

## STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BERBASIS MENU ENGINEERING DI KAMBING SOON RESTO AND CAFE BANDUNG

Imam Ardiansyah,<sup>1)</sup>, Vania Magdalena <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Universitas Bunda Mulia

<sup>2)</sup> Akademi Pariwisata NHI Bandung

### ABSTRACT

*Bandung city is a tourist destination city that has a choice of various culinary both traditional and international. One of the Resto and Cafe in Bandung is Kambing Soon Resto and Cafe located at Jl. IR H Djuanda. One of the factors that become the main force for business in the field of this restaurant is the menu, even the menu can also be the identity of the restaurant terebut. A good menu can be seen from the level of sales and ability to provide benefits or the level of popularity and profitability. Based on these conditions, the researcher aims to analyze the engineering menu, the research was conducted in August 2017 until November 2017. The method used is the analysis of margin contribution and analysis of popularity index, menu classification, and SWOT analysis. Based on the analysis for 4 months, the results obtained are 32 food menu that the researcher carefully is the category of stars consists of 7 menus with percentage of 21.88%, plowhorses category consists of 11 menus with percentage of 34.37%, the category consists of puzzles 4 menus with percentage of 12.50%, dogs category consists of 10 menus with a percentage of 31.25%.*

*Keywords: Menu Engineering, Business Development*

### ABSTRAK

Kota Bandung merupakan kota tujuan wisata yang yang memiliki pilihan beragam kuliner baik tradisional maupun internasional. Salah satu yang Resto dan Cafe yang ada di Bandung adalah Kambing Soon Resto dan Cafe yang terletak didaerah Jl. IR H Djuanda. Salah satu faktor yang menjadi kekuatan utama bagi usaha di bidang restoran ini adalah menu, bahkan menu juga bisa menjadi identitas dari restoran terebut. Menu yang baik dapat dilihat dari tingkat penjualan dan kemampuannya dalam memberikan keuntungan atau tingkat popularitas dan profitabilitasnya. Berdasarkan kondisi tersebut, penulis bertujuan untuk menganalisis *menu engineering*, penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2017 hingga November 2017. Metode yang digunakan adalah analisis kontribusi marjin dan analisis indeks popularitas, klasifikasi menu, dan analisis SWOT. Berdasarkan analisis selama 4 bulan, maka hasil yang diperoleh adalah 32 menu makanan yang penulis teliti adalah kategori *stars* terdiri dari 7 menu dengan persentase sebesar 21,88%, kategori *plowhorses* terdiri dari 11 menu dengan persentase sebesar 34,37%, kategori *puzzles* terdiri dari 4 menu dengan persentase sebesar 12,50%, kategori *dogs* terdiri dari 10 menu dengan persentase sebesar 31,25%.

**Kata Kunci:** Rekayasa Menu, Pengembangan Bisnis

### PENDAHULUAN

Industri pariwisata dewasa ini merupakan industri yang sedang digalakan oleh pemerintah disamping industri hasil alam yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Paradigma pembangunan beberapa negara kini lebih berorientasi kepada pengembangan sektor jasa dan industri, termasuk di dalamnya adalah industri pariwisata. Salah satu fasilitas yang mendukung kegiatan wisata adalah usaha jasa yang menyediakan makanan dan minuman atau lazimnya disebut dengan restoran. Definisi restoran menurut Ninemeier

dan Hayes (2006:16) adalah “Suatu operasi pelayanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjualan makanan dan minuman kepada individu-individu dan tamu-tamu dalam kelompok kecil”.

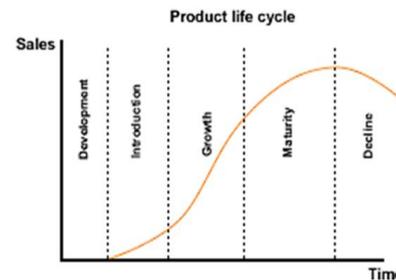
Salah satu faktor yang menjadi kekuatan utama bagi usaha di bidang restoran ini adalah menu, bahkan menu juga bisa menjadi identitas dari restoran terebut. Sebuah menu yang baik dapat menjadi sumber pemasukan utama bagi restoran dan dapat menjadi modal bagi suatu restoran

untuk bertahan cukup lama bahkan sampai bertahun-tahun. Oleh karena itu kemampuan untuk menentukan menu sangat menentukan kesuksesan dari bisnis kuliner, seperti yang dikemukakan oleh Ninemeir (1990:103), yaitu “*There is a belief in the food service industry that everything starts with the menu*”. Yang dapat diartikan bahwa ada suatu keyakinan dalam industri jasa makanan bahwa semuanya bermula dari menu. Bahkan sebelum dapur atau restoran itu dibangun, daftar menu sudah harus dibuat atau dipikirkan terlebih dahulu.

Sebagai faktor penting dalam menunjang keberhasilan usaha restoran untuk menjual makanan dan minuman, sebuah menu harus dipilih dengan baik, dari segi rasa, tampilan dan harga yang menarik bagi konsumen dan juga tentunya harus memberikan keuntungan bagi restoran. Selain sebagai salah satu alat menawarkan produk, dalam usaha restoran suatu menu juga perlu mendapatkan pengevaluasian. Hal ini bertujuan untuk membantu pihak manajemen dalam perencanaan menu selanjutnya. Selain itu dengan adanya proses pengevaluasian menu, pihak manajemen dapat mengetahui apabila adanya menu yang kurang populer, sehingga pihak manajemen dapat langsung melakukan tindakan terhadap permasalahan tersebut.

Suatu produk memiliki suatu masa yang disebut *Life Cycle*, dimana suatu produk akan mengalami masa *product development*, *introduction*, *growth*, *maturity* yang akhirnya tidak dapat berkembang lagi dan bisa dilupakan atau *decline*.

Gambar  
*Product Life Cycle Chart*



Sumber: Philip Kotler & Gary Armstrong, 2008

Berdasarkan grafik tersebut, maka, diperlukan upaya untuk menjaga menu tersebut supaya tidak mengalami penurunan atau decline. Dengan memantau menu yang ditawarkan diharapkan usaha restoran tidak dilupakan oleh pelanggan karena telah mengantisipasi permasalahan *Life Cycle* menu yang ditawarkan.

Menu yang baik dapat dilihat dari tingkat penjualan dan kemampuannya dalam memberikan keuntungan atau tingkat popularitas dan profitabilitasnya. Seperti yang diungkapkan oleh Ninemeir dalam bukunya yang berjudul *Planning and Control for the Food and Beverage Operation* (2009:113) “*There two factors measure of how to good menu is: its popularity and its profitability*”. Pernyataan tersebut menunjukkan ada 2 (dua) tolak ukur suatu menu dapat dikatakan baik yaitu dari segi popularitas dan dari segi keuntungannya.

