

**ANALISIS MARGIN KONTRIBUSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN MAKANAN *DI SUGAR AND SPICE RESTAURANT*
PADA *ASTON KUTA HOTEL*
*AND RESIDENCE BADUNG***

Oleh :
Ni Nyoman Wardani

Abstrak

Salah satu indikator yang digunakan oleh manajemen Aston Kuta Hotel and Residences untuk mengetahui keberhasilan operasional usaha Restorannya adalah dengan melihat perbandingan antara anggaran dengan realisasi penjualan makanan dan minuman. Disana dijelaskan bahwa tingkat penjualan makanan belum dapat direalisasikan sehingga masih terdapat selisih tidak tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan selama satu tahun. Dimana target penjualan makanan ditetapkan sebesar Rp 10.726.769.562,- dengan realisasi sebesar Rp 9.953.007.211,- selisihnya masih cukup jauh yaitu rata – rata 7,21 %, dengan nilai toleransi 5 % perbulannya. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa penjualan makanan tidak berhasil mencapai target. Dari tidak tercapainya target penjualan makanan tersebut pihak manajemen berusaha menelusuri ketidak berhasilannya melalui komentar tamu yang masuk serta wawancara dengan manajer restoran diperoleh data bahwa variasi makanan mendapat komentar paling kurang. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa variasi makanan dalam sebuah menu mempengaruhi penjualan makanan sehingga tidak berhasil mencapai target.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : bagaimanakah margin kontribusi dalam usaha meningkatkan volume penjualan makanan di *Sugar And Spice Restaurant* dengan metode *Menu Engineering*? Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis menu makanan berdasarkan margin kontribusi di *Sugar And Spice Restaurant*, dan menentukan tindak lanjut yang harus dilakukan berdasarkan hasil klasifikasi menu dengan metode *menu engineering*. Hasil penelitian diketahui bahwa 21 hidangan tergolong dalam kelompok *Star* dengan persentase 23,59%, 31 hidangan yang tergolong dalam kelompok *Plowhorse* dengan persentase 34,83%, 16 hidangan tergolong dalam kelompok *Puzzle* dengan persentase 17,98%, 21 hidangan yang tergolong *Dog* dengan persentase 23,59%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilakukan usaha-usaha dalam meningkatkan volume penjualan seperti melakukan promosi dalam bentuk menjual makanan yang kategori kurang laku dengan harga yang lebih murah, dengan menu makanan yang berbeda setiap bulannya. Melakukan *Happy*

Hour, (seperti beli dua gratis satu) dari menu yang kategori kurang laku dengan waktu yang telah ditentukan.

Kata Kunci : Analisis Menu, Menu Makanan, Menu Engineering, Marjin Kontribusi, Klasifikasi Menu.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti masalah yang ada di salah satu restoran yang berada di kawasan Kuta tepatnya di *Aston Kuta Hotel and Residence* yaitu *Sugar & Spice Restaurant*. Restoran ini berada pada kondisi persaingan yang ketat dengan restoran lain yang berada di kawasan Kuta. Dengan kapasitas 150 tempat duduk dan jam buka dari 06.30 sampai pukul 23.00 wita, restoran ini melayani *breakfast, lunch, dan dinner*. *Sugar & Spice Restaurant* menyajikan makanan internasional dan juga makanan Indonesia dengan menu *A'la carte*, jenis pelayanan yang ditetapkan adalah *American Service*. Penjualan makanan yang diperoleh *Sugar & Spice Restaurant* pada tahun 2014 tidak dapat melampaui target yang telah ditetapkan, hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel1.1 : Penjualan Makanan dan Minuman di *Sugar & Spice Restaurant* Periode Bulan Januari Sampai Dengan Desember 2014

