



**PENERAPAN SISTEM MENU ENGINEERING DALAM UPAYA
MENGKLASIFIKASIKAN MENU PADA SOLUSI COFFEE & RESTO KOTA BATAM**

Oleh

Susilawati¹, Arina Luthfini Lubis^{2*}, Eva Amalia³, Agung Arif Gunawan⁴

^{1,3,4}Prodi Manajemen Kuliner; Politeknik Pariwisata Batam, Batam

²Prodi Manajemen Divisi Kamar; Politeknik Pariwisata Batam, Batam

Email: ¹susiilawatii2003@gmail.com, ^{2*}a.luthfinilubis@gmail.com, ³eva@btp.ac.id,
agung@btp.ac.id

Abstrak

Solusi Coffee & Resto Batam adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang pelayanan pangan (makanan dan minuman) dengan mengusung konsep instagramable, solusi berusaha menarik pelanggan dari semua usia dan memberi mereka kesempatan untuk bersantai. Saat ini Solusi sedang mengalami penurunan pengunjung, oleh sebab itu peneliti melakukan evaluasi terhadap menu yang ditawarkan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui klasifikasi pada suatu menu yang menggunakan teori Menu Engineering dan studi kualitatif yang menggunakan analisis deskriptif. Teori Menu Engineering terdiri dari dua variabel yaitu Tingkat Popularitas dan Kontribusi Marjin. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan melakukan observasi secara langsung dan wawancara terhadap pihak manajemen Solusi Coffee & Resto. Berdasarkan dua variabel terbagi menjadi empat klasifikasi yang terdiri dari Star, Plowhorse, Puzzle, Dog. Dari 60 item menu makanan di Solusi Coffee & Resto yang termasuk dalam kelompok Star sebanyak 22 item menu dengan persentase 36,67%, kelompok Plowhorse sebanyak 15 item menu dengan persentase 25,00%, kelompok Puzzle sebanyak 15 item menu dengan persentase 25,00%, dan kelompok Dog terdiri dari 8 item menu dengan persentase 13,33%.

Kata Kunci: *Restoran, Menu Engineering, Tingkat Popularitas, Kontribusi Marjin, Klasifikasi Menu.*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang selalu diiringi dengan berkembangnya industri perhotelan, tempat wisata dan tempat makan atau restoran dan kafe [1]. Di seluruh dunia manusia pasti membutuhkan makanan dan minuman sebagai sumber kebutuhan pokok kehidupan, oleh sebab itu muncul ide bisnis yang menjanjikan untuk didirikan yaitu bisnis kuliner, salah satunya seperti yang telah banyak kita jumpai yaitu restoran dan kafe. Restoran atau kafe merupakan tempat yang menyediakan layanan makanan dan minuman, hal ini sangat berkaitan dengan kebutuhan pangan manusia untuk berlangsung hidup. Menurut [2] Suatu restoran harus mempertimbangkan lokasinya karena ini

sangat berpengaruh terhadap kelancaran suatu usaha. Restoran yang baik adalah yang bisa memberikan rasa aman nyaman dan kepuasan terhadap menu yang ditawarkan. Dalam dunia bisnis, restoran akan memperoleh keuntungan melalui hasil dari makanan dan minuman yang ditawarkan kepada pelanggan [3].

Dalam era persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif, penerapan strategi yang tepat dalam pengelolaan menu menjadi sangat penting. Salah satu strategi yang kini banyak diterapkan oleh restoran dan bisnis kuliner adalah *menu engineering*, pendekatan yang tidak hanya berfokus pada pengoptimalan keuntungan melalui pemilihan dan penataan menu, tetapi juga berpotensi meningkatkan



.....
kualitas makanan yang ditawarkan kepada konsumen. Namun, sebagian besar penelitian yang ada saat ini cenderung hanya membahas manfaat *menu engineering* dari segi profitabilitas dan efisiensi operasional. Sebagai contoh, penelitian oleh [4] menunjukkan bahwa *menu engineering* berhasil meningkatkan keuntungan restoran, tetapi tidak mengkaji dampaknya terhadap kualitas menu makanan secara komprehensif. Hal ini menimbulkan kesenjangan penelitian, terutama terkait bagaimana *menu engineering* dapat berperan dalam meningkatkan kualitas rasa, presentasi, dan kandungan nutrisi dari makanan yang disajikan. Akibatnya, penelitian lebih lanjut diperlukan tentang bisnis kuliner kecil-menengah.

Terakhir, preferensi pelanggan belum banyak dibicarakan dalam *menu engineering*, dimana studi sebelumnya belum mengaitkan secara mendalam bagaimana tanggapan pelanggan tentang perbaikan menu, khususnya terkait kualitas makanan, dapat mempengaruhi kesuksesan strategi ini. Selera dan kepuasan konsumen sangat penting untuk kesuksesan strategi ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam literatur akademik terkait *menu engineering* dan memberikan rekomendasi bagi para pelaku bisnis kuliner setelah mengidentifikasi kesenjangan dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana penerapan *menu engineering* dalam Upaya mengklasifikasikan menu di restoran kecil-menengah.

Menurut [5] Restoran bisa memilih menu *special* musiman atau memilih menu favorit pada hari tertentu agar menarik minat pelanggan. Restoran atau kafe juga perlu memperhatikan fasilitas yang ditawarkan, serta faktor-faktor yang mengganggu, agar setiap pelanggan yang berkunjung bisa menikmati makanannya dengan baik dan bisa bersantai [6]. Restoran atau kafe harus menyesuaikan strategi, struktur, dan kondisi lingkungan untuk mencapai kinerja unggul atau keunggulan

kompetitif sehingga membantu operasional [7]. Restoran dan kafe juga dianggap sebagai lembaga yang mendorong perilaku konsumen yang berkelanjutan dan wirausaha sosial [8], yang mendorong kesadaran dan praktik lingkungan melalui kenikmatan percakapan dan pengalaman pelanggan Ketika berkunjung [9]. Pada restoran tentunya menggunakan alat bantu berupa menu untuk menjual produknya. Menu merupakan alat penjualan yang sangat penting karena mencakup pilihan berbagai makanan dan minuman yang tersedia, biasanya disertai dengan gambar jenis makanan dan minuman, harga, dan penjelasan singkat tentang makanan atau minuman tersebut. Makanan harus memenuhi harapan pelanggan tentang yang ditawarkan, seperti rasa, dan penampilan [10].