Untuk melihat hubungan kedua parameter tersebut perlu dibuat perbandingan yang dapat memberikan kesimpulan tentang kedudukan setiap jenis makanan dalam bauran menu yang ditawarkan. Sehingga akan didapat suatu kategori tentang kemampuan dari item menu makanan tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Ninemeir (1991:106) bahwa, “*with these tools of menu engineering manager can evaluate profitability of menu items and classify them as either stars, plowhorse, puzzles or dogs*”. Yang bisa diartikan dengan *menu engineering* seorang manager dapat mengevaluasi keuntungan dan

---

\*Korespondensi Penulis:  
E-mail: [iardiansyah@ubm.ac.id](mailto:iardiansyah@ubm.ac.id)

mengklasifikasikan menu menjadi kelompok *stars, plowhorses, puzzles* atau *dogs*

Berdasarkan uraian yang terurai pada latar belakang penelitian, berikut rumusan masalah

**Tabel 1**  
**Hasil Penjualan Kambing Soon Resto & Café Bandung**

Nama Menu	Maret	April	Hasil	Mei	Hasil	Juni	Hasil	Juli	Hasil	Ags	Hasil	Total
<b>Hot Grilled</b>												
<b>Total Keseluruhan</b>	110	116	5.45%	104	-10.34%	105	0.96%	102	-2.86%	89	-12.75%	<b>-19.10%</b>
<b>Lamb Favorites</b>												
<b>Total Keseluruhan</b>	84	97	15.48%	91	-6.19%	82	-9.89%	83	1.22%	76	-8.43%	<b>-7.81%</b>
<b>Common Favorites</b>												
<b>Total Keseluruhan</b>	95	95	0.00%	100	5.26%	86	-14.00%	95	10.47%	87	-8.42%	<b>-6.69%</b>
<b>Nasi Goreng</b>												
<b>Total Keseluruhan</b>	103	91	-11.65%	102	12.09%	123	20.59%	115	-6.50%	91	-20.87%	<b>-6.35%</b>
<b>Cemilan</b>												
<b>Total Keseluruhan</b>	133	159	19.55%	134	-15.72%	114	-14.93%	132	15.79%	116	-12.12%	<b>-7.43%</b>

Sumber: *General Manager* Kambing Soon Resto & Café Bandung & Hasil Olahan Peneliti

Berikut adalah data yang didapatkan oleh penulis dari pihak Kambing Soon dan telah diolah oleh penulis yang menunjukkan bahwa adanya permasalahan yang berhubungan dengan menu yang ditawarkan, yaitu data hasil penjualan makanan Kambing Soon Resto & Café Bandung.

Berdasarkan data hasil penjualan bahwa dari setiap kategori menu yang ditawarkan selama 6 bulan, terhitung dari bulan Maret - Agustus 2017, setiap bulannya mengalami penurunan. Kategori *Hot Grilled* sebesar -19.10%, *Lamb Favorites* sebesar -7.81%, *Common Favorites* sebesar -6.69%, Nasi Goreng sebesar -6.35%, dan Cemilan sebesar -7.43%.

Sehingga dari data tersebut yaitu data hasil penjualan, penulis menganalisa bahwa permasalahan yang terjadi yaitu adanya kejenuhan terhadap menu yang ditawarkan atau menu tersebut sudah mengalami tahap *decline* yang berarti menu tidak berkembang, karena mengingat usia berdirinya Kambing Soon yang sudah berjalan kurang lebih 6 tahun.

#### Perumusan masalah

penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Indeks Popularitas di Kambing Soon Resto & Café Bandung?
2. Bagaimana Marjin Kontribusi di Kambing Soon Resto & Café Bandung?
3. Bagaimana Klasifikasi Menu Makanan di Kambing Soon Resto & Café Bandung?
4. Bagaimana Strategi Pengembangan Bisnis di Kambing Soon Resto & Cafe Bandung?

#### Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui indeks popularitas menu makanan di Kambing Soon Resto & Café Bandung.
2. Untuk mengetahui marjin kontribusi menu makanan di Kambing Soon Resto & Café Bandung.
3. Untuk mengetahui klasifikasi menu makanan di Kambing Soon Resto & Café Bandung.

4. Untuk menentukan Strategi Pengembangan Bisnis di Kambing Soon Resto & Cafe Bandung.

## TINJAUAN PUSTAKA

Evaluasi menu dapat dilakukan dengan cara menganalisa tingkat kepopuleran dan tingkat keuntungan yang didapat oleh perusahaan dari setiap produk yang dijual. Seperti yang dikemukakan oleh Scanlon (2000:174) yaitu: *"Item sales are recorded over an establishment period of time and evaluated on the basis two major factors : popularity and contribution to sales"*. Untuk mengetahui sejauh mana suatu menu itu populer, dapat dilakukan dengan mencatat dan menganalisa jumlah penjualan dari menu yang ditawarkan. *Sales history* adalah sebuah format untuk merekapitulasi penjualan selama suatu periode. Seperti yang dijelaskan oleh Miller, Hayes, dan Dopson (2002:29) yaitu: *"A sales history is the systematic recording of all sales achieved during a predetermined time period"*. Pengertian diatas dapat diartikan bahwa sales history adalah catatan sistematis dari semua hasil penjualan yang diperoleh dalam periode tertentu. Seperti yang diungkapkan oleh Suyono (2004:73) *"Dari data jumlah penjualan (sales history) akan digunakan untuk membandingkan masing-masing porsi makanan terhadap kategori makanan keseluruhan. Perbandingan ini dalam bentuk ratio dan hasil yang diperoleh merupakan indeks popularitas jenis makanan yang bersangkutan"*. Maka *sales history* merupakan data yang akan digunakan untuk menghitung indeks popularitas yang digunakan sebagai acuan.

Setelah mengetahui jumlah penjualan dari sales history, kita akan menghitung *popularity index* yang diharapkan dari masing-masing menu. Indeks popularitas dapat dihitung dengan membagi jumlah porsi yang terjual dari satu jenis menu dengan total porsi yang terjual dari semua menu. Seperti yang dikemukakan oleh Dittmer (2003:187) yaitu: *"Popularity index is defined as the ratio of portion sales for a given menu item to total portion sales for all menu items. The*

*popularity index is calculated by dividing portion sales for a given item by the total portion sales for all menu items"*.

Untuk menentukan tingkat kepopuleran dari suatu menu diperlukan dasar untuk mengukurnya, seperti yang dikemukakan oleh Ninemeier (2009:115) yaitu: *"The basis for measuring the degree of popularity of each menu item is called popularity index. This index is based upon the notion of expected popularity. For the purpose analysis, each menu items is expected to contribute an equal share of total menu sales. Therefore, the expected popularity of each menu items is calculated by simply dividing 100% by the number of menu items on the menu"*.

