

MENU ENGINEERING SEBAGAI LANGKAH PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA RESTORAN SARI LAUT RESTU BALI

MADE MERTA

Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana

ABSTRACT

Engineering Menu Method so called “Unique Method of Menu Analysis and Design” try to answer the problems faced by restaurant entrepreneur. This method implemented in “Food Service Operation” in many famous restaurant in the world. Result of the research indicated that: (1) The existence menu at Dewi restu Bali restaurant effect toward achieved food sell target, (2) There are three items of sum menu that analysis is Diod category, 5 menu include Plowhorse and 2 menu include Pizzle, and only 5 menu include Star category. Based on this result of analysis, so the market strategi have to implemented, are: (a) For Stara category through to increase of sell price gradually, (b) Plowhorse menu category need to see competitor condition, material price and competitor sell price, before to increase the sell price, (c) For Puzzle menu category to increase the sell volume only can conducted with increase promotion more selectively, (d) Dog menu category will give burden to the the other menu, and (e) The restoran should conduct Engeneering menu periodically.

Key Word: Menu, Strategy, Marketing

PENDAHULUAN

Bali sebagai salah satu pusat pariwisata di Indonesia telah berkembang sangat pesat dan menjadi salah satu tujuan yang paling populer bagi wisatawan mancanegara dan nusantara. Data tahun 1998, periode dimana kelesuan telah melanda dunia karena krisis moneter yang terjadi, menunjukkan bahwa Bali masih dikunjungi oleh lebih dari lima juta wisatawan, dan sampai saat ini kunjungan masih berada pada kisaran angka itu (Dinas Pariwisata Bali, 2004).

Sejalan dengan perkembangan jumlah kunjungan wisatawan, maka tumbuh pula berbagai fasilitas penunjang pariwisata seperti restoran dan rumah makan yang menyediakan menu tertentu. Dari 549 restoran dengan 46.957 tempat duduk yang tersedia, sebagian besar berada di daerah Badung dan Kodya Denpasar. Dapat dipastikan bahwa restoran yang menyediakan menu sesuai pesanan (*a la carte*), saling berlomba dan bersaing dalam menyajikan kepuasan kepada para pelanggannya. Walaupun kepuasan pelanggan adalah salah satu tujuan utama, namun ada sisi lain yang seringkali membebani pikiran para pengusaha restoran. Beban pikiran tersebut secara sederhana disampaikan dalam pertanyaan sbb: kenapa diantara menu yang dijual ada yang laris namun tidak memberikan keuntungan yang signifikan, tetapi ada menu yang kurang laris namun

memberikan keuntungan yang sangat signifikan. Salah satu upaya yang dilakukan untuk menyasati kenyataan ini adalah para pengusaha tetap menyajikan menu tersebut sebagai menu khas restorannya, walupun keuntungan yang diperoleh tidak signifikan.

Disisi lain prinsip bahwa penjualan harus dapat memberikan keuntungan yang signifikan tetap dikedepankan, agar kegiatan usaha dapat berkembang dengan baik Untuk mengatasi masalah inilah diperlukan langkah-langkah penting menyusun strategi dan desain pemasaran dengan memperhatikan setiap perubahan yang terjadi.

Metode Menu Engineering yang diperkenalkan oleh Michael Kasavana (1999), yang disebutnya sebagai “unique method of menu analysis and design” mencoba menjawab permasalahan pengusaha tadi. Metode ini banyak diterapkan terutama dalam “food service operations” di restoran-restoran terkenal di dunia.

Salah satu tujuan prinsip Menu Engineering adalah bagaimana memaksimalkan penjualan dan keuntungan sehingga usaha dapat berkembang dengan baik. Analisis dapat dilakukan secara manual maupun computer, walaupun sejak semula metode ini disusun dan diperkenalkan untuk analisis computer seperti yang ditulis dalam buku ‘Computer System For Food Service Operrations “. Dalam tulisan ini disajikan cara analisis dengan metode manual agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan sederhana.

Secara konsep ada beberapa hal yang harus dijawab terlebih dahulu sebelum melakukan menu engineering yakni: (i) Berapakah harga yang paling menguntungkan bagi sebuah menu; (ii) Apakah biaya potensial bagi menu yang dijual; (iii) Pada level harga dan model campuran yang bagaimana sebuah restoran dapat meningkatkan keuntungannya; (iv) Yang manakah diantra bahan menu saat ini yang perlu disusun kembali harganya, diganti ataupun direposisi; (v) Bagaimana perubahan ini bisa dievaluasi.

