



BALI JOURNAL OF HOSPITALITY, TOURISM AND CULTURE RESEARCH

Journal Homepage: www.balilanguageassistance.com

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

Putu Evi Suryani¹, Pondang Polikarpus Nainggolan², I Putu Bagus Suthanaya³

Universitas Triatma Mulya¹²³

ABSTRAK

Penelitian ini adalah analisis rekayasa menu dalam upaya meningkatkan penjualan makanan di Deus Cafe Canggu. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan analisis rekayasa menu, bagaimana analisis menu berdasarkan rekayasa menu, dan bagaimana strategi dalam meningkatkan penjualan makanan di Deus Cafe Canggu. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif yang bersumber dari data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, serta data sekunder yang diperoleh dari perusahaan berupa daftar menu, harga jual, biaya makanan, dan riwayat penjualan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah rekayasa menu dan objek yang diteliti adalah jenis hidangan salad, main course, makanan ringan, dan kids menu. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat 8 item (26,67%) jenis hidangan untuk kelompok star, 10 item (33,33%) jenis hidangan untuk kelompok plowhorse, 6 item (20,00%) jenis hidangan untuk kelompok puzzle, dan 6 item (20,00%) jenis hidangan untuk kelompok dog. Keputusan dan tindak lanjut yang dilakukan manajemen dalam meningkatkan penjualan makanan adalah mempertahankan kualitas dan harga jual makanan untuk kelompok star, mengendalikan biaya makanan dan meningkatkan harga jual makanan untuk kelompok plowhorse, merevisi menu dan melakukan promosi untuk kelompok puzzle, melakukan evaluasi menu dan menghapus menu untuk kelompok dog.

ARTICLE HISTORY

Sent 15 February 2024

Accepted 18 February 2024

Approved 05 May 2024

Published 01 June 2024

KATA KUNCI

Menu engineering;
meningkatkan penjualan
makanan; deus cafe canggu

1. Pendahuluan

Kepulauan yang memiliki beraneka ragam suku dan adat istiadat yang berbeda, serta memiliki banyak sumber daya alam yang berupa keindahan pemandangan alam. Pariwisata di Indonesia umumnya bertujuan untuk a. Mengembangkan dan mendayagunakan sumber dan potensi kepariwisataan nasional agar menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan, b. Meningkatkan devisa negara, c. Memperluas dan pemeratakan kesempatan berwirausaha serta lapangan kerja, d. Meningkatkan laju pembangunan daerah, e. Memperkenalkan dan mengembangkan nilai-nilai bangsa dan keindahan alam.

Pariwisata di Indonesia mengandalkan beberapa daerah sebagai daerah tujuan utama wisata, misalnya Bali yang memiliki potensi pariwisata yang sangat kaya sehingga sangat mudah untuk menarik minat wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik untuk berkunjung. Oleh karena itu Bali

sebagai salah satu pusat pariwisata juga harus didukung oleh faktor penunjang untuk keberlangsungan kunjungan wisatawan. Salah satu faktor penunjang untuk pariwisata yaitu restoran. 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 Teriyaki 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. dan 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.

2. Review literatur

2.1. Manajemen menu

Menurut Wiyasha (2007, p. 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, p. 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 & Huffman (1985).

2.2. Menu engineering

Menurut Kasavana (dikutip oleh Sudiara, 2000, p. 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 & Banuhapsari (2001, p. 33) *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, p. 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:

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

Figure 1. menentukan tingkat popularitas

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

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

Figure 2. menentukan margin kontribusi

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:

Tabel 1. Klasifikasi *menu engineering*

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

2.3. Penjualan makanan

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

Menurut Swastha (2001, p. 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, p. 457) penjualan dapat diartikan sebagai sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan dipenuhi melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan.

2.4. 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.

3. Metode

Lokasi penelitian ini adalah di Deus Café yang beralamat di Jalan Batu Mejan No. 08, Canggu, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Aktivitas penelitian ini secara keseluruhan dilaksanakan selama enam bulan, yakni dimulai dari bulan Januari 2022 dan berakhir di bulan Juni 2022. 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 1. Mengidentifikasi *menu*. Tuliskan semua nama dari pada menu yang sejenis yang muncul dari daftar menu. 2. Mencatatkan jumlah porsi makanan yang terjual dari masing-

masing menu, ini kemudian disebut "menu mix". 3. 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%*).