Menurut Utama & Junaedi dalam [11] Menu adalah sebuah daftar makanan dan minuman yang dibuat dalam bentuk buku ataupun lembaran yang telah dilengkapi dengan harganya untuk menarik pelanggan. Restoran & kafe sangat membutuhkan evaluasi menu mulai dari evaluasi harga menu, mengevaluasi jenis makanan dan minuman yang ada, mengevaluasi desain buku menu karena hal ini sangat berpengaruh terhadap pemasaran dan penjualan yang membuat seseorang atau kelompok untuk berkunjung kembali [12]. Evaluasi menu dengan metode *menu engineering* harus dilaksanakan pada periode tertentu karena hasilnya akan berubah [13]. Pada suatu restoran harus memperhitungkan dengan hati-hati masalah harga dari suatu menu dan tempatnya karena ini menjadi penilaian utama pelanggan pada saat berkunjung [14]. Strategi yang dapat digunakan yaitu *menu engineering*, namun masih banyak restoran yang belum mengetahui atau menerapkan rekayasa menu dalam bisnisnya, sehingga seringkali manajemen hanya mengevaluasi berdasarkan menu yang sering dibeli atau berdasarkan angka penjualan.

Hasil observasi awal diperoleh melalui wawancara dengan manajemen Solusi Coffee & Resto, pemilik *coffee & resto* mengatakan



bahwa kafe ini sudah berdiri sejak tahun 2022, restoran dan kafe ini menyediakan minuman mulai dari kopi, *smoothies*, *mocktail*, *jus*, *yakult*, *gelato*, makanan ringan (*Snack*), dan juga makanan utama (*Main Course*), pelanggan dapat melihat keseluruhan jenis makanan dan minuman yang ada di Solusi Coffee & Resto pada daftar menu yang telah disediakan. Dari hasil wawancara yang dilakukan, dapat diketahui menu apa saja yang paling diminati. Pada Solusi Coffee & Resto dimana terdapat 10 (sepuluh) menu *Best Seller*, contoh menu *Best Seller* dari Solusi Coffee & Resto akan dijelaskan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Top 10 Menu Solusi Coffee & Resto Januari – Juni 2024 (Selama 6 Bulan)

Outlet	Description	Qty
Solusi	Kopi Susu Solusi	845
Solusi	Kopi Susu Lokal	639
Solusi	<i>Oriental Fried Rice with Chicken</i>	418
Solusi	<i>Chicken Teriyaki</i>	321
Solusi	Green Fried Rice	210
Solusi	Maranggi Chicken	157
Solusi	<i>Smoke Beef Carbona</i>	127
Solusi	<i>Americano</i>	120
Solusi	<i>Maldives</i>	92
Solusi	<i>Ginger Blast</i>	77
Total		3.006

Menu *best seller* ini tentunya akan dipertahankan oleh pihak manajemen restoran, namun dalam penyusunan suatu menu tidak cukup jika hanya dilihat dari tingkat popularitas dari menu tersebut, akan tetapi margin kontribusinya juga harus diperhatikan agar tingkat popularitas dan kontribusi margin memberikan pengaruh yang besar terhadap restoran. Berikut adalah kategori dari menu yang ada di Solusi Coffee & Resto.

Tabel 2. Kategori Menu Solusi Coffee & Resto

Menu Categories	Qty
<i>Classic Caesar Salad</i>	3

<i>Western Food</i>	3
<i>Spaghetti</i>	4
<i>Burgers</i>	3
<i>Pizza</i>	5
<i>Asian Delight</i>	12
<i>Classic Coffee</i>	6
<i>Milk Coffee</i>	3
<i>Mocktail & Barista Drinks</i>	8
<i>Frappe & Others</i>	7
<i>Smoothies & Juices</i>	6
Total	60

Berdasarkan penjabaran di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan sistem *menu engineering* di Solusi Coffee & Resto dan mengidentifikasi dampaknya terhadap kualitas menu makanan. Pada penelitian ini yang difokuskan hanya pada pengkajian di menu Solusi Coffee & Resto periode Januari-Juni 2024 yang berdasarkan pada penerapan *menu engineering* berdasarkan tingkat popularitas, kontribusi margin dan klasifikasi menu serta strategi apa saja yang harus diambil oleh manajemen Solusi coffee & resto kota Batam. Selain itu berdasarkan penjabaran tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang permasalahan *menu engineering* di Solusi Coffee & Resto ke dalam sebuah penulisan Proyek Akhir yang berjudul “**Penerapan Sistem Menu Engineering Dalam Upaya Mengklasifikasikan Menu di Solusi Coffee & Resto Kota Batam**”.

LANDASAN TEORI

Menu

Menurut Sugarto dan Sulastiningrum dalam [15] Menu adalah daftar makanan maupun minuman yang akan dijual, dan akan langsung diperlihatkan kepada pelanggan yang sedang berkunjung agar pelanggan bisa mengetahui menu apa saja yang tersedia dan apa saja yang bisa dipesan serta pelanggan dapat menyesuaikan dengan harga yang diinginkan. Menurut [16] Menu dapat dikatakan baik jika dapat menghasilkan



keuntungan dan popularitas, seperti yang dapat dilihat dari jumlah penjualan restoran. Menu adalah sebuah daftar makanan dengan harga masing-masing, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan dan memberikan nilai terhadap makanan.

Menu juga sebagai pedoman bagi yang membuat makanan dan gambaran bagi yang menikmatinya sebab dari menu tersebut biasanya pelanggan akan dapat mengetahui tentang bahan-bahan dan proses dari pemasakan makanan tersebut [17]. Berdasarkan beberapa pendapat mengenai pengertian menu di atas, dapat disimpulkan bahwa menu adalah susunan dari beberapa makanan dan minuman yang akan disiapkan oleh para juru masak untuk disajikan kepada pelanggan atau tamu.

Jenis Menu

Ada berbagai jenis menu berdasarkan waktu dan juga berdasarkan penawaran menu [18] yaitu: Pertama Jenis Menu berdasarkan Waktu Hidangannya yaitu: *Breakfast, Lunch, dan Dinner*. Kedua Jenis Menu berdasarkan penawaran yaitu: a. *Menu Table d'hote* (Set menu) adalah menu yang disusun berdasarkan kerangka menu mulai dari makanan pembuka hingga makanan penutup yang harganya telah ditetapkan per paket. b. *Menu A'la Carte* adalah menu yang disusun dengan harga yang berbeda untuk setiap hidangan, oleh karena itu pelanggan dapat memilih menu makanan yang ingin dipesan sesuai selera mereka.

Menu Engineering

Menu engineering adalah suatu pendekatan yang bisa digunakan untuk mengevaluasi desain menu, dan harga menu, pengambilan keputusan ini berlaku untuk masa kini dan masa yang akan datang dengan tujuan dapat menambah pendapatan serta keuntungan pada restoran tersebut [19]. Menurut [20] *Menu engineering* merupakan teknik analisis menu dengan mempertimbangkan 2 (dua) variabel dari setiap menu, yaitu tingkat popularitas dan kontribusi marjin setiap menu. *Menu engineering* pada dasarnya adalah suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi menu

secara detail atau keseluruhan dalam periode tertentu. Daftar pada suatu menu yang ditawarkan kepada tamu memiliki harga pokok dan harga jual yang berbeda, begitu pula dengan pelanggan yang berkunjung ke suatu restoran memiliki selera, *budget* dan keinginan yang berbeda. Hal ini lah yang menyebabkan semua menu memiliki kontribusi marjin dan tingkat popularitas yang berbeda dalam periode tertentu. *Menu Engineering* masih jarang diterapkan di suatu resto akan tetapi teori ini banyak digunakan oleh pihak hotel [21].