Bulan	Makanan		Selisih		Minuman		Selisih	
	Target	Realisasi	Rp	%	Target	Realisasi	Rp	%
Januari	894.880.942	776.792.646	-118.088.296	-13,2	171.303.369	183.433.161	12.129.792	7,08
Februari	894.856.359	800.424.322	-94.432.037	-10,55	225.589.373	246.254.857	20.665.484	9,16
Maret	928.840.917	818.386.000	-110.454.917	-11,89	221.663.408	229.830.839	8.167.431	3,68
April	722.477.016	675.509.500	-46.967.516	-6,5	211.248.119	225.028.500	13.780.381	6,52
Mei	744.962.313	750.871.354	5.909.041	0,79	206.114.078	248.643.356	42.529.278	20,63
Juni	787.041.595	792.136.500	5.094.905	0,65	196.163.202	245.075.500	48.912.298	24,93
Juli	822.187.909	732.276.516	-89.911.393	-10,94	185.331.295	204.569.743	19.238.448	10,38
Agustus	1.010.553.378	893.604.451	-116.948.927	-11,57	227.755.980	284.285.937	56.529.957	24,82
September	963.162.286	970.404.500	7.242.214	0,75	241.469.852	294.126.000	52.656.148	21,81
Oktober	953.033.196	804.604.455	-148.428.741	-15,57	210.376.171	220.963.365	10.587.194	5,03
November	850.681.471	874.612.000	23.930.529	2,81	137.987.355	175.434.500	37.447.145	27,14
Desember	1.154.092.180	1.063.384.967	-90.707.213	-7,86	239.187.814	300.284.161	61.096.347	25,54
Total	10.726.769.562	9.953.007.211	-773.762.351		2.474.190.016	2.857.929.919	383.739.903	
Rata-rata	893.897.464	829.417.268	-64.480.195,92	-7,21	206.182.501,33	238.160.826,58	31.978.325,25	15,51

Sumber : *Sugar & Spice Restaurant* Kuta, Bali

Berdasarkan dari tabel diatas diketahui bahwa *Sugar & Spice Restaurant* selama periode bulan Januari sampai dengan Desember 2014 belum mampu mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh manajemen yaitu sebesar Rp 10.726.769.562,- dengan realisasi sebesar Rp 9.953.007.211,- selisihnya masih cukup jauh yaitu rata – rata 7,21 %, dengan nilai toleransi 5 % perbulannya. Berbeda dengan pendapatan minuman, *Sugar & Spice Restaurant* telah dapat melampaui target yang telah ditetapkan sebesar Rp 2.474.190.016,- dan realisasi sebesar Rp 2.857.929.919,- dengan selisih persentase 15.51 %, maka masalah dalam minuman tidak akan dikaji dalam pembahasan ini.

Berdasarkan wawancara dengan manajer *Sugar & Spice Restaurant*, untuk meningkatkan penjualan tentunya manajemen harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan tamu. Oleh sebab itu pihak manajemen selalu melakukan pencatatan terhadap setiap *guest comment* yang masuk, yang

mengomentari masalah – masalah yang berhubungan dengan operasional di restoran. Data pada tabel ini akan menampilkan komentar tamu terhadap *Sugar & Spice Restaurant* periode bulan Januari sampai dengan Desember 2014.

Tabel 1.2 : Komentar Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Variasi Makanan, Harga, Serta Sanitasi Area Restoran Periode Bulan Januari Sampai Dengan Bulan Desember 2014.

Komentar	Baik		Cukup		Kurang		Total	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Makanan								
Kualitas	8923	96,15	245	2,64	112	1,21	9280	100
Harga	7863	84,73	1123	12,10	294	3,17	9280	100
Variasi	2023	21,80	149	1,61	7.108	76,59	9280	100
Minuman								
Kualitas	9071	97,75	153	1,65	56	0,60	9280	100
Harga	8965	96,61	217	2,34	98	1,06	9280	100
Variasi	7890	85,02	1186	12,78	204	2,20	9280	100
Kualitas								
Pelayanan	9123	98,31	112	1,21	45	0,48	9280	100
Sanitasi	9034	97,35	171	1,84	75	0,81	9280	100

Sumber : *Sugar & Spice Restaurant* Kuta, Bali

Berdasarkan dari tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa paling banyak mendapatkan komentar kurang yaitu variasi makanan sebesar 7.108 atau 76.59 % dari tamu yang berkunjung dan mengisi angket sebanyak 9.280 orang. Tingginya persentase ini menurut manajer *Sugar&Spice Restaurant* dikarenakan kebanyakan item menu sama dengan restoran lain, variasi makanan terbatas, harga pokok makanan yang tinggi tetapi harga jual yang relatif rendah sehingga mengurangi keuntungan yang diinginkan. Sedangkan komentar tamu untuk minuman, kualitas pelayanan serta sanitasi area restoran mendapat tanggapan yang positif oleh para tamu. Adapun data penjualan makanan serta *food cost* pada *Sugar & Spice Restaurant* dapat dilihat sebagai berikut :

1.2 Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang permasalahan tersebut yang menjadi pokok permasalahan adalah “bagaimanakah margin kontribusi dalam usaha meningkatkan volume penjualan makanan di *Sugar & Spice Restaurant* dengan metode

II. Landasan Teoritis

2.1 Pengertian Analisis

Menurut Wiradi (2013), analisis adalah sebuah aktivitas yang memuat kegiatan memilah, mengurai, membedakan sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan menurut kriteria tertentu lalu dicari ditaksir maknanya dan kaitannya”.