Walaupun sepintas Menu Engineering terlihat sangat kompleks, namun ternyata telah banyak dipergunakan dalam memperbaiki efektifitas managerial, dalam pembuatan harga, isi, desain dan strategi pemasaran. Sebagaimana halnya aktifitas ekonomi yang lain, tekanan karena terjadinya inflasi menjadi salah satu hambatan yang sangat merisaukan pengusaha restoran, terutama bagian penyajian. Dalam kondisi demikian bagian penyajian cenderung melakukan tindakan-tindakan sebagai berikut: (i) mengurangi porsi (ii) membeli bahan khusus, (iii) mengurangi pemberian gratis bahan makanan, (iv) lebih tertarik menyajikan makanan a la carte, (v) meningkatkan harga menu, (vi)mengurangi beaya tenaga kerja, dan (vii) memperketat control operasional.

Tindakan tersebut merupakan tindakan yang paling populer dilakukan untuk keluar dari persoalan. Namun tanpa disadari hal ini memiliki potensi yang kuat untuk

mempengaruhi pelanggan sehingga risikonya adalah menurunnya volume usaha. Kecendrungan tindakan yang diambil diatas sebenarnya sangat bertolak belakang dengan yang disarankan yakni meningkatkan permintaan dan menu yang mampu bertahan lama. Untuk sampai pada orientasi inilah Kasavana memperkenalkan konsep Menu Engineering.

METODOLOGI

Kerangka Teoritis

Menu engineering adalah serangkaian proses dimana manajemen dapat melakukan evaluasi penyusunan harga, desain dan isi menu pada saat sekarang maupun yang akan datang.

Dua elemen dasar yang menjadi focus perhatian dalam analisis ini adalah :

- a. *Menu Mix* (MM) yakni suatu analisis mengenai permintaan pelanggan atau analisis mengenai kesukaan pelanggan pada menu pilihannya.
- b. *Contribution Margin* (CM) yakni suatu analisis dari kontribusi margin (keuntungan kotor) semua bahan menu (analisis menentukan penyusun item harga).

Seperti diketahui strategi yang sudah biasa dilakukan dalam penyusunan harga menu adalah semata-mata didasarkan pada biaya dan mark-up biaya tersebut..Hal ini diduga akan bisa berakibat kurang baik bahkan menjadi kendala dalam memaksimalkan keuntungan dan pendapatan. Dalam melakukan menu engineering diperlukan operator penyajian yang betul-betul akrab dengan biaya bahan menu, harga jual, dan jumlah terjual selama beberapa periode. Karena dalam analisis setiap bahan menu diklasifikasikan dan dievaluasi keberhasilan pemasaran dan penyusunan harganya.

Metode dan Tahapan Analisis

Secara teknis selanjutnya dilakukan dua belas langkah menu engineering sebagai berikut:

- Tahap 1 : Melakukan identifikasi bahan-bahan menu yang bersaing. Buatlah daftar dari semua bahan menu tersebut.
- Tahap 2 : Catat jumlah bahan yang terjual (terpakai)
- Tahap 3 : Menghitung proporsi bahan menu campuran. Setiap penjualan dibagi menurut jumlah total kover yang terjual yang menghasilkan campuran menu

Bahan Menu Terjual

Jumlah Total Terjual

$$\text{MM \%} = \underline{\hspace{2cm}}$$

Tahap 4 : Mengkategorikan presentase campuran menu (MM%). Kategori tinggi atau rendah tergantung dari nilai MM% yang didapatkan. Pencapaian nilai ditentukan dengan penambahan 70% x1 dibagi jumlah menu yang bersaing (1/N).

Hasilnya dapat berupa :

- (a) Nilai MM% = (1/N x 0,70)
- (b) Nilai MM% tinggi > (1/N x 0,70)
- (c) Nilai MM% rendah < (1/N x 0,70)

Tahap 5 : Membuat daftar harga jual menu.

Tahap 6 : Menentukan harga makanan standar, penjumlahan harga semua bahan yang dipergunakan.

Tahap 7 : Menghitung kontribusi margin bahan menu. Kontribusi margin untuk setiap bahan didapat dengan cara mengurangi harga jual (Langkah 5) dengan biaya standar bahan makanan (Langkah 4).

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

Tahap 8 : Menentukan Kontribusi Margin (CM) menu. Jumlah dari setiap bahan menu CM (Langkah 7), dikalikan dengan MM (Langkah 2) untuk menentukan total menu CM

Tahap 9 : Menghitung proporsi bahan kontribusi margin .