Indikator Menu Engineering

A. Tingkat Popularitas

Menurut Suyono dalam [22] dasar dari perhitungan tingkat popularitas setiap menu disebut dengan indeks popularitas. Dalam melakukan perhitungan indeks popularitas dibutuhkan data hasil penjualan atau *sales history* produk dalam periode tertentu. Tingkat popularitas atau *Menu Mix* (MM) adalah hasil analisis tentang tingkat kegemaran atau kepuasan pelanggan terhadap makanan maupun minuman yang terdapat pada suatu menu atau dapat juga diartikan sebagai hasil analisis tingkat popularitas makanan maupun minuman. Item menu dapat digolongkan populer jika penjualan item menu itu sama dengan 70% dan target penjualan yang ditetapkan. Suatu item menu dapat dikategorikan ke dalam "HIGH" yang berarti memiliki popularitas tinggi, dimana *menu mix* nya (*popularity percentage*) lebih dari indeks popularitas. Sedangkan dalam kategori "LOW" yang artinya memiliki popularitas rendah, dimana *menu mix* (*popularity percentage*) kurang dari indeks popularitas.

B. Kontribusi Marjin

Kontribusi Marjin atau *Contribution Margin* (CM) adalah analisis tentang keuntungan kotor (*gross profit*) dari semua jenis makanan dalam menu [23]. Tujuan dari kontribusi marjin yaitu untuk menganalisis profitabilitas suatu menu dengan alokasi biaya tetap yang tepat untuk membantu mengambil



keputusan suatu usaha mengenai menu yang ditawarkan [24].

Adapun formulasi dari kontribusi margin sebagai berikut:

$$\text{Total CM} = \frac{\text{Jumlah Terjual}}{\text{Margin Kontribusi}}$$

(1)

$$\text{Average CM} = \frac{\text{Total CM}}{\text{Total Number of Sold}}$$

(2)

C. Klasifikasi Menu

Pada dasarnya kontribusi margin dan tingkat popularitas merupakan suatu kesatuan yang hasilnya bisa digunakan untuk klasifikasi menu. Menurut [10] pada metode *menu engineering* terdapat empat klasifikasi penilaian antara lain yaitu *Star* (kontribusi margin dan tingkat popularitas tinggi), *Plowhorse* (kontribusi margin rendah dan tingkat popularitas tinggi), *Puzzle* (kontribusi margin tinggi dan tingkat popularitas rendah), dan *Dog* (kontribusi margin dan tingkat popularitas rendah).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penulisan proyek akhir ini merupakan studi kualitatif yang menggunakan analisis deskriptif dan analisis *menu engineering*. Penerapan metode penelitian kualitatif agar bisa meneliti kondisi objek yang alami, dengan peneliti sebagai instrumen utama, *trianggulasi* sebagai teknik pengumpulan data, serta analisis yang bersifat induktif dan fokus pada makna dari pada generalisasi [25]. Sementara itu, analisis deskriptif mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan subjek penelitian berdasarkan data variabel yang didapatkan dari kelompok subjek tertentu.

Jadwal pelaksanaan dimulai sejak Agustus 2024 sampai September 2024. Penelitian ini dilakukan di Komplek Ruko Air Mas Blok no 1, Teluk Tering Batam, Kepulauan Riau yaitu “Solusi Cofee & Resto”.

Sumber Data, peneliti memiliki 2 (dua) sumber data dalam penelitian ini, yang terdiri

dari: a) Data Primer, Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh peneliti berupa *sales history*, daftar menu makanan dan minuman beserta harga jual dan juga harga pokok bahan baku dari setiap menu yang berasal dari informan, yaitu Chef (TH) yang merupakan *Head Chef* dan Bapak AWY selaku *Restaurant and Bar Manager di Solusi Coffee & Resto*. b) Data Sekunder, Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur seperti jurnal, buku, materi perkuliahan, dan internet.

Teknik Pengumpulan Data pada penelitian ini terdiri dari 4 (empat) tahapan yaitu: Langkah Pertama Wawancara, Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur dengan mewawancarai (TH) sebagai *Head Chef*, (PT) sebagai *Chef* yang menangani dapur Solusi Coffee & Resto, (AWY) sebagai *Restaurant and Bar Manager* dan Ibu Dinda sebagai *Senior Waitress* di Solusi Coffee & Resto. Langkah Kedua Dokumen, Pada penelitian ini adapun data yang telah peneliti peroleh yaitu, data penjualan, data pengunjung, harga jual dan data harga pokok makanan dan minuman dari setiap menu yang ada di Solusi Coffee & Resto.

Langkah ketiga adalah melalui studi literatur, Pada penelitian ini, peneliti menggunakan buku-buku dan jurnal ilmiah sebagai referensi utama. Langkah Keempat Observasi, Menurut [11] Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang memiliki ciri khasnya tersendiri dibandingkan dengan teknik lainnya. Dalam melakukan pengumpulan data ini tidak hanya terbatas terhadap manusia, tetapi juga dapat dilakukan terhadap objek-objek atau benda-benda alam lainnya.

Teknik Analisis Data pada penelitian ini terdiri dari 4 (empat) tahapan yaitu: Tahap Pertama Pengumpulan Data, Pada penelitian ini datanya dikumpulkan melalui hasil wawancara, hasil observasi, dan hasil data dari dokumen-dokumen. Tahap Kedua Reduksi Data, dilakukan sejak pengumpulan data dimulai



dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, menulis memo dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data/informasi yang tidak relevan [26] juga merupakan hasil dari penggalian data. Menyederhanakan data yang diperoleh dari hasil penggalian data di lapangan merupakan tujuan dari reduksi data.

Tahap ketiga merupakan tahapan penyajian data, Menurut Miles dan Huberman dalam buku dari [27] dinyatakan bahwa penyajian data adalah proses mengorganisir informasi sedemikian rupa sehingga memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan melalui beberapa cara seperti: *flowchart*, uraian singkat dan bagan. Data kualitatif yang biasanya berupa narasi kemudian disederhanakan lagi tanpa mengurangi substansinya. Tahap Keempat Penarikan Kesimpulan, mempunyai tujuan untuk memahami makna, pola, penjelasan dan hubungan sebab – akibat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode *menu engineering*. Menurut Michael L. Kasavana dalam [28] pada bukunya "*Computer System for Food Service Operation*" yang terdiri dari 12 langkah yang terbagi menjadi 3 tahapan yaitu Tahap I menentukan *Menu Mix* (Indeks Popularitas), tahap ke II menentukan Kontribusi Marjin(Tingkat Keuntungan), dan Tahap ke III Klasifikasi Menu dan Tindak lanjut. Untuk klasifikasi terbagi menjadi 4 kategori yaitu *Star* (marjin kontribusi dan tingkat popularitas *high*), *Plowhorse* (marjin kontribusi *low* dan tingkat popularitas *high*), *Puzzle* (marjin kontribusi *high* dan tingkat popularitas *low*), dan *Dogs* (marjin kontribusi dan tingkat popularitas *low*). Untuk hasil mengenai pembahasan diatas akan disajikan dalam bentuk table, sehingga bisa memudahkan untuk membaca.