Menurut *Taylor* dan *M. Brown* (2007:74), *menu analysis models enable restaurateurs to systematically evaluate individual menu item by comparing each menu item to other menu items based on pre-selected criteria*. Yang dapat diartikan bahwa analisis menu adalah proses evaluasi tiap-tiap menu yang ada secara sistematis berdasarkan kriteria yang dipilih.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa analisis, khususnya dalam analisis menu mengandung arti memilah, mengelompokkan menu kedalam kriteria atau klasifikasinya masing-masing secara sistematis.

2.2 Pengertian Margin Kontribusi

Kusnadi (2001:170), mengatakan bahwa margin kontribusi sering juga disebut batas kontribusi atau penghasilan marjinal (*marginal income*) adalah

kelebihan penjualan atas total biaya variabel termasuk biaya variabel *over head* pabrik dan penjualan administrasi.

Menurut Wiyasha (2007:196), marjin kontribusi merupakan selisih antara harga jual dengan biaya variabel per unit.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa, pengertian marjin kontribusi sebagai pendapatan dikurangi biaya variabel, yang digunakan untuk menutupi biaya tetap sehingga sisa yang dihasilkan dari pengurangan tersebut akan menghasilkan kerugian ataupun keuntungan pada periode berjalan.

Manfaat mengetahui marjin kontribusi menurut *Horgren* dan *Foster* (2003:61) adalah:

1. Marjin kontribusi seringkali membantu memutuskan produk mana yang perlu didorong dan produk mana yang tidak perlu mendapat penekanan atau dipertahankan semata - mata karena manfaat penjualannya bagi produk lainnya.
2. Marjin kontribusi sangat penting untuk membantu memutuskan apakah lini produk tertentu harus dihentikan.

2.3 Pengertian Volume Penjualan

Menurut *Schiffan* (2005:118), volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupee).

Volume penjualan menurut *Kotler* (2008:179), ialah jumlah barang yang dijual dalam jangka waktu tertentu.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa volume penjualan adalah jumlah barang yang terjual dalam suatu periode tertentu.

2.4 Pengertian Restoran

Pengertian Restoran menurut Soekresno (2006:16), adalah salah satu usaha komersil yang menyediakan pelayanan jasa makan dan minum bagi umum dan dikelola secara komersil. Menurut Marsum WA (2001:7), restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makan maupun minum.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa restoran adalah tempat dimana terdapat pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersil.

2.5 Pengertian *Menu Engineering*

Hubeis dan *Banuhapsari* (2001:133), menjelaskan bahwa *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.

Metode *menu engineering* diperkenalkan oleh *Kasavana* dan *Smith* pada tahun 1982, dalam metode ini yang menjadi penekanan adalah margin kontribusi item menu. Dua variabel yang dianalisis dalam pendekatan ini adalah margin

kontribusi dan tingkat popularitas (volume penjualan) item menu (Wiyasha, 2007:215). Dua elemen dasar yang menjadi fokus perhatian dalam analisis ini adalah :

1. *Menu Mix* (MM)

Menu mix adalah suatu analisis terhadap jumlah porsi makanan yang terjual pada periode tertentu. Untuk mengetahui apakah menu item tersebut memiliki tingkat popularitas tinggi atau rendah informasi yang diperlukan adalah :

a. *Menu Mix Percentage*

Untuk mendapatkan *Menu Mix Percentage* adalah dengan membagi menu mix dengan total *menu mix* kemudian dikalikan 100%.

Rumus :

$$\frac{\text{Menu Mix (MM)} \times 100 \%}{\text{Total Menu Mix}}$$

b. *Menu Mix Category*

Menu Mix Category didapat dengan rumus satu per jumlah menu dikali 70% kemudian dikalikan total menu mix yang disebut dengan rumus *Menu Mix Achievement Rate*.