Figure 3. rumus persentase *menu mix*

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

4. Menentukan atau mencantumkan harga pokok makanan, 5. Mencatatkan harga jual menu. Harga jual ini diambil dari harga makanan yang tercantum pada daftar menu, 6. Menghitung item margin kontribusi (CM). Margin kontribusi dari setiap menu didapat dari hasil pengurangan harga jual makanan dengan harga pokok makanan.

Figure 4. rumus persentase *menu mix*

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

. 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. *total food cost = menu mix x food cost per portion*, b. *total revenue = menu mix x selling price*, c. *total contribution margin = total revenue – total food cost*, 8. 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*)". Hasilnya dapat berupa a. *cm% tinggi > cm% rata-rata*, *cm% rendah < cm% rata-rata*.

Figure 5. rumus menentukan kategori margin kontribusi

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

9. 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). hasilnya dapat berupa a. mm% tinggi > mm% rata-rata, b. mm% rendah < mm% rata-rata

Figure 6. rumus mengkategorikan persentasi menu *mix*

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

10. Menentukan kategori masing-masing menu. Kategori "*mix menu 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

4. Hasil

4.1. 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.

4.2. 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: $6 : 30 \times 100\% = 20,00\%$

Figure 7. menu makanan di deus café

<i>PLOWHORSE</i>	
<i>Salad :</i>	Beef Salad Deus Buddha Bowl
<i>Main course :</i>	Nasi Goreng Kampung Pad Thai Creamy Chicken Pasta
<i>Light Meals :</i>	Pizza Meat Lover Pizza Margherita Pizza Chicken Falafel wrap
<i>Kids Menu :</i>	Fish and kids
<i>DOG</i>	
<i>Salad :</i>	Tuna Salad
<i>Main course :</i>	Thai Basil Beef Pad Thai Chicken Aop Spaghetti
<i>Light Meals :</i>	Pizza Hawaiian
<i>Kids Menu :</i>	Chicken and greens kids

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

Figure 8. matriks hasil analisis menu *engineering* pada deus café periode oktober 2021- maret 2022

<i>STAR</i>	
<i>Salad :</i>	Chicken Avocado Salad
<i>Main course :</i>	Fish & Chips Beef Pad Thai Tuna Teriyaki Steak
<i>Light Meals :</i>	Deus burger Chicken burger
<i>Kids Menu :</i>	Nasi goreng kids Mini margerita pizza kids
<i>PUZZLE</i>	
<i>Salad :</i>	Quinoa & Broccoli Salad
<i>Main course :</i>	Grilled Asian Sirloin Steak
<i>Light Meals :</i>	Pizza Vegetarian Deus club sandwich Chicken wrap Fish burger
<i>Kids Menu :</i>	-

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 rekomendasi 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.

4.3. Strategi meningkatkan penjualan makanan di deus café

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 & tuesday*, 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.

Referensi

- Banuhapsari, S. A & M. Hubeis. (2001). Penerapan Teknik Penyusunan Menu di Restoran Bengawan Solo Hotel Sahid Jaya Jakarta. Dalam *IPB Repository*. 8(2). p. 133-140. Bogor: FATETA Institut Pertanian Bogor.
- Basu Swasta, Dharmesta & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- , (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Etzel, S., & Walker. (2004). *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV alfabet.
- Kotler, P. (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*. 15(3). p. 1-25. Riau: FE Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Marsum W.A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mertayasa, I. G. A & Komalawati. (2012). *Food and Beverage Service Operational*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mertayasa, I. G. A. (2019). Analisis Menu dalam Meningkatkan Penjualan Makanan pada Coffee Shop Restoran Puri Saron Denpasar-Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 14(2).
- Sihite, R. (2000). *Food Product (Dasar-Dasar Tata Boga)*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Sani, S. N. (2015). *Analisis Penerapan Menu Engineering Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di Restoran The Centrum* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia)..
- Saputra, I., & Pangestu, A. (2007). Analisa menu engineering di Boncafe restaurant Surabaya (*Doctoral dissertation*, Petra Christian University).
- Simamora, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Soekresno. (2000). *Management Food and Beverage, Service Hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sudiara, B. P. (2000). *Tata Boga*. Jakarta: Dirjen Dikdaspen.
- Sugiarto, E & Sri, S. (2001). *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: Gramedia.
- Tumpuan, A. (2021). Penerapan sistem menu engineering dalam upaya peningkatan kualitas menu di restoran bintang inti executive village clubhouse. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(1), 60-73.
- Puri, S. W. (2015). *Strategi Berbasis Menu Engineering dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Menu Dessert di The Rooses Restaurant The Amaroossa Hotel Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Wiyasha, I. B. M. (2006). *F&B Cost Control untuk Hotel dan Restoran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.