A. Tahap I Menentukan *Mix Menu* (Indeks Popularitas)

Menentukan hasil dari persentase *menu mix* kedalam dua kategori *high* atau *low*. Ditentukan dengan rumus:

$$\text{popularity index} = \frac{1}{N} \times 70 \%$$

Jika hasil MM% sama atau lebih dari indeks popularitas maka di masukkan ke dalam kategori *high*, sebaliknya jika hasil MM% kurang dari indeks popularitas maka di masukkan ke dalam kategori *low*. Berikut adalah hasil analisis *menu mix* berdasarkan data sales history yang didapat dari Solusi Coffee & Resto periode Januari-juni 2024:

Tabel 3. Kategori Menu Mix dalam Solusi Coffee & Resto

No.	Salad & Soup: 3 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Classic Caesar Salad	32	60,38%	23,33%	HIGH
2	Chicken Teriyaki	9	16,98%		LOW
3	Wild Mushroom Soup	12	22,64%		LOW
Total		53	100%		
No.	Western Food: 3 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Spicy Bbq Beef Brisket	60	50,42%	23,33%	HIGH
2	Skillet Rose Mary Chicken	31	26,89%		HIGH
3	Chicken Mary Land	28	22,68%		LOW
Total		119	100%		
No.	Spaghetti: 4 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Classic Bolognese	73	37,24%	17,50%	HIGH
2	Smoke Beef Carbonara	57	29,08%		HIGH
3	Spicy Tuna Pasta	27	13,77%		LOW
4	Chicken Aglio E Lio	39	19,90%		HIGH
Total		196	100%		
No.	Burgers: 3 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Crispy Chicken Burger	28	42,42%	23,33%	HIGH
2	BBQ Beef Brisket Burger	17	25,76%		HIGH
3	Cheese Burgers	21	31,82%		HIGH
Total		66	100%		
No.	Pizza: 5 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Triple Cheese Pizza	22	13,66%	14,00%	LOW
2	BBQ chicken Pizza	36	22,36%		HIGH
3	Margharita Pizza	29	18,01%		HIGH
4	Chicken Mushroom Pizza	57	35,40%		HIGH
5	Doubts at Manzo Pizza	17	10,55%		LOW
Total		161	100%		



No.	Asian Delight: 12 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Jerky Brisket	46	3,11%	5,83	LOW
2	Maranggi Chicken	156	10,56%		HIGH
3	Balinese Spiced Chicken	37	2,50%		LOW
4	Fried Rice Village	74	5,01%		LOW
5	Green Fried Rice	209	14,15%		HIGH
6	Serungdeng Fried Rice	82	5,55%		LOW
7	Oriental Fried Rice with Chicken	418	28,30%		HIGH
8	Garlic Chicken	49	3,31%		LOW
9	Galangal Chicken	28	1,89%		LOW
10	Teriyaki Chicken	321	21,73%		HIGH
11	Sambal Matah Chicken	21	1,42%		LOW
12	Salted Egg Chicken	36	2,43%		LOW
Total		1.477	100%		
No.	Classic Coffe: 6 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Espresso	71	16,75%	11,67%	HIGH
2	Americano	120	28,30%		HIGH
3	Latte	102	24,05%		HIGH
4	Capucino	65	15,33%		HIGH
5	Affogato	37	8,73%		LOW
6	Mochaccino	29	6,84%		LOW
Total		424	100%		
No.	Milk Coffee: 3 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Milk Coffee Solution	845	51,68%	23,33%	HIGH
2	Local Milk Coffee	639	39,08%		HIGH
3	Palm Sugar Milk Coffee	151	9,23%		LOW
Total		1.635	100%		
No.	Mocktail & Barista Drinks: 8 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Caramel Apple Pie	57	15,32%	8,75%	HIGH
2	Sweet Strawberry Caramel	29	7,80%		LOW
3	Green Elixir	32	8,60%		LOW
4	Maldives	91	24,46%		HIGH
5	Ginger Blast	77	20,70%		HIGH
6	Tropical Amigo	28	7,52%		LOW
7	Green Apple	25	6,72%		LOW
8	Virgin Mojito	33	8,87%		HIGH
Total		372	100%		
No.	Smoothies & Juices: 6 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Eye Of Dragon	32	25,20%	11,67%	HIGH
2	Pinky Berry	27	21,26%		HIGH
3	Berry Messy	21	16,53%		HIGH
4	Orange Juices	19	14,49%		HIGH
5	Tomato Juices	13	10,23%		LOW
6	Carrot Juices	15	11,81%		HIGH
Total		127	100%		
No.	Frappe & Others: 7 Menu Items	Sold	Menu Mix %	Popularity Index	Category
1	Cookies & Cream	99	24,20%	10,00%	HIGH
2	Biscoff Caramel	74	18,09%		HIGH
3	Choco Cranky	54	13,20%		HIGH
4	Eiskaffe	39	9,53%		LOW
5	Red Velvet	42	10,26%		HIGH
6	Chocolate Hazelnut	58	14,48%		HIGH
7	Matcha	43	10,51%		HIGH

Dari table 3 dapat dilihat bahwa dalam periode 6 bulan *Classic Caesar Salad* memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 60,38% dan *Chicken Teriyaki* dengan jumlah persentase terendah yaitu 16,98% pada kategori *Salad & Soup*. *Spicy Bbq Beef Brisket* memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 50,42% dan *Chicken Mary Land* dengan jumlah persentase terendah yaitu 22,68% pada kategori *Western Food*. *Classic Bolognese* memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 37,24% dan *Spicy Tuna Pasta* dengan jumlah persentase terendah yaitu 13,77% pada kategori *Spaghetti*. *Crispy Chicken Burger* memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 42,42% dan *BBQ Beef Brisket Burger* dengan jumlah persentase terendah

yaitu 25,76% pada kategori *Burgers*. *Chicken Mushroom Pizza* memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 35,40% dan *Ragu Di Manzo Pizza* dengan jumlah persentase terendah yaitu 10,55% pada kategori *Pizza*. *Oriental Fried Rice with Chicken* memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 28,30% dan *Sambal Matah Chicken* dengan jumlah persentase terendah yaitu 1,46% pada kategori *Asian Delight*.