Dapat diartikan bahwa dasar untuk mengukur popularitas yang diharapkan dari setiap menu disebut indeks popularitas. Indeks ini berdasarkan dugaan dari popularitas yang diharapkan. Untuk tujuan analisis, masing-masing menu diharapkan dapat memberikan bagian yang sama dari total penjualan. Popularitas yang diharapkan dari setiap menu, didapatkan dengan membagi 100% dengan jumlah menu yang ada pada menu. Oleh karena itu, popularitas yang diharapkan dari masing-masing menu dihitung dengan membagi 100% dengan jumlah menu yang ada pada suatu kategori.

Menurut Ninemeier (2009:116) yaitu *"Menu engineering that the item is popular if it's sales equal 70% of what expected. Thus, the popularity index for items on a given menu is defined as 70% of expected popularity of each item menu"*. Teori tersebut dapat diartikan bahwa suatu menu dapat dikatakan populer apabila penjualannya telah mencapai 70% dari rata-rata dalam setiap kategorinya. Indeks popularitas dari suatu menu adalah sebesar 70% dari popularitas yang diharapkan dari suatu kategori menu.

Selanjutnya adalah menentukan *menu mix percentage* dari masing-masing menu. Definisi *menu mix percentage* menurut Coltman dan Jagles (2001:252) adalah *"Menu mix percentage is converts the number sold of each menu item into a percentage of all items sold. The quantity sold of each item is divided*

by the total of all items sold then multiplied by 100". Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa menu *mix percentage* adalah persentase jumlah penjualan dari setiap menu, yang didapat dengan cara membagi jumlah porsi yang terjual dari masing-masing menu dengan total dari seluruh menu yang terjual kemudian dikali dengan 100.

Coltman dan Jagles (2001:255) menyatakan tentang *menu mix category* yaitu: "MM % Category: Record either an H (for High) or L (for Low). These definitions are made by comparing each menu item's Menu Mix Percentage with the average popularity of all menu items. If the figure Menu Mix % is higher than the average, an H is recorded; and if it is less than average, an L is recorded".

Penyataan tersebut dapat diartikan bahwa sebuah menu dapat digolongkan pada kategori High apabila *menu mix %* dari suatu menu lebih besar dari rata-rata popularitas seluruh menu, sebaliknya sebuah menu dapat digolongkan pada kategori Low apabila *menu mix %* dari suatu menu lebih rendah dari rata-rata popularitas seluruh menu.

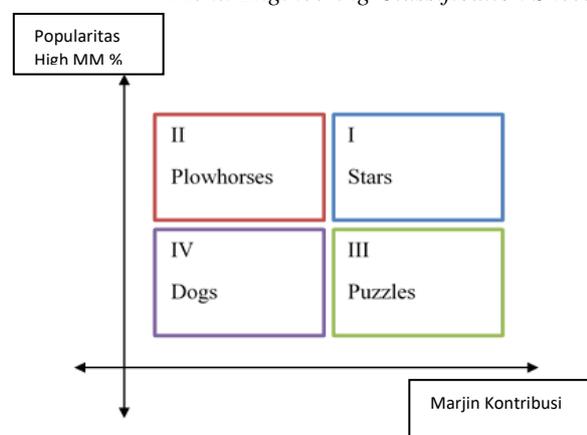
Marjin kontribusi adalah data yang digunakan untuk mengetahui tingkat profitabilitas suatu menu. Dalam marjin kontribusi ada dua faktor penentu yaitu *food cost* dan *selling price*. Ninemeir (1990:105) menyatakan bahwa: "Contribution margins are calculated by subtracting food cost from revenue." Yang dapat diartikan CM dihitung dengan mengurangi biaya makanan dari total pendapatan. Hal ini juga didukung oleh Suyono (2004:74) bahwa: "Profitabilitas makanan dihitung dengan menggunakan parameter laba kotor (*contribution margin*) yang diperoleh dengan mengurangi biaya bahan per-porsi (*food cost per-portion*) terhadap harga jual (*selling price*)".

Menu dapat dievaluasikan dengan menganalisis popularitas dan kemampuan masing – masing jenis makanan dan minuman pada sebuah menu dalam memberikan kontribusi keuntungan, seperti yang diungkapkan oleh. Ninemeir (1990:114), yaitu: "Menu items can be

evaluated in terms of both their popularity and profitability". Setelah sebuah menu telah diketahui tingkat popularitas dan profitabilitasnya, maka sebuah menu dapat dimasukkan ke dalam suatu lembar kerja yang disebut lembar kerja rekayasa menu atau menu *engineering worksheet*.

Setiap menu diklasifikasikan dalam empat kategori, yaitu *Stars*, *Plowhorses*, *Puzzles*, dan *Dogs*. Kategori tersebut diklasifikasikan berdasarkan tingkat popularitas dan tingkat *contribution margin* dari suatu menu. Menu yang memiliki tingkat *contribution margin* yang lebih tinggi dari rata-rata *contribution margin* dan tingkat popularitas yang lebih tinggi dari rata-rata *popularity* diklasifikasikan ke dalam kategori *Stars*. Kategori *Plowhorses* adalah menu yang memiliki tingkat *contribution margin* yang lebih rendah dari rata-rata *contribution margin* dan tingkat popularitas yang lebih tinggi dari rata-rata *popularity*. Sedangkan kategori *Puzzles* adalah menu yang memiliki tingkat *contribution margin* yang lebih tinggi dari rata-rata *contribution margin* dan tingkat popularitas yang lebih rendah dari rata-rata *popularity*. Kategori yang terakhir adalah kategori *Dogs*, yang termasuk kedalam kategori tersebut adalah menu yang memiliki tingkat *contribution margin* yang lebih rendah dari rata-rata *contribution margin* dan tingkat popularitas yang lebih rendah dari rata-rata *popularity*.

Gambar 1  
Menu Engineering Classification Sheet



Sumber: Jagles dan Ralston (2007:257)

## METODE PENELITIAN

### Jenis dan Metode Penelitian

Berdasarkan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Administrasi, Sugiyono (2009:11) mengatakan bahwa: "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain". Metode ini penulis gunakan karena variabel yang ada adalah variabel mandiri dan dilakukan pada masa kini. Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan "apa adanya" tentang suatu variabel, gejala dan keadaan ".

### Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi Langsung

Penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang penulis teliti. Menurut Samsudin (2013:37) dalam buku Metodologi Penelitian, observasi langsung adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan indra penglihatan tanpa menggunakan alat standar lain. Dalam melakukan penelitian di Kambing Soon Bandung penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.

#### b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan Manager Kambing Soon Bandung untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh penulis dalam melakukan penulisan. Menurut Sugiyono (2013:231) yaitu "Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu". Informasi yang dibutuhkan penulis diantaranya adalah sejarah berdirinya Kambing Soon Bandung, struktur organisasi, jumlah karyawan, kapasitas tempat duduk, fasilitas, serta cara

pengevaluasian menu yang dilakukan pihak Kambing Soon Bandung.

