

**ANALISIS MENU ENGINEERING SEBAGAI UPAYA PENYUSUNAN MENU  
PADA CAFE & RESTO RTM (WISATA SUNGAI TELLO) KOTA MAKASSAR**

Riska Veronika<sup>1</sup>. Politeknik Bosowa.

St Hadijah<sup>2</sup>. Politeknik Bosowa.

Dewi Andriani<sup>3</sup>. Politeknik Bosowa.

Hesti Astiani<sup>4</sup>. Politeknik Bosowa.

---

**Abstrak** Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan tingkat popularitas dan margin contribution pada Cafe dan Resto RTM (Wisata Sungai Tello) di Kota Makassar. Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi, observasi dan wawancara langsung. Penelitian ini menggunakan menu engineering sebagai metode analisis. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah margin kontribusi dan tingkat popularitas (volume penjualan) suatu item menu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa item menu yang dijual oleh Cafe dan Resto RTM (Wisata Sungai Tello) sebanyak 40% termasuk dalam kategori star, 40% menu termasuk kategori plowhorses dan 20% termasuk kategori dog. Sehingga strategi yang dapat dilakukan oleh Cafe dan Resto RTM (Wisata Sungai Tello) adalah mempertahankan serta melakukan promosi terhadap menu yang termasuk dalam kategori star, melakukan evaluasi terhadap biaya bahan dan harga jual untuk kategori plowhorses dan melakukan eliminasi terhadap menu yang termasuk kategori dog.

Kata kunci: menu\_engineering; kuliner; wisata

**Abstract** The aim of this research is to determine the level of popularity and contribution margin at Cafe and Resto RTM (Tello River Tourism) in Makassar City. The types of data in this research are qualitative and quantitative data. Data collection techniques are documentation, observation and direct interviews. This research uses menu engineering as an analysis method. The variables analyzed in this research are the contribution margin and level of popularity (sales volume) of a menu item. The research results show that 40% of the menu items sold by Cafe and Resto RTM (Tello River Tourism) are in the star category, 40% of the menu items are in the plowhorses category and 20% are in the dog category. So the strategy that can be carried out by Cafe and Resto RTM (Tello River Tourism) is to maintain and promote menus for the star category, evaluate ingredient costs and selling prices for the plowhorses category and eliminate menus that are in the dog category.

Keywords: menu\_engineering; culinary; tourism

---

<sup>1</sup> [riska@politeknikbosowa.ac.id](mailto:riska@politeknikbosowa.ac.id)

## PENDAHULUAN

Wisata kuliner merupakan salah satu tren wisata yang saat ini mengalami peningkatan di kota Makassar. Peningkatan ini ditandai dengan banyaknya lokasi yang berubah tempat menjadi lokasi wisata kuliner. Selain itu, adanya promosi kota Makassar sebagai Kota Makan Enak yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Makassar (Admindispar, 2023) membuat tren wisata kuliner di kota Makassar menjadi semakin meningkat. Dengan adanya perkembangan pariwisata ini, berdampak pula terhadap peningkatan fasilitas penunjang kegiatan wisata kuliner antara lain kafe dan restoran di Kota Makassar.

Kafe dan restoran yang didirikan bertujuan untuk mencari keuntungan sebagai hasil dari penjualan makanan dan minuman. Untuk membantu penjualan makanan dan minuman ini, biasanya akan ditawarkan menu kepada tamu atau wisatawan yang berkunjung. Menu merupakan daftar nama makanan dan minuman yang disajikan oleh restoran disertai dengan harga makanan dan minuman tersebut. Terkadang di dalam menu juga menyertakan deskripsi singkat mengenai bahan yang digunakan untuk membuat makanan dan minuman (Tumpuan, 2021). Menu yang baik merupakan modal bagi suatu restoran untuk dapat bertahan dalam menghadapi pesaingnya. Bahkan sebelum dapur dan restoran yang ditujukan untuk melayani tamu didirikan, daftar menu harus sudah selesai dibuat (Kadek and Adnyani, 2022).

Menu yang baik adalah menu yang paling banyak penjualannya dan mampu memberikan keuntungan kepada restoran (Kadek and Adnyani, 2022). Indikator untuk menentukan banyaknya penjualan menu dan keuntungan yang dihasilkan dapat dilihat pada data pencatatan jumlah penjualan menu pada periode tertentu. Hasil pencatatan ini selanjutnya dianalisis untuk menentukan langkah yang tepat bagi restoran dalam memasarkan dan menjual makanan dan minuman mereka. Salah satu cara untuk menganalisis menu tersebut adalah menggunakan konsep menu engineering.