Setiap bahan CM (Langkah 7) dibagi dengan menu CM (Langkah 8) untuk menghasilkan bahan menu CM% (Persentase Kontribusi Margin).

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

Tahap 10: Mengklasifikasikan bahan kontribusi margin. Klasifikasi tinggi atau rendah tergantung apakah melebihi nilai rata-rata CM. Nilainya dihitung dengan membagi menu CM (Langkah 8) dengan jumlah keseluruhan bahan yang dijual (Langkah 2).

Hasilnya dapat berupa :

- (a) Nilai CM = Menu CM dibagi Jumlah total bahan terjual.
- (b) CM % > Nilai CM

(c) $CM \% < \text{Nilai } CM$

Tahap 11: Menerapkan klasifikasi bahan menu kategori MM% (Langkah 4) dan kategori CM (Langkah 10), dipergunakan untuk menetapkan kategori menu ke dalam klas tertentu. Lazim memakai istilah klas Dog (rendah MM%, dan rendah CM), Puzzle (rendah MM%,tinggi CM) ,Plowhorse (tinggi MM%, rendah CM), atau Star (tinggi MM%,tinggi CM). Istilah ini diambil dari istilah pemasaran hanya untuk memudahkan saja.

Tahap 12: Mengajukan usulan keputusan untuk memelihara, mereposisi, mengganti atau menyusun kembali harga bahan menu. Misalnya dari analisis yang dilakukan dapat dilihat langkah apa yang pantas diperbuat berdasarkan kategori yang ditemukan:

Klasifikasi	Menu Action
Star	Dipertahankan
Plowhorse	Disusun Ulang Harganya
Puzzle	Reposisi
Dog	Diganti

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Untuk aplikasi menu engineering, penulis mempergunakan data dari Restoran Dewi Restu Bali. dari penelitian yang dilakukan selama bulan Nopember 2003 –April 2004. Target penjualan restoran ditetapkan sebesar Rp. 16.850.264,- (data lampiran 1).Penjualan ternyata hanya mencapai Rp. 13.969.295,- Untuk itu diperlukan analisis Menu Engineering, untuk dapat mengetahui potensi dan tindak lanjut yang harus dilakukan untuk memenuhi target yang ditentukan.

Tahapan analisis yang harus dilakukan sesuai dengan urutan yang disebutkan terdahulu yakni :

Tahap 1: Menentukan kategori menu mix (MM).

- Tulis daftar menu yang akan dianalisis, diambil dari daftar menu yang sudah ada.. Menu-menu tersebut masuk dalam kolom A.
- Misalnya smoked ducking dimasukkan di kolom A. Data sales history record, porsi yang terjual masing makanan pada kolom B.
- Smoked ducking Menu Mix-nya adalah 129. Setelah itu carilah presentase menu mix masing-masing, dengan rumus $MM\% = \frac{\text{Menu mix}}{\text{Total Menu Mix}} \times 100\%$ kali 100%. $MM\% \text{ Smoked ducking} = \frac{129}{447} \times 100\% = 0,289$.
- Langkah selanjutnya adalah menentukan kategori menu mix dengan mencari rata-rata menu mix. Rumusnya adalah $\frac{1}{\text{jumlah menu}} \times 70\% \times 100$. Untuk Smoked ducking didapat : $\frac{1}{4} \times 70\% \times 100 = 0,175$. Jadi kesimpulannya kategori MM dari Smoked ducking adalah 0,289 ,lebih besar dari 0,175 (high).

Tahap 2 : Menentukan kategori Contribution Margin.

1. Terlebih dahulu tulis harga jual (selling price) dari masing-masing makanan, sesuai dengan sesuai daftar menu (lampiran 3 kolom E).
2. Smoked ducking selling pricenya Rp.12.800. Kemudian hitung total revenue pada kolom F, didapat $\text{Menu Mix} \times \text{selling price} = \text{Total Revenue}$. Smoked ducking total reventuennya $= 129 \times \text{Rp.12.800,-} = \text{Rp.1.651.200,-}$
3. Selanjutnya menulis food cost setiap menu (.Ada pada buku resep. Menu. Smoked ducking ,food costnya adalah Rp. 8.320,-
4. Menghitung dan menuliskan total food cost dari masing-masing menu pada kolom (H) didapat dari : $\text{menu mix (B)} \times \text{Food Cost (G)} = \text{Total Food Cost (H)}$.
5. Smoked ducking Total Food Costnya $= 129 \times 8.320 = 1.073.280$
6. Menghitung dan menuliskan Contribution Margin dari setiap Unit menu pada kolom (I) diperoleh dari : $\text{Selling Price} \times \text{Food}$
7. $\text{Cost} = \text{Contribution Margin (CM)}$
8. Contoh Smoked ducking adalah $12.800 \times 8.320 = 4.480$
9. Menghitung Total Contribution Margin dari masing-masing menu
10. Pada kolom (J) di dapat dari : $\text{Menu Mix} \times \text{Contribution Margin} =$
11. Contribution Margin (CM).
12. Contoh untuk Smoked ducking adalah : $129 \times 4.480 = 577.920$