#### c. Studi Kepustakaan

Menurut Arikunto (2006:166) "Studi pustaka adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari informasi melalui buku-buku, koran, majalah, dan literatur lainnya". Dalam penulisan ini, pengumpulan data dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan evaluasi menu sebagai landasan teori.

#### d. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Nawawi (2005:95) mengungkapkan: "Teknik studi dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, koran, atau majalah". Dalam penelitian ini mengambil data berupa foto-foto dari lokus penelitian.

### Metode Analisis Data

Ada beberapa langkah dalam menentukan analisa dalam strategi pengembangan bisnis berbasis menu engineering di Kambing Soon Resto & Cafe sebagai berikut :

#### Indeks Popularitas Menu

Evaluasi menu dapat dilakukan dengan cara menganalisa tingkat kepopuleran dan tingkat keuntungan yang didapat oleh perusahaan dari setiap produk yang dijual. Setelah mengetahui jumlah penjualan dari *sales history*, kita akan menghitung *popularity index* yang diharapkan dari masing-masing menu. Indeks popularitas dapat dihitung dengan membagi jumlah porsi yang terjual dari satu jenis menu dengan total porsi yang terjual dari semua menu.

$$\text{Popularity Index} = \frac{100\%}{\text{Number of Menu Item}} \times 70\%$$

*Menu Mix*

*Menu mix percentage* adalah persentase jumlah penjualan dari setiap menu, yang didapat dengan cara membagi jumlah porsi yang terjual dari masing-masing menu dengan total dari seluruh menu yang terjual kemudian dikali dengan 100.

$$\text{Menu Mix \%} = \frac{\text{Number of Item Sold}}{\text{Total Number of Item Sold}} \times 100\%$$

#### Marjin Kontribusi

Marjin kontribusi adalah data yang digunakan untuk mengetahui tingkat profitabilitas suatu menu. Yang dapat diartikan CM dihitung dengan mengurangi biaya makanan dari total pendapatan.

$$\text{Contribution Margin} = \text{Selling Price} - \text{Food Cost per-portion}$$

#### Average Contribution Margin

Rata-rata margin kontribusi didapat dengan membagi total margin kontribusi dengan total menu yang terjual. Sehingga, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Average Contribution Margin} = \frac{\text{Total Contribution Margin}}{\text{Total Number of Item Sold}}$$

Hasil dari *Item Contribution Margin* akan dibandingkan dengan *Average Contribution Margin* untuk melihat tinggi atau rendahnya tingkat kontribusi suatu item menu.

#### Klasifikasi Menu

Menu dapat dievaluasi dengan menganalisis popularitas dan kemampuan masing – masing jenis makanan dan minuman pada sebuah menu dalam memberikan kontribusi keuntungan. Setiap menu diklasifikasikan dalam empat kategori, yaitu *Stars*, *Plowhorses*, *Puzzles*, dan *Dogs*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tinjauan Mengenai Indeks Popularitas Menu Di Kambing Soon Resto & Café Bandung

Untuk mengetahui sejauh mana suatu menu itu populer, dapat dilakukan dengan mencatat dan menganalisa jumlah penjualan dari menu yang ditawarkan. *Sales history* adalah sebuah format untuk merekapitulasi penjualan selama suatu periode

Berikut ini adalah data jumlah penjualan makanan (*sales history*) di Kambing Soon Resto & Café Bandung periode Maret 2017 – Agustus 2017:

Tabel 2  
*Sales History* Produk Makanan Di Kambing Soon Resto & Café Bandung Periode Maret – Agustus 2017

No	Jenis Makanan	Bulan						Total
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	
<b>Hot Grilled</b>								
1	Kambing Bakar	45	49	40	49	47	41	271
2	Iga Bakar Sapi	13	12	14	11	10	11	71
3	Chicken BBQ	11	14	12	10	12	7	66
4	Sate Kambing	17	17	16	19	15	12	96
5	Sate Ayam	9	8	5	6	5	6	39
6	Sate Buntel	15	16	17	10	13	12	83
							Total	626
<b>Lamb Favourites</b>								
1	Kambing Crispy	24	24	25	14	22	22	131
2	Tongseng Kambing	14	23	20	25	18	14	114
3	Gulai Kambing	36	40	36	36	38	33	219
4	Kambing Blackpepper	10	10	10	7	5	7	49
							Total	513
<b>Common Favourites</b>								
1	Tongseng Ayam	27	26	26	23	24	24	150
2	Sop Buntut Kuah	22	25	23	22	24	21	137
3	Sop Buntut Goreng	24	25	23	19	22	21	134
4	Chicken Papparazi	10	13	11	12	11	10	67
5	Wings BBQ	12	6	17	10	14	11	70
							Total	558
<b>Nasi Goreng</b>								
1	Nasi Goreng Ayam	4	3	8	5	7	7	34
2	Nasi Goreng Seafood	2	3	2	5	7	1	20
3	Nasi Goreng Sapi	9	4	1	2	5	3	24
4	Nasi Goreng Kambing	18	17	19	20	24	15	113
5	Nasi Goreng Jantan	34	36	36	55	34	24	219
6	Nasi Goreng Kambing Gila	36	28	36	36	38	41	215
							Total	625
<b>Cemilan</b>								
1	French Fries	8	9	7	12	9	10	55
2	Sausages	11	9	6	4	7	9	46
3	Cireng Rujak	19	19	15	9	16	16	94
4	Choco Rapid Pancake	8	17	18	15	12	8	78
5	Finger Potatoes	27	32	27	16	25	25	152
6	Es Krim Goreng	24	27	24	17	25	24	141
7	Maryam Cookies and Cream	21	28	23	24	23	18	137
8	Roti Maryam Original	5	7	5	5	3	2	27
9	Roti Maryam Milk	2	3	3	4	5	1	18
10	Roti Maryam Chocolate	5	7	5	5	2	1	25
11	Roti Maryam Cheese	3	1	1	3	5	2	15
							Total	788
							Total Keseluruhan	3110

Tingkat popularitas tersebut dapat dicari dengan perhitungan membagi 100% dengan total menu yang ada pada setiap kategori, lalu hasil dari perhitungan tersebut dikalikan dengan 70%, yang akan didapatkan

*index popularity* kategori tersebut. Index popularity ini yang menjadi batas untuk menentukan apakah menu dalam kategori tersebut populer atau kurang populer. Apabila hasil perhitungan *menu mix %* suatu menu dalam kategori tersebut melebihi *index popularity*-nya, menu tersebut dapat digolongkan populer, namun jika lebih rendah maka menu tersebut dikategorikan kurang populer.