Menu Engineering digunakan untuk menilai seberapa efektif menu memenuhi permintaan pelanggan dan untuk menentukan berapa banyak hotel menghasilkan dari penjualan makanan dan minuman, yang dapat membantu mencapai tujuan penjualan (Setiyawati and Bangkalang, 2020). Secara konsep yang harus dibahas pada Menu Engineering yakni (1) Berapa harga yang sangat menguntungkan dalam menu, (2) Apa biaya potensial bagi menu yang dijual, (3) Pada level harga dan model yang bagaimana sebuah restoran dapat

meningkatkan keuntungan yang besar, (4) Manakah di antara bahan menu saat ini yang perlu disusun kembali harganya diganti ataupun direposisi, (5) Bagaimana perubahannya bisa dievaluasi atau dianalisis. Menu Engineering dapat mengukur kemampuan dalam memenuhi apa yang diinginkan oleh tamu, serta mengetahui pemasukan atau keuntungan yang diperoleh dan bisa meningkatkan target penjualan makanan dan minuman (Merta, 2012).

Berdasarkan pemaparan tersebut, Cafe & Resto RTM (Wisata Sungai Tello) merupakan salah satu restoran di Kota Makassar yang telah ada sejak tahun 2011. Pada awalnya restoran ini mampu menarik perhatian pengunjung dengan suasananya, namun terjadi penurunan penjualan menu pada beberapa tahun terakhir. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik restoran, pihak restoran telah melakukan inovasi dengan menambah variasi menu yang ditawarkan di restoran, akan tetapi penambahan variasi ini tidak disertai dengan metode analisis terhadap menu yang telah terjual. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis menu engineering sebagai upaya penyusunan menu pada Cafe & Resto RTM (Wisata Sungai Tello) Kota Makassar yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan restoran.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***State of art***

Penelitian oleh Bagus Putu Ekadharna Susila dan Surya Nugraha (2021) bertujuan untuk menganalisis menu-menu yang ada di Kori Restaurant & Bar, Kuta - Bali pada periode Juni – Desember 2019. Hasil analisis menu menunjukkan bahwa kelompok makanan pembuka (appetizer) dengan kategori kuda bajak sebanyak 3 item, bintang 4 item, dog 2 item dan puzzle 1 item. Keputusan dan tindak lanjut yang akan diambil adalah mempertahankan menu, mengubah harga menu, memperbaiki posisi menu atau mengubah menu yang dapat dibuat berdasarkan masing-masing menu.

Penelitian oleh Safitri dkk (2023) bertujuan untuk mengetahui keadaan menu yang dimiliki Outlet XYZ, dalam tingkat popularitas yang tinggi dan keuntungan yang tinggi pula atau sebaliknya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis menu engineering. Hasil analisis menunjukkan bahwa diantara 12 jenis makanan yang diteliti, 25% dalam kategori star, 25% yang lain dalam kategori plowhorse, 8,3% dalam kategori puzzle, dan 41,6% dalam kategori dog.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian oleh Atmaja dkk (2023) dilakukan untuk membantu manajemen Swell Bar & Restoran dalam mengevaluasi menu dengan menganalisis hubungan antara tingkat popularitas dan profibilitas suatu item menu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa item menu dengan kategori puzzle dan dog masih tinggi dan memiliki selisih yang tidak jauh dengan kategori star dan plowhorse. Hal ini menunjukkan bahwa performa menu di Swell Bar & Restoran belum cukup bagus dan perlu dilakukan analisis menu secara rutin untuk meningkatkan pendapatan di Swell Bar & Restoran.

### Menu Engineering

Menu Engineering merupakan metode yang diusulkan Kasavana dan Smith. Tujuan menu engineering adalah untuk menentukan strategi yang tepat dalam memaksimalkan penjualan dan keuntungan berdasarkan pencatatan hasil penjualan menu sehingga usaha dapat berkembang dengan baik (Atmaja, Pambudi and Wardana, 2023). Menu Engineering terkadang mampu menawarkan ringkasan keputusan yang dibuat untuk menetapkan Penjualan yang telah terjadi selama periode waktu tertentu dengan dasar dari strategi sehingga Anda dapat mengetahui apa saja yang harus dilakukan dalam hal tindak lanjut dan solusi untuk mendongkrak volume penjualan menu yang akan datang. Berikut adalah beberapa definisi dari istilah yang digunakan dalam Menu Engineering:

1. *Menu Mix* (MM) adalah pemeriksaan preferensi pelanggan pada menu pilihan atau permintaan pelanggan. (popularitas).
2. *Contribution Margin* (CM) adalah pemeriksaan keuntungan kotor (kontribusi margin) dari semua komponen pada menu.