Sementara *Americano* memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 28,30% dan *Mochaccino* dengan jumlah persentase terendah yaitu 6,84% pada kategori *Classic Coffee*. Kopi Susu Solusi memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 51,68% dan Kopi Susu Gula Aren dengan jumlah persentase terendah yaitu 9,23% pada kategori Kopi Susu. *Maldives* memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 24,46% dan *Green Apple* dengan jumlah persentase terendah yaitu 6,72% pada kategori *Mocktail & Barista Drinks*. *Eye Of Dragon* memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 25,20% dan *Tomato Juices* dengan jumlah persentase terendah yaitu 10,23% pada kategori *Smoothies & Juices*. *Cookies & Cream* memiliki jumlah persentase tertinggi yaitu 24,20% dan *Eiskaffe* dengan jumlah persentase terendah yaitu 9,53% pada kategori *Frappe & Others*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 37 item menu memiliki kategori *High* berdasarkan tingkat popularitasnya.

B. Tahap II Menentukan Kontribusi Marjin (Tingkat Keuntungan)

Pada tahap II ini, langkah-langkah yang harus dilakukan adalah langkah dari 5-10, yaitu:

1. Langkah kelima, menuliskan harga jual setiap menu.
2. Langkah keenam, menuliskan harga pokok makanan dari setiap item menu.
3. Langkah ketujuh, menghitung kontribusi marjin dari setiap item menu. Caranya dengan mengurangi *selling price* dengan *recipe cost*.



4. Langkah kedelapan, menentukan total kontribusi margin dari setiap menu. Total kontribusi margin didapat dari mengalikan hasil margin kontribusi dengan masing-masing *menu mix*.
5. Langkah kesembilan, menghitung persentasi kontribusi margin dengan rumus berikut:

$$CM \% = \frac{\text{Menu Item CM}}{\text{Total Menu Item CM}} \times 100 \quad (3)$$
6. Langkah kesepuluh, memasukkan setiap item menu ke dalam kategori "HIGH" atau "LOW" dalam hal kontribusi margin. Kategori ini dibuat berdasarkan rata-rata kontribusi margin yang diperoleh dengan membagi total kontribusi margin menu dengan jumlah makanan yang terjual. Hasilnya jika kontribusi margin lebih besar dari rata-rata kontribusi margin maka masuk dalam kategori *high*. Sedangkan jika kontribusi margin lebih kecil dari rata-rata kontribusi margin maka masuk dalam kategori *low*.

Tabel berikut akan berisi langkah 5-10:
Tabel 4. Kontribusi Margin Menu Solusi Coffee & Resto

No.	Items	Amount Sold	Item Food Cost	Item Selling Price	Item CM	Total Food Cost	Total Food Sales	Total CM	CM Category
Salad & Soups									
1	Classic Caesar	32	20.656	52.000	31.344	660.992	1.664.000	1.003.008	HIGH
2	Chicken Teriyaki	12	19.291	38.000	18.709	231.492	456.000	224.508	LOW
3	Wild Mushroom Soup	9	20.995	55.000	34.005	188.955	495.000	306.045	HIGH
Total		53						1.533.561	
Average CM			28.935						
Western Food									
1	Spicy Bbq Beef Brisket	60	25.408	72.000	46.592	1.524.480	1.524.408	2.795.520	LOW
2	Skillet Rose Chicken	31	23.588	72.000	48.412	731.228	2.232.000	1.500.772	HIGH
3	Chicken Mary Land	28	26.657	72.000	45.343	746.396	2.016.000	1.269.604	LOW
Total		119						5.563.896	
Average CM			46.772						
Spaghetti									
1	Classic Bolognese	73	12.743	58.000	45.257	930.239	4.234.000	3.303.761	HIGH
2	Smoke Carbonara	57	27.651	58.000	30.349	1.576.107	3.306.000	1.729.893	LOW
3	Spicy Tuna Pasta	27	19.892	55.000	35.108	537.084	1.485.000	947.916	LOW
4	Chicken Aglio E Olio	39	17.898	55.000	37.102	698.022	2.145.000	1.446.978	LOW
Total		196						7.428.548	
Average CM			37.000						
Burgers									
1	Crispy Chicken Burger	28	14.081	58.000	43.919	394.268	1.624.000	1.229.732	LOW
2	BBQ Beef Brisket Burger	17	24.678	68.000	43.322	419.526	1.156.000	736.474	LOW
3	Cheese Burgers	21	17.291	65.000	47.709	363.111	1.365.000	1.001.889	HIGH
Total		66						2.968.095	
Average CM			56.050						
Pizza									
1	Triple Cheese Pizza	22	23.943	58.000	34.057	526.746	1.276.000	749.254	LOW
2	BBQ chicken Pizza	36	24.392	63.000	38.608	878.112	2.268.000	1.389.888	HIGH
3	Margharita Pizza	29	20.897	58.000	37.103	606.013	1.682.000	1.075.987	LOW
4	Chicken Mushroom Pizza	57	25.032	63.000	37.968	1.426.824	3.591.000	2.164.174	HIGH
5	Doubts at Manzo Pizza	17	26.473	68.000	41.527	450.041	1.156.000	705.959	HIGH
Total		161						6.085.262	
Average CM			37.796						