Berdasarkan rumus diatas, maka indeks popularitas dari menu makanan dapat dicari, seperti berikut:

Tabel 2  
 Indeks Popularitas Menu Di Kambing Soon Resto & Café Bandung  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Kategori Menu	Jumlah Item	Indeks Popularitas (%)
1	Hot Grilled	6	11.67
2	Lamb Favorites	4	17.50
3	Common Favorites	5	14.00
4	Nasi Goreng	6	11.67
5	Cemilan	11	6.36

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan penulis, berikut adalah tabel perhitungan tingkat popularitas setiap menu makanan di Kambing Soon Resto & Café Bandung periode Maret – Agustus 2017:

Tabel 3  
 Kategori Menu Mix “Hot Grilled”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
<b>Hot Grilled</b>				
1	Kambing Bakar	271	43.29	High
2	Iga Bakar Sapi	71	11.34	Low
3	Chicken BBQ	66	10.54	Low
4	Sate Kambing	96	15.34	High
5	Sate Ayam	39	6.23	Low
6	Sate Buntel	83	13.26	High
<b>Total</b>		626		
<b>Popularity Index</b>			<b>11.67</b>	

Tabel 4  
 Kategori Menu Mix “Lamb Favourite”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
<b>Lamb Favorites</b>				
1	Kambing Crispy	131	25.54	High
2	Tongseng Kambing	114	22.22	High
3	Gulai Kambing	219	42.69	High
4	Kambing Blackpepper	49	9.55	Low
<b>Total</b>		513		
<b>Popularity Index</b>			<b>17.5</b>	

Tabel 5  
 Kategori Menu Mix “Common Favourite”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
<b>Common Favorites</b>				
1	Tongseng Ayam	150	26.88	High
2	Sop Buntut Kuah	137	24.55	High
3	Sop Buntut Goreng	134	24.01	High
4	Chicken Papparazi	67	12.01	Low
5	Wings BBQ	70	12.54	Low
<b>Total</b>		558		
<b>Popularity Index</b>			<b>14</b>	

Tabel 6  
 Kategori Menu Mix “Nasi Goreng”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
<b>Nasi Goreng</b>				
1	Nasi Goreng Ayam	34	5.44	Low
2	Nasi Goreng Seafood	20	3.2	Low
3	Nasi Goreng Sapi	24	3.84	Low
4	Nasi Goreng Kambing	113	18.08	High
5	Nasi Goreng Jantan	219	35.04	High
6	Nasi Goreng Kambing Gila	215	34.4	High
<b>Total</b>		625		
<b>Popularity Index</b>			<b>11.67</b>	

Tabel 7

Kategori Menu Mix “Cemilan”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
	<b>Cemilan</b>			
1	French Fries	55	6.98	High
2	Sausages	46	5.84	Low
3	Cireng Rujak	94	11.93	High
4	Choco Rapid Pancake	78	9.90	High
5	Finger Potatoes	152	19.29	High
6	Es Krim Goreng	141	17.89	High
7	Maryam Cookies and Cream	137	17.39	High
8	Roti Maryam Original	27	3.43	Low
9	Roti Maryam Milk	18	2.28	Low
10	Roti Maryam Chocolate	25	3.17	Low
11	Roti Maryam Cheese	15	1.90	Low
	<b>Total</b>	788		
	<b>Popularity Index</b>		<b>6.36</b>	

Sumber: Hasil Olahan Penulis

profitabilitas suatu menu. Dalam margin kontribusi ada dua faktor penentu yaitu *food cost* dan *selling price*. Setelah menghitung contribution margin dari masing-masing menu, selanjutnya adalah menghitung *average contribution margin* dari setiap kategori menu.

Jika kontribusi margin suatu item lebih rendah dari kontribusi margin rata-rata, maka dapat dicatat atau ditandai dengan L sebagai rendah (low), sebaliknya jika kontribusi margin suatu item lebih tinggi dari kontribusi margin rata-rata, maka dapat ditandai dengan H sebagai tinggi (high).

Berikut ini merupakan data hasil olahan penulis mengenai *contribution margin* dari menu makanan di Kambing Soon Resto & Café Bandung pada periode Maret – Agustus 2017:

### Tinjauan Mengenai Margin Kontribusi Di Kambing Soon Resto & Café Bandung

Margin kontribusi adalah data yang digunakan untuk mengetahui tingkat

Tabel 8  
 Margin Kontribusi Di Kambing “Hot Grilled”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold (MM)	Item Food Cost (Rp)	Item Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Menu CM (Rp)	CM Category
	<b>Hot Grilled</b>								
1	Kambing Bakar	271	Rp 37,500	Rp 65,000	Rp 27,500	Rp 10,162,500	Rp 17,615,000	Rp 7,452,500	High
2	Iga Bakar Sapi	71	Rp 31,667	Rp 65,000	Rp 33,333	Rp 2,248,357	Rp 4,615,000	Rp 2,366,643	High
3	Chicken BBQ	66	Rp 20,000	Rp 50,000	Rp 30,000	Rp 1,320,000	Rp 3,300,000	Rp 1,980,000	High
4	Sate Kambing	96	Rp 30,509	Rp 50,000	Rp 19,491	Rp 2,928,864	Rp 4,800,000	Rp 1,871,136	Low
5	Sate Ayam	39	Rp 17,592	Rp 40,000	Rp 22,408	Rp 686,088	Rp 1,560,000	Rp 873,912	Low
6	Sate Buntel	83	Rp 12,600	Rp 30,000	Rp 17,400	Rp 1,045,800	Rp 2,490,000	Rp 1,444,200	Low
	<b>Total</b>	626				Rp 18,391,609	Rp 34,380,000	Rp 15,988,391	
	<b>Average CM</b>							Rp 25,540.56	

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Tabel 9  
 Margin Kontribusi “Lamb Favourite”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold	Item Food Cost (Rp)	Item Selling	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Menu CM (Rp)	CM Category
----	----------------	-------------	---------------------	--------------	--------------	----------------	-------------------	--------------	-------------

		(MM)		Price (Rp)					
	<b>Lamb Favorites</b>								
1	Kambing Crispy	131	Rp 15,508	Rp 35,000	Rp 19,492	Rp 2,031,548	Rp 4,585,000	Rp 2,553,452	High
2	Tongseng Kambing	114	Rp 14,108	Rp 32,000	Rp 17,892	Rp 1,608,312	Rp 3,648,000	Rp 2,039,688	Low
3	Gulai Kambing	219	Rp 27,319	Rp 45,000	Rp 17,681	Rp 5,982,861	Rp 9,855,000	Rp 3,872,139	Low
4	Kambing Blackpepper	49	Rp 28,427	Rp 45,000	Rp 16,573	Rp 1,392,923	Rp 2,205,000	Rp 812,077	Low
	<b>Total</b>	513				Rp 11,015,644	Rp 20,293,000	Rp 9,277,356	
	<b>Average CM</b>							Rp 18,084.51	