Margin kontribusi item menu adalah fokus dari strategi ini dengan memeriksa tingkat popularitas suatu item menu dan pendekatan kontribusi margin. Untuk menentukan tingkat popularitas suatu item menu dengan rumus sebagai berikut :

$$70\% \times \frac{1}{n} \times N = \text{tingkat popularitas}$$

Pada rumus yang dicantumkan, **n** merupakan jumlah menu item yang disediakan, kemudian 70% adalah persentase minimum menu terjual yang harus dicapai, dan **N** adalah total proporsi yang dijual dari menu yang harus dicapai. Persentase batas minimal yang diperlukan untuk menentukan kategori item menu dalam studi Menu Engineering adalah

70%. Sedangkan untuk menentukan margin kontribusi untuk setiap item pada menu dilakukan dengan cara menentukan selisih antara harga jual dan biaya makanan item menu terkait (Wiyasha, 2011). Terdapat dua belas tahapan yang dilakukan untuk melakukan analisis menggunakan menu engineering yang dapat dilihat pada Bagan 1 berikut.



Bagan 1. Tahapan Analisis Menu Engineering

Sumber: (Merta, 2012)

Tahap pertama dari analisis menu engineering adalah melakukan identifikasi bahan-bahan menu yang bersaing. Selanjutnya tahap kedua adalah mencatat menu yang terjual. Tahap ketiga adalah menghitung proporsi bahan menu dengan menggunakan rumus:

$$MM\% = \frac{\text{Menu terjual}}{\text{Total menu terjual}}$$

Selanjutnya melakukan kategori MM% yang dibagi menjadi tiga kategori yaitu (a) Nilai MM% =  $(1/N \times 0,70)$ ; (b) Nilai MM% tinggi  $> (1/N \times 0,70)$ ; (c) Nilai MM% rendah  $< (1/N \times 0,70)$ .

Tahap kelima adalah membuat daftar harga jual menu. Selanjutnya tahap keenam adalah menentukan harga makanan standar, penjumlahan harga semua bahan yang dipergunakan.

Tahap ketujuh adalah menghitung kontribusi margin menu dengan rumus:

$$CM = \text{Harga Jual} - \text{Biaya Standar Makanan}$$

Selanjutnya tahap kedelapan adalah menentukan CM setiap menu. Tahap kesembilan adalah

$$CM \% = \frac{\text{Bahan Menu CM}}{\text{Total Menu CM}}$$

menghitung proporsi bahan kontribusi margin dengan rumus:

Tahap kesepuluh mengklasifikasikan bahan kontribusi margin dengan kategori: (a) Nilai CM = Menu CM dibagi Jumlah total bahan terjual; (b) CM % > Nilai CM; (c) CM % < Nilai CM. Tahap kesebelas adalah menerapkan klasifikasi bahan menu kategori MM% dan kategori CM. Selanjutnya membuat usulan keputusan terkait menu yang telah dianalisis (Merta, 2012).

Berikut matriks kategori item menu dengan pendekatan *Menu Engineering* sebagai berikut:

|            |      |                            |                |
|------------|------|----------------------------|----------------|
| Popularity | High | <b>Plowhorses</b>          | <b>Stars</b>   |
|            | Low  | <b>Dogs</b>                | <b>Puzzels</b> |
|            |      | Low                        | High           |
|            |      | <b>Margin Contribution</b> |                |

Bagan 2. Matriks Kategori Menu  
Sumber : IBM Wiyasha, 2011

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa menu dengan tingkat popularitas tinggi (MM High) dan profitabilitas yang tinggi (CM High), maka kategori menunya adalah Star. Selanjutnya menu dengan tingkat popularitas tinggi (MM High) namun tingkat profitabilitas rendah (CM Low) maka masuk ke dalam kategori Plow Horses. Menu dengan tingkat popularitas rendah (MM Low) namun tingkat profitabilitas tinggi (CM High) maka termasuk kategori Menu puzzle dan menu dengan tingkat popularitas rendah (MM Low) dan profitabilitas menu rendah (CM Low) maka termasuk kategori Dog.