13. Menghitung dan menuliskan kategori Contribution Margin pada Kolom (K) dengan terlebih dahulu mencari Average Contribution Margin (ACM) : Total CM keseluruhan dibagi Total Menu Mix.
14. Contoh pada menu appetizer $ACM = 1.416.380 : 447 = 3.168,6$, maka katagori MM dari Smoked ducking ; $4.480 > 3.168,6$ (high).
15. Hasil kategori tersebut kemudian dibandingkan dengan kategori
16. Menu mix % .Kategori MM% : Kategori CM .Ini dipergunakan
17. Untuk mendapatkan klasifikasi yakni ; MM% : CM = H : H
18. Jadi termasuk kategori Star .

Dengan melalui tahapan analisis seperti diatas maka menu yang ada dapat dikelompokkan kedalam klasifikasi sebagai berikut :

1. Star

Kelompok ini merupakan menu yang memiliki tingkat popularitas tinggi dan Contribution Margin (CM) atau tingkat keuntungan yang tinggi pula. Jumlah menu Star pada tiap jenis courses adalah :

- Appetizer : 1
- Soup : 0
- Main course : 5
- total : 6 menu items

2. Plowhorse

Pada kelompok ini menu memiliki popularitas tinggi tetapi Contribution Margin (CM) atau tingkat keuntungan rendah. Jumlah menu yang termasuk kategori ini adalah :

- Appetizer : 2
- Soup : 1
- Main course : 2
- Total : 5 menu items

3. Puzzle.

Pada kelompok ini menu memiliki popularitas rendah, tetapi Contribution Margin (CM) atau tingkat keuntungan tinggi, jumlah menu yang tergolong puzzle pada setiap courses adalah :

- Appetizer : 1
- Soup : 1
- Main course : 0
- Total : 2 menu items

4. Dog

Pada kelompok ini menu memiliki tingkat popularitas rendah, dan Contribution Margin (CM) atau tingkat keuntungan rendah. Jumlah menu tergolong menu dog pada tiap jenis courses adalah:

- Appetizer : 0
- Soup : 0
- Main courses : 3
- Total : 3 menu items

Sebelum melakukan menu engineering, sangatlah sulit untuk menentukan efektifitas dari masing-masing menu dengan tingkat penjualan dan keuntungan yang berbeda satu dengan lainnya. Hal ini menyulitkan dalam mengambil langkah lebih lanjut berupa kebijaksanaan yang berhubungan erat dengan usaha peningkatan penjualan maupun keuntungan. Dari hasil analisis berupa pengelompokan menu seperti diatas maka dapat lah diambil beberapa kebijaksanaan sbb:

1. Menu kategori Star

- a. Mempertahankan kualitas makanan porsiserta penampilannya sesuai standar recipe yang berlaku.
- b. Meneliti kenaikan harga bahan makanan yang disesuaikan dengan harga jual makanan.
- c. Apabila permintaan menunjukkan peningkatan maka harga jual dapat dinaikkan secara berkala, dengan tetap memperhatikan restoran pesaing.

2. Menu kategori Plowhorse

- a. Mempertahankan kualitas makanan sertapenampilan sesuai dengan standar recipe yang berlaku.

- b. Melakukan penekanan biaya dengan pengawasan dalam pemesanan bahan, pengolahan serta penyajian.
- c. Menaikkan harga jual makanan secara bertahap apabila permintaan meningkat, sehingga posisi menu ini dapat ditingkatkan menjadi Star.