Sumber: Hasil Olahan Penuli

Tabel 10  
 Marjin Kontribusi Di Kambing “Common Favourite”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold (MM)	Item Food Cost (Rp)	Item Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Menu CM (Rp)	CM Category
	<b>Common Favorites</b>								
1	Tongseng Ayam	150	Rp 9,000	Rp 32,000	Rp 23,000	Rp 1,350,000	Rp 4,800,000	Rp 3,450,000	High
2	Sop Buntut Kuah	137	Rp 42,774	Rp 50,000	Rp 7,226	Rp 5,860,038	Rp 6,850,000	Rp 989,962	Low
3	Sop Buntut Goreng	134	Rp 44,980	Rp 55,000	Rp 10,020	Rp 6,027,320	Rp 7,370,000	Rp 1,342,680	Low
4	Chicken Papparazi	67	Rp 10,745	Rp 30,000	Rp 19,255	Rp 719,915	Rp 2,010,000	Rp 1,290,085	High
5	Wings BBQ	70	Rp 8,574	Rp 25,000	Rp 16,426	Rp 600,180	Rp 1,750,000	Rp 1,149,820	High
	<b>Total</b>	558				Rp 14,557,453	Rp 22,780,000	Rp 8,222,547	
	<b>Average CM</b>							Rp 14,736	

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Tabel 11  
 Marjin Kontribusi “Nasi Goreng”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold (MM)	Item Food Cost (Rp)	Item Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Menu CM (Rp)	CM Category
	<b>Nasi Goreng</b>								
1	Nasi Goreng Ayam	34	Rp 9,129	Rp 25,000	Rp 15,871	Rp 310,386	Rp 850,000	Rp 539,614	Low
2	Nasi Goreng Seafood	20	Rp 11,300	Rp 25,000	Rp 13,700	Rp 226,000	Rp 500,000	Rp 274,000	Low
3	Nasi Goreng Sapi	24	Rp 12,903	Rp 25,000	Rp 12,097	Rp 309,672	Rp 600,000	Rp 290,328	Low
4	Nasi Goreng Kambing	113	Rp 11,757	Rp 30,000	Rp 18,243	Rp 1,328,541	Rp 3,390,000	Rp 2,061,459	Low
5	Nasi Goreng Jantan	219	Rp 11,500	Rp 30,000	Rp 18,500	Rp 2,518,500	Rp 6,570,000	Rp 4,051,500	Low
6	Nasi Goreng Kambing Gila	215	Rp 23,381	Rp 65,000	Rp 41,619	Rp 5,026,915	Rp 13,975,000	Rp 8,948,085	High
	<b>Total</b>	625				Rp 9,720,014	Rp 25,885,000	Rp 16,164,986	
	<b>Average CM</b>							Rp 25,864	

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Tabel 12  
 Marjin Kontribusi “Cemilan”

Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold (MM)	Item Food Cost (Rp)	Item Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Menu CM (Rp)	CM Category
	<b>Cemilan</b>								
1	French Fries	55	Rp 9,600	Rp 28,000	Rp 18,400	Rp 528,000	Rp 1,375,000	Rp 1,012,000	High
2	Sausages	46	Rp 18,000	Rp 25,000	Rp 7,000	Rp 828,000	Rp 1,380,000	Rp 322,000	Low
3	Cireng Rujak	94	Rp 10,000	Rp 30,000	Rp 20,000	Rp 940,000	Rp 2,350,000	Rp 1,880,000	High
4	Choco Rapid Pancake	78	Rp 15,500	Rp 25,000	Rp 9,500	Rp 1,209,000	Rp 1,950,000	Rp 741,000	Low
5	Finger Potatoes	152	Rp 7,440	Rp 25,000	Rp 17,560	Rp 1,130,880	Rp 3,496,000	Rp 2,669,120	High
6	Es Krim Goreng	141	Rp 13,587	Rp 23,000	Rp 9,413	Rp 1,915,767	Rp 2,820,000	Rp 1,327,233	Low
7	Maryam Cookies and Cream	137	Rp 6,780	Rp 20,000	Rp 13,220	Rp 928,860	Rp 2,192,000	Rp 1,811,140	Low
8	Roti Maryam Original	27	Rp 5,280	Rp 16,000	Rp 10,720	Rp 142,560	Rp 459,000	Rp 289,440	Low
9	Roti Maryam Milk	18	Rp 6,000	Rp 17,000	Rp 11,000	Rp 108,000	Rp 324,000	Rp 198,000	Low
10	Roti Maryam Chocolate	25	Rp 6,000	Rp 18,000	Rp 12,000	Rp 150,000	Rp 450,000	Rp 300,000	Low
11	Roti Maryam Cheese	15	Rp 7,992	Rp 18,000	Rp 10,008	Rp 119,880	Rp 270,000	Rp 150,120	Low
	<b>Total</b>	788				Rp 8,000,947	Rp 17,066,000	Rp 10,700,053	
	<b>Average CM</b>							Rp 13,579	

Sumber: Hasil Olahan Penulis

### Tinjauan Mengenai Klasifikasi Menu Di Kambing Soon Resto & Café Bandung

Menu dapat dievaluasi dengan menganalisis popularitas dan kemampuan masing – masing jenis makanan dan minuman pada sebuah menu dalam memberikan kontribusi keuntungan. Setelah sebuah menu telah diketahui tingkat popularitas dan profitabilitasnya, maka sebuah menu dapat dimasukkan ke dalam suatu lembar kerja yang disebut lembar kerja

rekayasa menu atau *menu engineering worksheet*.

Berikut ini merupakan tabel hasil olahan data penulis berdasarkan *menu engineering worksheet* dan gambar menu classification dari kategori menu yang ada di Kambing Soon Resto & Café Bandung untuk periode Maret-Agustus 2017.

Tabel 13  
*Menu Engineering Worksheet “Hot Grilled”*  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold (MM)	Menu Mix (%)	Item Food Cost (Rp)	Item Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Menu CM (Rp)	CM Category	MM % Category	Menu Item Classification
	<b>Hot Grilled</b>											
1	Kambing Bakar	271	43.29	Rp 37,500	Rp 65,000	Rp 27,500	Rp 10,162,500	Rp 17,615,000	Rp 7,452,500	High	High	Stars
2	Iga Bakar Sapi	71	11.34	Rp 31,667	Rp 65,000	Rp 33,333	Rp 2,248,357	Rp 4,615,000	Rp 2,366,643	High	Low	Puzzles
3	Chicken BBQ	66	10.54	Rp 20,000	Rp 50,000	Rp 30,000	Rp 1,320,000	Rp 3,300,000	Rp 1,980,000	High	Low	Puzzles
4	Sate Kambing	96	15.34	Rp 30,509	Rp 50,000	Rp 19,491	Rp 2,928,864	Rp 4,800,000	Rp 1,871,136	Low	High	Plowhorses
5	Sate Ayam	39	6.23	Rp 17,592	Rp 40,000	Rp 22,408	Rp 686,088	Rp 1,560,000	Rp 873,912	Low	Low	Dogs
6	Sate Buntel	83	13.26	Rp 12,600	Rp 30,000	Rp 7,400	Rp 1,045,800	Rp 2,490,000	Rp 1,444,200	Low	High	Plowhorses
	<b>Total</b>	626					Rp 18,391,609	Rp 34,380,000	Rp 15,988,391			
	<b>Average CM</b>			Rp 25,540.56								

