal: 155-167. Badung: FE Universitas Dhyana Pura.
- Nurul Sani, Susi. 2015. “Analisis Penerapan *Menu Engineering* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di Restoran The Centrum”. *Skripsi* (diterbitkan). Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Saputra, Ivan dan Aditya Pangestu. 2007. “Analisis Menu Engineering Di Boncafe Restaurant Surabaya”. Dalam *Petra Repository*. Surabaya: FP Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Sihite, Richard. 2000. *Food Product (Dasar-Dasar Tata Boga)*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Soekresno. 2000. *Management Food and Beverage, Service Hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sudiara, Bagus Putu. 2000. *Tata Boga*. Jakarta: Dirjen Dikdaspen.
- Sugiarto, Endar dan Sri Sulartiningrum. 2001. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: Gramedia.
- Tumpuan, Adiguna. 2021. “Penerapan Sistem Menu Engineering Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Menu di Restoran Bintang Inti Executive Village Clubhouse”. Dalam *Jurnal UGM*. Vol. V No. 1. Hal: 60-73. Bandung: FP Universitas Gajah Mada.
- Wahyu Putri, Suharyanti. 2015. “Strategi Berbasis *Menu Engineering* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Menu *Dessert* Di The Rooses Restaurant The Amaroossa Hotel Bandung”. *Skripsi* (diterbitkan). Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Wiyasha, I.B.M. 2006. *F&B Cost Control untuk Hotel dan Restoran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.