Rumus :

$$\frac{1 \times 70 \% \times \text{Total Menu Mix}}{\text{Jumlah Menu (N)}}$$

2. *Contribution Margin (CM)*

Adalah selisih antara harga jual makanan dengan harga pokok makanan yang digunakan untuk menutupi biaya - biaya lain seperti biaya *over head*, pegawai, dan keuntungan.

- a. Dari uraian diatas CM dapat dirumuskan :

$$CM = \text{Harga Jual} - \text{Harga Pokok}$$

- b. *Percentage Contribution Margin*

Didapat dengan membagi total *contribution margin* per item dengan total *contribution margin*, kemudian dikalikan 100%

Rumus:

$$\frac{\text{Contribution Margin (CM) (item)} \times 100\%}{\text{Total Contribution Margin (CM)}}$$

- c. *Contribution Margin Category*

Adalah rata-rata CM didapat dengan rumus:

$$\frac{\text{Total CM}}{\text{Total MM}}$$

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Obyek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di *Sugar & Spice Restaurant* pada *Aston Kuta Hotel & Residence* yang beralamat di jalan wana segara ruko no. 2-5 kuta badung telp. (0361) 754 999 fax : (0361) 765 506 e-mail : www.astonkuta.com, Obyek penelitian ini adalah *menu – menu* yang ada didalam daftar menu di *Sugar & Spice Restaurant*. Analisis yang dilakukan adalah dengan metode *menu engineering*.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

a. Data Kuantitatif

Data yang berupa angka – angka seperti *Sales History* dan harga jual.

b. Data Kualitatif

Data yang berupa informasi yang bukan berupa angka – angka, seperti sejarah singkat *Sugar & Spice Restaurant*, lokasi dan struktur organisasi.

3.2.2 Sumber Data

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, dalam hal ini dari *Sugar & Spice Restaurant*, seperti, *Sales History*.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh tidak secara langsung dari sumbernya namun melalui pengolahan data primer yaitu diperoleh melalui laporan –

laporan, catatan - catatan, serta bacaan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

3.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode rekayasa menu, dengan tahapan sebagai berikut: berdasarkan Merta (2004), secara teknis selanjutnya dilakukan dua belas langkah *Menu Engineering* sebagai berikut :

1. Mencantumkan menu yang akan dianalisis.
2. Mencatat jumlah porsi makanan yang terjual dari masing - masing menu, yang merupakan *Menu Mixs*.
3. Menghitung proporsi bahan menu campuran. Setiap penjualan dibagi menurut jumlah *total cover* yang terjual yang menghasilkan campuran

$$MM \% = \frac{\text{Bahan Menu Terjual}}{\text{Jumlah Total Terjual}}$$

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

Hasilnya dapat berupa :

- a) Nilai $MM\% = (1/N \times 0,70)$
- b) Nilai $MM\% \text{ tinggi} > (1/N \times 0,70)$

c) Nilai MM% rendah $< (1/N \times 0,70)$

5. Membuat daftar harga jual menu.
6. Menentukan harga makanan standar, penjumlahan harga semua bahan yang dipergunakan.
7. Menghitung marjin kontribusi bahan menu, marjin Kontribusi untuk setiap bahan didapat dengan cara mengurangi harga jual (Langkah 5) dengan biaya standar bahan makanan (Langkah 4).

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

8. Menentukan *Contribution Margin* (CM) menu. Jumlah dari setiap bahan menu CM (Langkah7), dikalikan dengan MM (Langkah 2) untuk menentukan total menu CM.
9. Menghitung proporsi bahan *Contribution Margin*.

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

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

10. Mengklasifikasikan bahan *Contribution 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) $CM \% > \text{Nilai CM}$

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

11. Menerapkan klasifikasi bahan menu kategori MM% (Langkah 4) dan kategori CM (Langkah 10), dipergunakan untuk menetapkan kategori menu kedalam 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%,tinggiCM). Istilah ini diambil dari istilah pemasaran hanya untuk memudahkan saja.

12. Mengajukan usulan keputusan memelihara, mereposisi, mengganti atau menyusun kembali harga bahan menu.

IV. PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan Hasil Analisis

Mengoperasikan usaha restoran identik dengan melakukan aktifitas produksi dan pemasaran aktifitas produksi meliputi kegiatan menganalisa, merencanakan, menghasilkan beraneka ragam makanan dan minuman yang lezat serta pemberian fasilitas jasa pelayanan secara profesional dengan pelayanan khusus guna mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan melalui pendayagunaan sumber daya manusia, bahan baku dan modal yang berkualitas secara praktis dan efisien.