Indeks Popularitas (%)	11.67											
------------------------	-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabel 14  
 Menu Engineering Worksheet “Lamb Favourite”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold (MM)	Menu Mix (%)	Item Food Cost (Rp)	Item Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Menu CM (Rp)	CM Category	MM % Category	Menu Item Classification
	<b>Lamb Favorites</b>											
1	Kambing Crispy	131	25.54	Rp 15,508	Rp 35,000	Rp 19,492	Rp 2,031,548	Rp 4,585,000	Rp 2,553,452	High	High	Star
2	Tongseng Kambing	114	22.22	Rp 14,108	Rp 32,000	Rp 17,892	Rp 1,608,312	Rp 3,648,000	Rp 2,039,688	Low	High	Plowhorse
3	Gulai Kambing	219	42.69	Rp 27,319	Rp 45,000	Rp 17,681	Rp 5,982,861	Rp 9,855,000	Rp 3,872,139	Low	High	Plowhorse
4	Kambing Blackpepper	49	9.55	Rp 28,427	Rp 45,000	Rp 16,573	Rp 1,392,923	Rp 2,205,000	Rp 812,077	Low	Low	Dog
	<b>Total</b>	513					Rp 11,015,644	Rp 20,293,000	Rp 9,277,356			
	<b>Average CM</b>		Rp 18,084.51									
	<b>Indeks Popularitas (%)</b>		17.5									

Tabel 15  
 Menu Engineering Worksheet “Common Favourite”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold (MM)	Menu Mix (%)	Item Food Cost (Rp)	Item Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Menu CM (Rp)	CM Category	MM % Category	Menu Item Classification
	<b>Common Favorites</b>											
1	Tongseng Ayam	150	26.88	Rp 9,000	Rp 32,000	Rp 23,000	Rp 1,350,000	Rp 4,800,000	Rp 3,450,000	High	High	Star
2	Sop Buntut Kuah	137	24.55	Rp 42,774	Rp 50,000	Rp 7,226	Rp 5,860,038	Rp 6,850,000	Rp 989,962	Low	High	Plowhorse
3	Sop Buntut Goreng	134	24.01	Rp 44,980	Rp 55,000	Rp 10,020	Rp 6,027,320	Rp 7,370,000	Rp 1,342,680	Low	High	Plowhorse
4	Chicken Papparazi	67	12.01	Rp 10,745	Rp 30,000	Rp 19,255	Rp 719,915	Rp 2,010,000	Rp 1,290,085	High	Low	Puzzle
5	Wings BBQ	70	12.54	Rp 8,574	Rp 25,000	Rp 16,426	Rp 600,180	Rp 1,750,000	Rp 1,149,820	High	Low	Puzzle
	<b>Total</b>	558					Rp 14,557,453	Rp 22,780,000	Rp 8,222,547			
	<b>Average CM</b>		Rp 14,735.75									
	<b>Indeks Popularitas (%)</b>		14									

Tabel 16  
 Menu Engineering Worksheet “Nasi Goreng”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold (MM)	Menu Mix (%)	Item Food Cost (Rp)	Item Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Menu CM (Rp)	CM Category	MM % Category	Menu Item Classification
	<b>Nasi Goreng</b>											

1	Nasi Goreng Ayam	34	5.44	Rp 9,129	Rp 25,000	Rp 15,871	Rp 310,386	Rp 850,000	Rp 539,614	Low	Low	Dog
2	Nasi Goreng Seafood	20	3.20	Rp 11,300	Rp 25,000	Rp 13,700	Rp 226,000	Rp 500,000	Rp 274,000	Low	Low	Dog
3	Nasi Goreng Sapi	24	3.84	Rp 12,903	Rp 25,000	Rp 12,097	Rp 309,672	Rp 600,000	Rp 290,328	Low	Low	Dog
4	Nasi Goreng Kambing	113	18.08	Rp 11,757	Rp 30,000	Rp 18,243	Rp 1,328,541	Rp 3,390,000	Rp 2,061,459	Low	High	Plowhorse
5	Nasi Goreng Jantan	219	35.04	Rp 11,500	Rp 30,000	Rp 18,500	Rp 2,518,500	Rp 6,570,000	Rp 4,051,500	Low	High	Plowhorse
6	Nasi Goreng Kambing Gila	215	34.40	Rp 23,381	Rp 65,000	Rp 41,619	Rp 5,026,915	Rp 13,975,000	Rp 8,948,085	High	High	Star
	<b>Total</b>	625					Rp 9,720,014	Rp 25,885,000	Rp 16,164,986			
	<b>Average CM</b>		Rp 25,863.98									
	<b>Indeks Popularitas (%)</b>		11.67									

Tabel 17  
 Menu Engineering Worksheet “Cemilan”  
 Periode Maret – Agustus 2017

No	Menu Item Name	Number Sold (MM)	Menu Mix (%)	Item Food Cost (Rp)	Item Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Menu CM (Rp)	CM Category	MM % Category	Menu Item Classification
	<b>Cemilan</b>											
1	French Fries	55	6.98	Rp 9,600	Rp 28,000	Rp 18,400	Rp 528,000	Rp 1,375,000	Rp 1,012,000	High	High	Star
2	Sausages	46	5.84	Rp 18,000	Rp 25,000	Rp 7,000	Rp 828,000	Rp 1,380,000	Rp 322,000	Low	Low	Dog
3	Cireng Rujak	94	11.93	Rp 10,000	Rp 30,000	Rp 20,000	Rp 940,000	Rp 2,350,000	Rp 1,880,000	High	High	Star
4	Choco Rapid Pancake	78	9.90	Rp 15,500	Rp 25,000	Rp 9,500	Rp 1,209,000	Rp 1,950,000	Rp 741,000	Low	High	Plowhorse
5	Finger Potatoes	152	19.29	Rp 7,440	Rp 25,000	Rp 17,560	Rp 1,130,880	Rp 3,496,000	Rp 2,669,120	High	High	Star
6	Es Krim Goreng	141	17.89	Rp 13,587	Rp 23,000	Rp 9,413	Rp 1,915,767	Rp 2,820,000	Rp 1,327,233	Low	High	Plowhorse
7	Maryam Cookies and Cream	137	17.39	Rp 6,780	Rp 20,000	Rp 13,220	Rp 928,860	Rp 2,192,000	Rp 1,811,140	Low	High	Plowhorse
8	Roti Maryam Original	27	3.43	Rp 5,280	Rp 16,000	Rp 10,720	Rp 142,560	Rp 459,000	Rp 289,440	Low	Low	Dog
9	Roti Maryam Milk	18	2.28	Rp 6,000	Rp 17,000	Rp 11,000	Rp 108,000	Rp 324,000	Rp 198,000	Low	Low	Dog
10	Roti Maryam Chocolate	25	3.17	Rp 6,000	Rp 18,000	Rp 12,000	Rp 150,000	Rp 450,000	Rp 300,000	Low	Low	Dog
11	Roti Maryam Cheese	15	1.90	Rp 7,992	Rp 18,000	Rp 10,008	Rp 119,880	Rp 270,000	Rp 150,120	Low	Low	Dog
	<b>Total</b>	788					Rp 8,000,947	Rp 17,066,000	Rp 10,700,053			
	<b>Average CM</b>		Rp 13,578.75									
	<b>Indeks Popularitas (%)</b>		6.36									