3. Menu kategori Puzzle

- a. Meningkatkan popularitas menu dengan cara meletakkan pada posisi strategis, menjual pada posisi “to day menu”, menjual melalui table d’hotel menu
- b. Mengganti nama menu dengan nama yang lebih menarik
- c. Menurunkan harga jual makanan dengan memperhatikan kondisi dan harga jual pesaing.
- d. Mempertimbangkan untuk menarik / menghapus menu puzzle . . .
- e. Menarik pelanggan dengan memberikan potongan harga atau penyebaran selebaran.
- f. Membatasi jumlah menu dengan kategori puzzle karena akan menambah beban biaya terhadap yang lainnya.

4. Menu dengan kategori Dog.

Untuk kategori ini dapat diambil tindakan sebagai berikut :

- a. Mengganti nama menu dengan nama yang lebih menarik supaya dapat memikat pelanggan
- b. Menghapus menu yang ada, untuk menghindari beban bagi yang lain.
- c. Mengganti dengan menu yang lebih menarik.

Tindakan Lanjutan yang Mungkin dapat Diperimbangkan adalah :

No.	Menu	Kategori	Tindak Lanjut
1	Smoked ducking	Star	Kualitas makanan, porsi penampilan dipertahankan
2	Prawn and honey dew salad	Puzzle	Tingkatkan popularitas, dengan meletakkan pada posisi strategis atau menjual melalui special today
3	Seafood Strudel	Plowhorse	Melakukan penekanan harga
4.	Green salad	Plowhorse	Menaikkan harga
5	Mushroom Soup	Puzzle	Meningkatkan popularitas menu atau menurunkan harga
6	Chicken soup	Plowhorse	Mempertahankan kualitas dan menaikkan

			harg
7	Sole and smoked salmon	Dog	Dihapus atau diganti dengan menu yang lebih baik
8	Fillet of Snaper	Dog	Menghapus atau mengganti dengan menu yang lebih baik
9	Slices of Graupa	Dog	Mengganti dengan menu yang lebih baik.
10	Seafood steamboat	Plowhorse	Bila mungkin harga jual dinaikkan atau food cost ditekan
11	Meat Steamboat	Plowhorse	Naikkan harga secara bertahap.
12	Combination Steamboat	Star	Kualitas ,orsi dan penampilan dipertahankan
13	Grilled Sirloin and gratinated	Star	Pertahankan kualitas,naikan harga secara bertahap

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dari bahasan yang telah dilakukan ternyata bahwa keberadaan menu pada restoran Dewi Restu Bali, sangat berpengaruh terhadap tercapainya target penjualan makanan.
2. Terdapat tiga item dari jumlah menu yang dianalisis merupakan kategori Dog, 5 menu termasuk Plowhorse dan 2 menu dalam klasifikasi Pizzle. Hanya 5 dari menu yang dianalisis yang termasuk katagori Star.
3. Melihat hasil anlisis diatas, maka strategi pemasaran yang harus ditempuh adalah :
 - a. Untuk katagori Star peningkatan harga jual secara bertahap dapat dilakukan bila permintaan meningkat, untuk mengejar tingkat keuntungan maksimal.
 - b. Menu dengan katagory Plowhorse perlu melihat kondisi pesaing, harga bahan dan harga jual pesaing, sebelum meningkatkan harga jual.
 - c. Untuk menu katagori Puzzle peningkatan volume penjualan hanya bisa dilakukan dengan meningkatkan upaya promosi secara lebih efektif. Bahkan dipertimbangkan untuk dihapuskan karena dapat menjadi beban menu lainnya.
 - d. Menu dengan katagori Dog akan memberikan beban kepada menu lainnya.Oleh karena itu menu ini dapat segera dihapuskan dari daftar menu yang ditawarkan.

Saran

Restoran sebaiknya melakukan Menu Engineering secara periodik, untuk dapat mengambil langkah-langkah strategis yang tepat. Pertimbangan lain adalah menu tertentu seperti Plowhorse atau Puzzle masih memiliki peluang untuk ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kassavana , Michael L dan Donald I Smith. 1982. Menu Engineering, Miami, Hospitality Publication Inc.
- Kassavana, Michael L. 1999. Computer Systems for Foodservice Operations A CBI Book, Published by Van Nostrand Reinhold Company.
- Kotler, Phillip. 1992. Manajemen Pemasaran ,Analisis, Implementasi, dan Pengendalian, Jl. I Erlangga Jakarta
- Ninemlear, Jack D. 1984. Planning and Control Food and Beverage Operation, Ins. Publication, Miami.
- Trink F, Chiffriller Jr. 1999. Successful Restaurant Operation , A CBI Book, Edited by Van Nostrand Reinhold Company.