Dalam pengelolaan restoran, pengelola harus mengetahui cara memuaskan para tamunya dimana kepuasan tamu akan diperoleh apabila kebutuhan dan keinginannya tersebut dapat terpenuhi. Usaha restoran bisa berkembang apabila ada keseimbangan antara produk yang dihasilkan, pelayanan yang diberikan dan faktor penunjang operasional lainnya sehingga mampu memberikan kepuasan atas keinginan para tamu. Tidak dapat dilupakan juga tujuan manajemen yaitu untuk pencapaian keuntungan yang diharapkan.

Berdasarkan wawancara dengan manajer *Sugar & Spice Restaurant* dikatakan bahwa jumlah hidangan yang tersedia di *Sugar & Spice Restaurant* terbatas. Hidangan tersebut digunakan untuk menu *lunch* dan *dinner*. Sebagian besar hidangan memiliki keuntungan yang kotor yang relatif rendah yang disebabkan harga pokok makanan yang tinggi serta harga jual makanan yang rendah, sehingga mengurangi keuntungan yang diinginkan perusahaan. Hal ini

juga didukung dengan adanya data tentang perbandingan penjualan makanan dan *food cost* yaitu pada tabel 3.1 bab 1.

Pada bab 1 disebutkan bahwa salah satu indikator yang digunakan oleh manajemen untuk mengetahui keberhasilan operasional usahanya adalah dengan melihat perbandingan antara anggaran dengan realisasi penjualan makanan dan minuman berdasarkan tabel 1.1 bab 1. Disanalah dijelaskan bahwa tingkat penjualan makanan belum dapat direalisasikan sehingga masih terdapat selisih tidak tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan selama satu tahun. Dimana target penjualan makanan ditetapkan sebesar Rp 10.726.769.562,- dengan realisasi sebesar Rp 9.953.007.211,- selisihnya masih cukup jauh yaitu rata – rata 7,21 %, dengan nilai toleransi sebesar 5 % perbulannya. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa penjualan makanan tidak berhasil mencapai target.

Dari tidak tercapainya target penjualan makanan tersebut pihak manajemen berusaha menelusuri ketidakberhasilannya melalui komentar tamu. Dimana dari 9.280 komentar tamu yang masuk, sebanyak 7.108 orang tamu atau 76,58% diantaranya terfokus pada variasi makanan yang dianggap kurang baik. Dengan demikian jelas terlihat bahwa permasalahannya terletak pada menu. Oleh sebab itu perlu dianalisis dengan analisis menu.

Analisis menu merupakan alat bantu manajemen untuk mengevaluasi dan melihat kondisi menu sebagai produk utama yang ditawarkan di restoran sehingga dapat mengambil keputusan dalam penetapan harga, desain, dan isi menu yang disukai tamu dan menguntungkan sehingga tercapai target perusahaan.

Didalam menganalisis menu digunakan analisis *Menu Engineering* yang dicetuskan oleh *Kasavana*. Manfaat yang diperoleh apabila menggunakan analisis *Menu Engineering* adalah akan semakin memudahkan pihak manajemen dalam menyusun menu dan juga pihak manajemen akan memiliki standar yang baik terutama dalam hal mengambil keputusan, penetapan harga jual, desain dan isi menu. Dalam menganalisis menu digunakan kertas kerja *Menu Engineering* untuk memudahkan penganalisis.

Langkah – langkah dalam analisis menu dengan menggunakan *Menu Engineering* oleh *Kasavana* dalam *Wiyasha* (2007 : 225).

- 1) Mencantumkan menu yang akan dianalisis.
- 2) Mencatat jumlah porsi makanan yang terjual dari masing-masing menu, yang merupakan *Menu Mixs*.
- 3) Menghitung proporsi bahan menu campuran. Setiap penjualan dibagi menurut jumlah *total cover* yang terjual yang menghasilkan campuran menu.

$$\text{MM \%} = \frac{\text{Bahan Menu Terjual}}{\text{Jumlah Total Terjual}}$$

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

Hasilnya dapat berupa :

- a). Nilai $\text{MM\%} = (1/N \times 0,70)$

b). Nilai MM% tinggi $> (1/N \times 0,70)$

c). Nilai MM% rendah $< (1/N \times 0,70)$

- 5) Membuat daftar harga jual menu.
- 6) Menentukan harga makanan standar, penjumlahan harga semua bahan yang dipergunakan.
- 7) Menghitung marjin kontribusi bahan menu, marjin kontribusi untuk setiap bahan didapat dengan cara mengurangi harga jual (Langkah 5) dengan biaya standar bahan makanan (Langkah 4).