## SIMPULAN DAN SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya tentang indeks popularitas, marjin kontribusi, dan klasifikasi menu makanan di Kambing Soon Resto & Café Bandung pada periode Maret – Agustus 2017, maka penulis membuat kesimpulan mengenai hasil analisis tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis indeks popularitas dari setiap menu makanan dapat disimpulkan bahwa dari 32 menu makanan yang penulis teliti terdapat 18 *items* atau 56,25% termasuk dalam kategori yang memiliki indeks popularitas tinggi. Sedangkan 14 *items* atau sekitar 43,75% masuk dalam kategori yang memiliki indeks popularitas rendah.
2. Berdasarkan dari hasil analisis marjin kontribusi dari setiap menu makanan dapat disimpulkan bahwa dari 32 menu makanan yang penulis teliti terdapat 11 *items* atau 34,38% termasuk dalam kategori dengan marjin kontribusi tinggi. Sedangkan 21 *items* atau 65,62% masuk dalam kategori dengan marjin kontribusi rendah.
3. Berdasarkan *menu engineering worksheet*, menu dikelompokkan menjadi 4 klasifikasi yaitu *Stars*, *Plowhorses*, *Puzzles*, dan *Dogs*. Dengan melakukan pengelompokan tersebut maka pihak manajemen restoran dapat mengontrol menu yang mereka tawarkan dengan baik. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dari 32 menu makanan yang penulis teliti, menu tersebut diklasifikasikan sebagai berikut:
  - a. Kategori *stars* terdiri dari 7 menu dengan persentase sebesar 21,88%.
  - b. Kategori *plowhorses* terdiri dari 11 menu dengan persentase sebesar 34,37%.
  - c. Kategori *puzzles* terdiri dari 4 menu dengan persentase sebesar 12,50%.
  - d. Kategori *dogs* terdiri dari 10 menu dengan persentase sebesar 31,25%.
4. Strategi pengembangan bisnis berbasis *Menu Engineering* di Kambing Soon Resto & Cafe
  - a. Menu yang masuk dalam kategori *stars* (popularitas tinggi dan profitabilitas tinggi) merupakan menu unggulan baik. Bagi kelompok ini pihak Kambing Soon perlu menjaga kualitas menu tersebut, sehingga tetap menjadi idola bagi para pelanggan.
  - b. Menu yang masuk ke dalam kelompok *plowhorses* (popularitas tinggi namun profitabilitas rendah) dapat diperbaiki dengan meningkatkan harga jual. Bisa dengan melakukan inovasi sehingga bisa menaikkan harga jual. Namun jangan terlalu tinggi meningkatkan harga jual, karena bisa berpengaruh terhadap popularitas.
  - c. Untuk menu yang masuk ke dalam kelompok *puzzles* (popularitas rendah namun profitabilitas tinggi) dapat diperbaiki dengan melakukan promosi yang lebih untuk kelompok menu ini dan diskon atau dijadikan *recommended* menu untuk pelanggan.
  - d. Untuk menu yang masuk ke dalam kelompok *dogs* (popularitas dan profitabilitas rendah) pihak

manajemen perlu melakukan peningkatan kembali terhadap menu tersebut dari segi rasa, penampilan, porsi, harga dan kualitasnya dan dapat melakukan inovasi menu dengan menggunakan bahan dasar yang sama. Langkah terakhir yang bisa dilakukan adalah menghapus menu di kategori ini dan mengganti dengan menu baru.

Pihak manajemen Kambing Soon Resto & Café Bandung diharapkan untuk menerapkan *menu engineering* sebagai alat untuk memantau perkembangan menu dan melakukannya setiap periode, yaitu setiap 6 bulan. Sehingga, dapat mengetahui sejauh mana menu yang masih diinginkan oleh tamu. Pihak manajemen juga diharapkan memberikan pemahaman mengenai *menu engineering* kepada karyawan agar pemantauan perkembangan menu dapat terlaksana dengan baik serta diharapkan untuk lebih mengembangkan produk dengan bahan utama kambing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006
- Coltman, Michael M dan Martin G. Jagels. 2001. Hospitality Management Accounting, seventh edition . New York.
- Dittmer, Paul R. 2003. *Principles of Food, Beverage, and Labor Cost Control 7th ed.* New York : John Wiley & Sons.
- Dittmer, Paul R, J. Desmond Keefe. 2009. Principle of Food, Beverage, and Labor Cost Control. Hoboken New Jersey : Jhon Wiley & Sons.
- Jagles, Martin G. Ralston, Catherine E. 2007. *Hospitality Management Accounting*. New Jersey : John Wiley & Sons.
- Miller, Jack E, David R. Hayes dan Lea R. Dopson. 2002. Food and Beverage Cost Control. New York, John Wiley & Sons.
- Nawawi, Hadari. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press.
- Ninemeir, Jack D. 1990. Management of Food and Beverage Operation. Michigan. The Educational Intitute of AHMA.
- Ninemeier, Jack D. 2009. *Planning and Control for Food and Beverage Operation*. Michigan : The Educational Institute of AHMA.
- Scanlon, Nancy L. 1992. Catering Menu Management. New York. Van Nostand Reinhold.
- Scanlon, Nancy Loman. 2000. *Catering Management*. USA : John Wiley & Sons
- Schmidgall, Raymond S. 1997. Managerial Accounting. Michigan. The Educational Institute of American Hotel and Motel Association (AHMA).
- Siagian, Sondang P. 1992. Fungsi – Fungsi Manajerial. Jakarta: Bina Aksara.
- Spears, Gregoire Marry B. *Food Service Organizations 5th ed.* New Jersey : Pearson Education, 2004
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Administrasi. Jakarta : Alfabeta

Sulaiman, Samsudin. 2013. Metodologi Penelitian. Bandung : Enhaii pres