No.	Items	Amount Sold	Item Food Cost	Item Selling Price	Item CM	Total Food Cost	Total Food Sales	Total CM	CM Category
Asian Delight									
1	Jerky Brisket	46	23.826	72.000	48.174	1.095.996	3.312.000	2.024.004	HIGH
2	Marangi Chicken	156	23.850	53.000	29.150	3.720.600	8.268.000	4.547.400	HIGH
3	Balinese Spiced Chicken	37	25.412	53.000	27.588	940.244	1.961.000	1.020.756	HIGH
4	Fried Rice Village	74	13.353	48.000	34.647	988.122	3.552.000	2.563.878	HIGH
5	Green Fried Rice	29	15.295	38.000	22.705	443.555	1.102.000	658.445	LOW
6	Serundeng Fried Rice	82	14.670	38.000	23.330	1.202.940	3.116.000	1.913.061	LOW
7	Oriental Fried Rice with Chicken	418	20.607	48.000	27.393	8.613.726	20.064.000	11.450.274	HIGH
8	Garlic Chicken	49	17.932	38.000	20.068	878.668	1.862.000	983.332	LOW
9	Galangal Chicken	28	16.057	38.000	21.943	449.596	1.064.000	614.404	LOW
10	Teriyaki Chicken	321	16.732	48.000	31.268	5.370.972	15.408.000	10.037.028	HIGH
11	Sambal Manah Chicken	21	20.412	48.000	27.588	428.652	1.008.000	579.348	HIGH
12	Salted Egg Chicken	36	21.025	45.000	23.975	756.900	1.620.000	863.100	LOW
Total		1.477						37.225.030	
Average CM			25.225						
Classico Coffe									
1	Egpresso	71	6.000	18.000	12.000	426.000	1.278.000	852.000	LOW
2	Americano	120	6.000	20.000	14.000	720.000	2.400.000	1.680.000	LOW
3	Latte	102	6.000	32.000	26.000	612.000	3.264.000	2.652.000	HIGH
4	Capucino	65	7.000	32.000	25.000	455.000	2.080.000	1.625.000	HIGH
5	Affogato	37	7.000	28.000	21.000	259.000	1.036.000	777.000	HIGH
6	Mochaccino	29	9.000	32.000	23.000	261.000	928.000	667.000	HIGH
Total		424						8.253.000	
Average CM			19.464						
Milk Coffee									
1	Milk Coffee Solution	845	12.413	28.000	15.587	10.488.985	23.660.000	13.171.015	HIGH
2	Local Milk Coffee	639	12.239	25.000	12.761	7.820.721	15.975.000	8.154.279	LOW
3	Palm Sugar Milk Coffee	151	12.850	32.000	19.150	1.940.350	4.832.000	2.891.650	HIGH
Total		1.635						24.216.944	
Average CM			14.811						
Mocktail & Barista Drinks									
1	Caramel Apple Pie	57	12.000	38.000	26.000	684.000	2.166.000	1.482.000	HIGH
2	Sweet Strawberry Caramel	29	12.000	38.000	26.000	348.000	1.102.000	754.000	HIGH
3	Green Elixir	32	12.000	38.000	26.000	384.000	1.216.000	832.000	HIGH
4	Maldives	91	12.000	38.000	26.000	1.092.000	3.458.000	2.366.000	HIGH
5	Ginger Blast	77	14.000	38.000	24.000	1.078.000	2.926.000	1.848.000	LOW
6	Tropical Amigo	28	12.000	38.000	26.000	336.000	1.064.000	728.000	HIGH
7	Green Apple	25	11.000	38.000	27.000	275.000	950.000	675.000	HIGH
8	Virgin Mojito	33	11.000	38.000	27.000	363.000	1.254.000	891.000	HIGH
Total		372						9.576.000	
Average CM			25.741						
Frappe & Others									
1	Cookies & Cream	99	15.000	42.000	27.000	1.485.000	4.158.000	2.673.000	HIGH
2	Biscoff Caramel	74	15.000	42.000	27.000	1.110.000	3.108.000	1.998.000	HIGH
3	Choco Cranky	54	14.000	42.000	28.000	756.000	2.268.000	1.512.000	HIGH
4	Eiskaffe	39	15.000	42.000	27.000	585.000	1.638.000	1.053.000	HIGH
5	Red Velvet	42	11.000	35.000	24.000	462.000	1.470.000	1.008.000	LOW
6	Chocolate Hazelnut	58	11.000	35.000	24.000	638.000	2.030.000	1.392.000	LOW
7	Matcha	43	13.000	38.000	25.000	559.000	1.634.000	1.075.000	LOW
Total		409						10.711.000	
Average CM			26.188						
Smoothies & Juices									
1	Eye Of Dragon	32	15.000	45.000	30.000	480.000	1.440.000	960.000	HIGH
2	Frsky Berry	27	15.000	45.000	30.000	405.000	1.215.000	810.000	HIGH
3	Berry Mesoy	21	15.000	45.000	30.000	315.000	945.000	630.000	HIGH
4	Orange Juices	19	8.000	35.000	27.000	152.000	665.000	513.000	LOW
5	Tomato Juices	13	5.000	35.000	30.000	65.000	455.000	390.000	HIGH
6	Carrot Juices	15	5.000	35.000	30.000	75.000	525.000	450.000	HIGH
Total		127						3.753.000	
Average CM			29.551						

Dari tabel 4 dapat di lihat bahwa ada 53 porsi terjual pada menu kategori *Salad & Soup* selama enam bulan, dengan kontribusi margin total sebesar Rp. 1.533.561 dan kontribusi margin rata-rata sebesar Rp. 28.935. Ada 119 porsi terjual pada menu kategori *Western Food*, dengan kontribusi margin total sebesar Rp.



5.565.896 dan kontribusi marjin rata-rata sebesar Rp. 46.772. Ada 196 porsi terjual pada menu kategori *Spaghetti*, dengan kontribusi marjin total sebesar Rp. 7.428.548 dan kontribusi marjin rata-rata sebesar Rp. 37.900. Ada 66 porsi terjual pada menu kategori *Burgers*, dengan kontribusi marjin total sebesar Rp. 2.968.095 dan kontribusi marjin rata-rata sebesar Rp. 44.971. Ada 161 porsi terjual pada menu kategori *Pizza*, dengan kontribusi marjin total sebesar Rp. 6.085.262 dan kontribusi marjin rata-rata sebesar Rp. 37.796. Ada 1.477 porsi terjual pada menu kategori *Asian Delight*, dengan kontribusi marjin total sebesar Rp. 37.255.030 dan kontribusi marjin rata-rata sebesar Rp. 25.223. Ada 424 porsi terjual pada menu kategori *Classic Coffee*, dengan kontribusi marjin total sebesar Rp.8.253.000 dan kontribusi marjin rata-rata sebesar Rp.19.464.

Terdapat 1.635 porsi terjual pada menu kategori *Kopi Susu*, dengan kontribusi marjin total sebesar Rp. 24.216.944 dan kontribusi marjin rata-rata sebesar Rp.14.811. Ada 372 porsi terjual pada menu kategori *Mocktail & Barista Drinks*, dengan kontribusi marjin total sebesar Rp. 9.576.000 dan kontribusi marjin rata-rata sebesar Rp. 25.741. Ada 409 porsi terjual pada menu kategori *Frappe & Others*, dengan kontribusi marjin total sebesar Rp. 10.711.000 dan kontribusi marjin rata-rata sebesar Rp.26.188. Ada 127 porsi terjual pada menu kategori *Smoothies & Juices*, dengan kontribusi marjin total sebesar Rp. 3.753.000 dan kontribusi marjin rata-rata sebesar Rp. 29.551.

Menurut hasil analisis diatas, terdapat 37 item menu yang termasuk kategori *HIGH* pada marjin kontribusi.

C. Tahap III Klasifikasi Menu dan Tindak Lanjut

Pada tahap III ini, langkah-langkah yang diambil adalah langkah 11 dan 12:

1. Langkah kesebelas, mengklasifikasikan menu berdasarkan kontribusi marjin dan tingkat popularitas. Dalam klasifikasi ini,

ada empat bagian terdiri dari *star* (kontribusi marjin dan tingkat popularitas tinggi), *plowhorse* (kontribusi marjin rendah dan tingkat popularitas tinggi) *puzzle* (kontribusi marjin tinggi dan tingkat popularitas rendah) dan *dog* (kontribusi marjin dan tingkat popularitas rendah). Gambar berikut menunjukkan hasil klasifikasi dari 11 kelompok menu di Solusi Coffee & Resto. Berikut adalah gambar “*four box analisis*” untuk menunjukkan menu apa saja yang termasuk kedalam kategori *star*, *plowhorse*, *puzzle* dan *dog*.