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

- 8) Menentukan *contribution margin* (CM) menu. Jumlah dari setiap bahan menu CM (Langkah7), dikalikan dengan MM (Langkah 2) untuk menentukan total menu CM.
- 9) Menghitung proporsi bahan *contribution margin*.

Setiap bahan CM (Langkah 7) dibagi dengan menu CM (Langkah 8) untuk menghasilkan bahan menu CM% (*Persentase contribution margin*).

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

- 10) Mengklasifikasikan bahan marjin kontribusi. 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). $CM \% > \text{Nilai CM}$
 - c). $CM \% < \text{Nilai CM}$
- 11) Menerapkan klasifikasi bahan menu kategori MM% (Langkah 4) dan kategori CM (Langkah 10), dipergunakan untuk menetapkan kategori menu kedalam 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%,tinggiCM). Istilah ini diambil dari istilah pemasaran hanya untuk memudahkan saja.
- 12) Mengajukan usulan keputusan 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 :

Berikut analisis menu makanan yang dilakukan per kelompok hidangan di *Sugar & Spice Restaurant*.

1. Menu *Appetizer* / Makanan Pembuka.

a. Langkah 1 (Mencatat Nama Makanan)

Appetizer : Terdiri dari *Chicken Pop Corn*, *Spring Roll*, *Calamari*,
Chicken Wing, *Fristo Misto*, *Potato Skins*, *French Fries*.

b. Langkah 2 (Mencatat *Food History*).

1.2 Klasifikasi Menu

Berdasarkan hasil dari analisis menu dengan menggunakan tabel *Menu Engineering* (Rekayasa Menu), oleh *Kasavana* dalam *Wiyasha* (2007 : 225), makanan yang dianalisis tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Kelompok *Star*

Kelompok bintang merupakan jenis makanan yang tergolong dalam kategori yang memiliki jumlah penjualan atau tingkat popularitas (*Menu Mix % Category*) tinggi / *High* (H) disertai dengan tingkat keuntungan (*Contribution Margin Category*) tinggi / *High* (H) bagi perusahaan. Persentase dari kelompok ini yaitu sebesar 23, 59 % dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\text{Star Persentase} = \frac{21}{89} \times 100 = 23,59 \%$$

Dari 89 jenis menu makanan yang dianalisis, ada 21 menu makanan yang tergolong dalam kelompok ini.

2. Kelompok *Plowhorse*

Kelompok kuda merupakan jenis menu makanan yang tergolong dalam kategori yang memiliki jumlah penjualan atau tingkat popularitas (*Menu Mix % Category*) tinggi / *High* (H) namun tingkat keuntungannya (*Contribution Margin Category*) rendah / *Low* (L) bagi perusahaan. Persentase dari kelompok ini yaitu sebesar 34, 83 % dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\text{Plowhorse Persentase} = \frac{31}{89} \times 100 = 34,83 \%$$

Dari 89 jenis menu makanan yang dianalisis, ada 31 menu makanan yang tergolong dalam kelompok ini.

3. Kelompok *Puzzle*

Kelompok teka – teki merupakan jenis menu makanan yang tergolong dalam kategori yang memiliki jumlah penjualan atau tingkat popularitas (*Menu Mix % Category*) rendah / *Low* (L) namun tingkat keuntungan (*Contribution Margin Category*) tinggi / *High* (H) bagi perusahaan. Persentase dari kelompok ini yaitu sebesar 17,98 % dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\text{Puzzle Persentase} = \frac{16}{89} \times 100 = 17,98 \%$$

Dari 89 jenis menu makanan yang dianalisis, ada 16 menu makanan yang tergolong dalam kelompok ini.