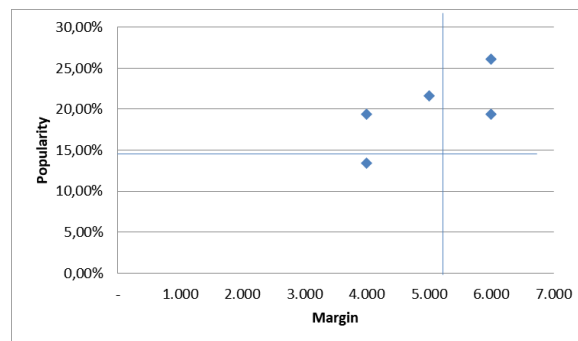
## **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian bertempat di Cafe & Resto RTM (Wisata Sungai Tello) di Kompleks Citra Tello Permai, Kota Makassar. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi hasil catatan menu yang terjual di Cafe dan Resto RTM (Wisata Sungai Tello). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah sales history, *menu price*, buku menu penjualan, dan asil penjualan setiap bulan. Data yang didapatkan selanjutnya dianalisis menggunakan lembar kerja menu engineering.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah Makan Terapung RW Tello Mandiri (RTM) Cafe dan Resto di Kompleks Citra Tello Permai, Makassar. Restoran ini memiliki konsep restoran terapung yang memiliki daya tarik berupa pemandangan sungai Tello saat pengunjung menikmati makanan yang disajikan. Rumah makan yang berdiri sejak tahun 2021 ini memanfaatkan bantaran sungai sebagai media pelihara berbagai jenis ikan seperti ikan lele dan nila, sayur mayur yang ditanam oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) dari masing-masing kelompok setiap RT. Selain itu restoran ini juga menawarkan pelayaran sepanjang Sungai Tallo bagi pengunjung restoran. Cafe dan Resto RTM (Wisata Sungai Tello) memiliki berbagai macam menu yang merupakan menu utama seperti paket menu ikan laut, paket menu ikan tawar dan paket ayam. Pencatatan untuk penjualan menu secara harian dan bulanan telah dilakukan oleh pihak restoran secara teratur. Hasil pencatatan mengenai penjualan dan biaya yang dikeluarkan untuk membuat suatu menu tersebut selanjutnya dianalisis dalam penelitian ini.

Berdasarkan data penjualan Cafe dan Resto RTM (Wisata Sungai Tello) maka didapatkan hasil analisis pada Bagan 3 berikut:



Bagan 3. Analisis Menu Engineering data penjualan Cafe dan Resto RTM (Wisata Sungai Tello)  
Sumber: Hasil analisis peneliti, 2023

Hasil dari analisis pada Bagan 3 di atas, maka didapatkan kategori menu sebagai berikut:

### 1. Kategori (star)

Menu yang termasuk ke dalam kategori star jika mendapatkan kontribusi margin dan tingkat popularitas yang tinggi. Sebanyak 40% menu makanan yang dijual oleh Cafe dan Resto RTM (Wisata Sungai Tello) termasuk kategori Star. Untuk menu yang termasuk dalam kategori ini pihak restoran dapat mempertahankan dan meningkatkan promosi

menu. Promosi dapat dilakukan dengan cara melakukan memberikan instruksi kepada pramusaji untuk menawarkan menu kepada tamu yang berkunjung ke restoran.

2. Kategori (Plowhorses)

Menu yang termasuk kategori plowhorse adalah menu memiliki tingkat popularitas tinggi tetapi tingkat keuntungan yang rendah. Berdasarkan hasil analisis data terdapat 40% menu yang termasuk kategori plowhorses. Menu yang termasuk kategori plowhorse dapat ditingkatkan menjadi kategori Star. Pihak Cafe dan Resto RTM (Wisata Sungai Tello) dapat melakukan penghitungan ulang terhadap biaya produksi dan harga jual menu yang termasuk kategori ini.

3. Kategori (Puzzle)

Menu yang termasuk ke dalam kategori puzzle adalah menu yang memiliki peringkat popularitas rendah tetapi menghasilkan keuntungan tinggi. Berdasarkan hasil analisis data tidak terdapat menu yang tergolong dalam kategori puzzle.

4. Kategori (Dog)

Menu yang termasuk dalam kategori Dog adalah menu yang memiliki tingkat popularitas rendah dan keuntungan yang juga rendah. Berdasarkan hasil yang diperoleh terdapat 20% menu yang termasuk kategori Dog. Untuk menu yang termasuk kategori Dog, pihak oleh Cafe dan Resto RTM (Wisata Sungai Tello) dapat melakukan penghitungan kembali mengenai harga jual yang digunakan untuk menu tersebut. Selanjutnya pihak restoran dapat melakukan promosi dengan menjadikan menu yang berada di kategori Star dan kategori Dog sebagai menu paket.