Star : 22 Menu Items	Plowhorse : 15 Menu Items
Classic Caesar Salad, Skillet Rose Mary Chicken, Classic Bolognese, Cheese Burgers, BBQ Chicken Pizza, Chicken Mushroom Pizza, Maranggi Chicken, Oriental Fried Rice with Chicken, Teriyaki Chicken, Latte, Capucino, Kopi Susu Solution, Maldives, Caramel Apple Pie, Virgin Mojito, Cookies and Cream, Choco Cranky, Biscoff Caramel, Eye Of Dragon, Pinky Berry, Berry Messy, Carrot Juices.	Spicy Bqg Beef Brisket, Smoke Beef Carbonara, Chicken Aglio e Lio, Crispy Chicken Burger, BBQ Beef Brisket Burger, Margharita Pizza, Green Fried Rice, Espresso, Americano, Local Milk Coffee, Ginger Blast, Red Velvet, Chocolate Hazelnut, Matcha, Orange Juices
Puzzle : 15 Menu Items	Dog : 8 Menu Items
Chicken Teriyaki, Ragu di Manzo Pizza, Jerky Brisket, Balinese Spiced Chicken, Kampung Fried Rice, Sambal Matah Chicken, Affogato, Mochaccino, Kopi Susu Gula Aren, Sweet Strawberry Caramel, Eiskaffe, Green Elixir, Tropical Amigo, Green Apple, Tomato Juices.	Wild Mushroom Soup, Chiken Mary Land, Spicy Tuna, Triple Cheese Pizza, Serundeng Fried Rice, Garlic Chicken, Galangal Chicken, Salted Egg Chicken

Gambar 1. Four Box Analysis

2. Langkah keduabelas, mengambil keputusan berdasarkan hasilnya. Ini bisa berarti mempertahankan menu, memperbaiki posisi, mengubah harga atau bahkan mengganti menu sesuai kategorinya. Kontribusi Marjin dan Tingkat Popularitas akan memberikan hasil kepada pihak restoran tentang cara memahami bauran produk mereka dengan lebih baik, menemukan area yang perlu ditingkatkan, dan membuat keputusan yang tepat mengenai menu apa saja yang akan dipertahankan dan yang akan diberhentikan atau diganti [29]. Menurut kasavana dalam [30] hasil dari analisis menu dikelompokkan menjadi empat klasifikasi yaitu:
 - A. *Star / Winner* adalah kategori item menu yang sangat populer dan memiliki banyak kontribusi. Mempertahankan kualitas



makanan, mengawasi penggunaan bahan agar kontribusi tetap ada, menempatkan menu di tempat yang mudah dilihat, dan mengatur elastisitas harga yang telah ditentukan adalah tindak lanjut dari klasifikasi *star*.

- B. *Plowhorse* adalah Kumpulan item menu yang sangat populer tetapi menghasilkan kontribusi yang rendah. Untuk mengikuti kategori ini, harus berhati-hati dalam menaikkan harga, mengubah posisi menu menjadi yang lebih murah, mengurangi porsi item, dan menggantinya dengan menu yang lebih menguntungkan.
- C. *Puzzle* adalah kategori item di menu yang tidak terlalu populer dan menghasilkan banyak uang. Klasifikasi *puzzle* melanjutkan dengan menghapus menu dengan penjualan rendah, menurunkan harga jual, menempatkan menu di tempat yang strategis, membatasi jumlah menu *puzzle* karena akan mempengaruhi permintaan pelanggan, dan mengubah nama menu untuk mempengaruhi popularitasnya.
- D. *Dog* adalah kumpulan item menu yang tidak terlalu populer dan tidak menghasilkan banyak uang. Ini adalah langkah lanjut dari klasifikasi *dog*, yang berarti menghapus semua item dalam kategori *dog* dan menggantinya dengan menu lain yang lebih diminati dan menghasilkan lebih banyak uang.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini dapat disimpulkan terhadap tingkat popularitas dan kontribusi margin pada menu Solusi Coffee & Resto dari periode Januari-Juni 2024 ada sebanyak 37 item menu dari total keseluruhan 60 item menu mempunyai tingkat popularitas tinggi dengan persentase 61,67%,

Sementara itu sisanya yaitu sebanyak 23 item menu mempunyai tingkat popularitas yang rendah dengan persentase 38,33%. Berdasarkan

analisis dua variabel yaitu tingkat popularitas dan kontribusi margin dapat disimpulkan bahwa item menu terbagi menjadi empat klasifikasi yang terdiri dari *Star*, *Plowhorse*, *Puzzle*, *Dog*.

Dari 60 item menu di Solusi Coffee & Resto dapat diklasifikasikan secara rinci sebagai berikut:

1. Kelompok *star* sebanyak 22 item menu dengan persentase 36,67% (menu ini akan dipertahankan)
2. Kelompok *plowhorse* sebanyak 15 item menu dengan persentase 25,00%, (mengurangi porsi)
3. Kelompok *puzzle* sebanyak 15 item menu dengan persentase 25,00% (mengganti nama menu agar lebih menarik serta melakukan promosi)
4. Kelompok *dog* terdiri dari 8 item menu dengan persentase 13,33% (menghapus menu dan menggantikan dengan menu baru yang lebih menguntungkan).

Dari kesimpulan tersebut rekomendasi yang dapat diambil oleh pihak manajemen Solusi Coffee & Resto adalah perlu dilakukan evaluasi setiap 6 (enam) bulan sekali, untuk menu yang di tawarkan kepada pelanggan melalui metode “*menu engineering*” yang biasa juga disebut sebagai metode rekayasa menu.

Rekomendasi serta saran lainnya adalah agar manajemen Solusi Coffee & Resto dapat melakukan promosi terhadap item menu yang kurang populer untuk meningkatkan popularitas menu dan mengubah nama menu agar lebih menarik dan dapat menaikkan harga item menu yang menghasilkan keuntungan rendah secara bertahap untuk meningkatkan kontribusi margin menu atau mengurangi porsi menu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Principato, A. Di Leo, G. Mattia, and C. A. Pratesi, “The next step in sustainable dining: the restaurant food waste map for the management of food waste,” *Ital. J. Mark.*, vol. 2021, no. 3, pp.



- 189–207, 2021, doi: 10.1007/s43039-021-00032-x.
- [2] M. J. Reinders, M. Huitink, S. C. Dijkstra, A. J. Maaskant, and J. Heijnen, “Menu-engineering in restaurants - adapting portion sizes on plates to enhance vegetable consumption: A real-life experiment,” *Int. J. Behav. Nutr. Phys. Act.*, vol. 14, no. 1, pp. 1–11, 2017, doi: 10.1186/s12966-017-0496-9.
- [3] T. Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, pengetahuan dasar restoran, vol. 7, no. 2. 2020.
- [4] R. Ferdinand and E. Saputra, “Penerapan Teknik Menu Engineering Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Keuntungan Pada Hotel Swissbell Harbourbay Batam,” *J. Manaj. Kuliner*, vol. 3, no. 1, pp. 144–147, 2024, doi: 10.59193/jmn.v3i1.236.
- [5] M. Kravitz Hoeffner, “Restaurants Are Adjusting Menus, Adding Quarantine Meals.,” New York City, 2020.
- [6] J. C. Carrillo Ocampo, M. Marshall, L. Wellton, and I. M. Jonsson, “When sustainable cuisine imaginaries become unsustainable: Storage and preservation practices in Swedish restaurants,” *Int. J. Gastron. Food Sci.*, vol. 24, no. March, p. 100353, 2021, doi: 10.1016/j.ijgfs.2021.100353.
- [7] S. Fainshmidt, M. A. Witt, R. V. Aguilera, and A. Verbeke, “The contributions of qualitative comparative analysis (QCA) to international business research,” *J. Int. Bus. Stud.*, vol. 51, no. 4, pp. 455–466, 2020, doi: 10.1057/s41267-020-00313-1.
- [8] and G. W. Higgins-Desbiolles, F., “The Critical Capacities of Restaurants as Facilitators for Transformations to Sustainability.,” *J. Sustain. Tour.*, vol. 27, pp. 1080–1105, 2018.
- [9] S. Quirk, C. Gibson, and N. Cook, “More-than-transactional circular economies: the café-urban farm nexus and emergent regional food waste circuits,” *Local Environ.*, vol. 29, no. 6, pp. 750–765, 2024, doi: 10.1080/13549839.2024.2330399.
- [10] J. Juliana, A. Pramezwarly, N. A. Nukak, and J. Muller Hasoloan Situmorang, “Using Contribution of Menu Engineering in Upscale Restaurants to Enhance Sales Volume,” *Int. J. Soc. Manag. Stud.*, vol. 2, no. 4, pp. 1–12, 2021.
- [11] M. H. Siti, “Penerapan Metode Rekayasa Menu (Menu Engineering) Untuk Menentukan Klasifikasi Menu Item Pada Sejalan Coffehouse Kabupaten solok,” 2022, [Online]. Available: <http://eprints.umsb.ac.id/648/1/%28181000293302014%29> Siti Mirza Hanafiah %281%29.pdf.
- [12] R. W. Ayodya, “Usaha Rumah Makan Laris Manis,” Jakarta PT Elex Media Komputindo, 2013.
- [13] G. Ton, “Contribution analysis of a Bolivian innovation grant fund: mixing methods to verify relevance, efficiency and effectiveness,” *J. Dev. Eff.*, vol. 9, no. 1, pp. 120–143, 2017, doi: 10.1080/19439342.2016.1231702.
- [14] B. L. Chua, S. Karim, S. Lee, and H. Han, “Customer restaurant choice: an empirical analysis of restaurant types and eating-out occasions,” *Int. J. Environ. Res. Public Health*, vol. 17, no. 17, pp. 1–23, 2020, doi: 10.3390/ijerph17176276.
- [15] Mertayasa and Komalawati, “Analisis Menu Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Coffee Shop Restoran Puri Saron Denpasar-Bali (I Gede Agus Mertayasa 1),” *Manajemen*, vol. 14, no. 2, p. 2, 2019.
- [16] K. M. K. Wardani, C. G. P. Yudistira, N. K. SUCIANI, and K. KASIANI, “Peningkatan Penjualan Main Course Menu Pada Prego Restaurant the Westin



- Resort Nusa Dua – Bali (Pendekatan Menu Engineering),” *Ganec Swara*, vol. 17, no. 1, p. 338, 2023, doi: 10.35327/gara.v17i1.406.
- [17] Solihin, I. A. K. W. Damayanti, and M. Suardani, “Pengantar Hotel dan Restoran,” *Pengantar Hotel dan Restoran*, pp. 1–109, 2021.
- [18] N. Widyastuti, “Manajemen Pelayanan Makanan,” *k-media*, 76, 2018.
- [19] Y. Dania, “Menu Engineering Sebagai Langkah Penetapan Produk Makanan Di Restoran Onang-Onang Pada Inna Parapat Hotel,” *Manaj. Tools*, vol. 44, no. 8, pp. 235–236, 2020, doi: 10.1088/1751-8113/44/8/085201.
- [20] A. Husada, D. D., Asmara, D., & Suroto, “(2018). Pengaruh Penerapan Rekayasa Menu Terhadap Tingkat Penjualan Di Restoran Epice Hotel Alila Solo. , 14(1), 94–114.,” *J. Pariwisata Indones.*, pp. 94–114, 2018.
- [21] D. Maha, K. A., Cahyandito, M. F., & Purnomo, “Mapping of business potentials of Maha orange plantation using the business model Canvas and BCG matrix. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 443, 012045,” *IOP Conf. Ser. Earth Environ.* 443, 012045, 2020.
- [22] S. N. Hasanah, “Rekayasa Menu Pastry Product di Lobby Lounge Grand Royal Panghegar Bandung,” *Rekayasa Menu Pastry Prod. di Lobby Lounge Gd. R. Panghegar Bandung*, 2018.
- [23] P. F. P. Zin, R. A., Bombana, L. P., & Barcellos, “Evaluation of two companies’ sales teams with the BCG matrix using profit and contribution margin.,” *Gest. e Prod.*, vol. 25, no. 4, pp. 826–838, 2018.
- [24] M. Gutiérrez, “Making better decisions by applying mathematical optimization to cost accounting: An advanced approach to multi-level contribution margin accounting,” *Heliyon*, vol. 7, no. 2, 2021, doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e06096.
- [25] J. W. Creswell, “Research Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches Design Fourth Edition. In Sage Publications,” Sage Publ., 2014.
- [26] Kaharuddin, “Equilibrium : Jurnal Pendidikan Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi,” *J. Pendidik.*, vol. IX, no. 1, pp. 1–8, 2021, [Online]. Available: <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>.
- [27] M. A. Sandu Siyoto & Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*. 2018.
- [28] Made Merta, “Menu Engineering Sebagai Langkah Penetapan Strategi Pemasaran Pada Restoran Sari Laut Restu Bali Made Merta,” *J. Sos. Ekon. Pertan.*, vol. 5, no. 3, pp. 1–11, 2018.
- [29] G. García-Vidal, A. Sánchez-Rodríguez, R. Pérez-Campdesuñer, and R. Martínez-Vivar, “Contribution margin and quantity matrix to analyze the product portfolio in the context of SMEs. Criticism of the BCG matrix and its alternatives,” *Cogent Bus. Manag.*, vol. 10, no. 3, 2023, doi: 10.1080/23311975.2023.223327
- D. Husada, D. Asmara, and A. Suroto, “Pengaruh Penerapan Rekayasa Menu Terhadap Tingkat Penjualan Di Restoran Epice Hotel Alila Solo,” *J. Pariwisata Indones.*, vol. 14, no. 1, pp. 94–114, 2018