## **KESIMPULAN**

Peneliti memilih lokasi penelitian di Cafe & Resto RTM (Wisata Sungai Tello) untuk diteliti untuk menentukan strategi yang tepat dalam menjual menu bagi pihak restoran dengan memperhatikan kategori menu berdasarkan hasil analisis menu engineering. Hasil analisis data didapatkan bahwa sebanyak 37% menu di Cafe & Resto RTM (Wisata Sungai Tello) termasuk ke dalam kategori Star, 25% termasuk kategori Plowhorses dan 38% menu termasuk kategori Dog. Tidak terdapat menu yang termasuk ke dalam Puzzle. Menu yang termasuk dalam kategori Star berarti menu tersebut mendapatkan penilaian yang tinggi pada tingkat



popularitas dan keuntungan yang dihasilkan. Menu yang termasuk dalam kategori plowhorses berarti menu tersebut mendapatkan penilaian yang tinggi pada popularitas tetapi menghasilkan keuntungan yang sedikit. Sedangkan menu yang termasuk dalam kategori Dog mengindikasikan menu tersebut mendapatkan penilaian rendah pada tingkat popularitas dan keuntungan. Untuk menu yang termasuk ke dalam kategori Star, maka disarankan kepada pihak Cafe & Resto RTM (Wisata Sungai Tello) untuk mempertahankan dan lebih meningkatkan penjualan menu. Sedangkan untuk menu yang termasuk kategori Plowhorse disarankan untuk melakukan penghitungan kembali terhadap biaya bahan baku dan harga jual menu. Untuk menu dengan kategori Dog maka pihak restoran dapat memberikan promosi paket yang menawarkan menu kategori Star dan kategori Dog dalam satu paket. Jika hal ini tidak memungkinkan, alternatif lain yang ditawarkan kepada pihak Cafe & Resto RTM (Wisata Sungai Tello) adalah menghapus menu yang termasuk kategori Dog dan mengganti dengan menu baru.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Admindispar (2023) *Dispar Makassar Promosi Kota Makan Enak di Karnaval HUT Makassar*. Available at: [https://explore.makassar.go.id/en\\_gb/dispar-makassar-promosi-kota-makan-enak-di-karnaval-hut-makassar/](https://explore.makassar.go.id/en_gb/dispar-makassar-promosi-kota-makan-enak-di-karnaval-hut-makassar/) (Accessed: 23 January 2024).
- Atmaja, I. N. P. S., Pambudi, B. and Wardana, M. A. (2023) 'Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Berbasis Menu Engineering Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Restoran', *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(5), pp. 1206–1224. doi: 10.22334/paris.v2i5.428.
- Bagus Putu Ekadharna Susila and Surya Nugraha (2021) 'Menu Engineering Sebagai Strategi Penetapan Produk Makanan Dalam Menghadapi Tatanan Kehidupan Baru Di Kori Restaurant & Bar Kuta - Bali', *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 3(1), pp. 14–27. doi: 10.51713/jamas.v3i1.45.
- Kadek, N. and Adnyani, W. (2022) 'Analisis Menu Engineering Dalam Upaya Engineering Menu Analysis in Effort Increasing Consumer Purchase Interest', 01(09), pp. 2489–2514.
- Merta, M. (2012) 'Menu Engineering Sebagai Langkah Penetapan Strategi', *Jurnal Social Ekonomi Pertanian*, 5(3), pp. 1–11.
- Safitri, E. Y., Aprilia Divi Yustita and Wijaya, J. C. A. (2023) 'Analisis Menu Engineering dengan Pendekatan Matriks untuk Menentukan Strategi Bauran Pemasaran Bisnis Kuliner', *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), pp. 100–107. doi: 10.23887/jmpp.v6i1.59634.

- Setiyawati, N. and Bangkalang, D. H. (2020) 'Penerapan Metode Two Step Cluster dalam Analisis Menu Engineering pada Usaha Kuliner', *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(2), pp. 359–366. doi: 10.25126/jtiik.2020722012.
- Tumpuan, A. (2021) 'Penerapan Sistem Menu Engineering dalam Upaya Peningkatan Kualitas Menu di Restoran Bintang Inti Executive Village Clubhouse', *Jurnal Pariwisata Terapan*. Universitas Gadjah Mada, 5(1), pp. 60–73. doi: 10.22146/JPT.66724.
- Wiyasha, I. (2011) *F&B Cost Control: Untuk Hotel & restoran (2)*. 2nd edn. Yogyakarta: Andi Offset.