4. Kelompok *Dog*

Kelompok anjing merupakan jenis makanan yang tergolong dalam kategori yang memiliki jumlah penjualan atau tingkat popularitas (*Menu Mix % Category*) rendah / *Low* (L) disertai dengan tingkat keuntungan (*Contribution Margin Category*) yang rendah / *Low* (L) bagi perusahaan. Persentase dari kelompok ini yaitu sebesar 23,59 % dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\text{Dog Persentase} = \frac{21}{89} \times 100 = 23,59 \%$$

Dari 89 jenis menu makanan yang dianalisis, ada 21 menu makanan yang tergolong dalam kelompok ini.

Tabel 5.23 Pengelompokan Jenis Menu Makanan Yang Sudah Dianalisis Ke Dalam Kategori Menu Di *Sugar & Spice Restaurant*

STARS (High MM%, High CM)	PLOWHORSE (High MM%, Low CM)
Chicken Pop Corn, Spring Roll, Calamari, Caesar Salad, Archipelago Nasi Goreng, Archipelago Beef Burger, Kwetiaw Seafood, Nasi Goreng Kambing, Mie Goreng Ayam, Mie Goreng Seafood, Sapi Lada Hitam, Rosemary Chicken, Tenderloin, Chicken Wrap, Supreme Pizza, Your Favorite Pizza, Chicken Teriyaki, Mix Tropical Sliced Fruit, Spiced French Toast, Eggs Any Style, Omlete.	French Fries, King Prawn Salad, Cob Salads, Wild Mushroom Soup, Tom Yum Soup, Nasi Campur Bali, Archipelago Soup Buntut, Sate Campur, Soto Ayam, Bebek Goreng Kremes, Seafood Platter in Harmony, Salmon, Lamb Chop, Chicken Quesadillas, Penne Carbonara, Spaghetti Carbonara, Spaghetti Marinara Seafood, Balinese Seafood Pizza, Ramen, Tempura Udon, Chicken Katsudon, Archipelago Pisang Goreng, Vanilla Ice Cream, Chocolate Ice Cream, Creamy Home Made, Yogurt Fruit and Honey, Muesli, Breakfast Parfait, Whole Heat Pancakes, Brown Toast, Grilled Cheese and Toast.
PUZZLE (Low MM%, High CM)	DOG (Low MM%, Low CM)
Chicken Wing, Potato Skin's, Asian Chicken Hainan Salad, Butter Leek & Potato Soup, Soup Of The Day, Kwetiaw Ayam, US Rib Eye, Buntut Panggang Tuteuruga, Sop Gurami Kemangi, Tuna Steak, Pan Seared Dori, Beef Short Ribs, Cronut Ice Cream, Bailey's Choco Mousse, Mint Opera Cake, Creamy Scrumble Eggs.	Fristo Misto, Tomato & Iceberg Salad, Fish Tandoori Salad, Tomato Cream Soup, Archipelago Club Sandwich, Ayam Betutu, Ikan Bakar, Sate Plecing, Panini Sandwich, Beef Quesadillas, Fettucinne Carbonara, Fettucinne Aglio Olio, Fettucinne Marinara Seafood, Penne Aglio Olio, Penne Marinara Seafood, Spaghetti Aglio Olio, Quatro Stragioni, Beef Teriyaki, Beef Katsudon, Strawberr Ice Cream, Tropical Fruit Salad.

Berdasarkan dari tabel 5.23 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 21 hidangan yang masuk kategori *Star*, 31 hidangan masuk ke kategori *Plowhorse*, 16 hidangan masuk ke kategori *Puzzle*, dan 21 hidangan masuk ke kategori *Dog*.

1.3 Tindak Lanjut Analisis Menu

Berdasarkan dari hasil analisis diatas, maka pihak manajemen *Sugar & Spice Restaurant* meningkatkan penjualan makanan dalam rangka memperbaiki popularitas menu dan meningkatkan keuntungan, adalah berupa tindak lanjut yang akan diambil sesuai dengan hasil klasifikasi menu sebagai berikut.

1. Kelompok *Star*

- a) Mempertahankan kualitas, kuantitas, dan penampilan daripada hidangan.
- b) Menempatkan hidangan ini pada bagian menu yang paling strategis.
- c) Mengatur elastisitas harga yang telah ditentukan.

2. Kelompok *Plowhorse*

- a) Dalam menaikkan harga menu dalam klasifikasi ini harus berhati – hati karena perlu diperhatikan tanggapan yang diberikan oleh pelanggan terhadap kenaikan harga.
- b) Posisi menu ini perlu untuk diperhatikan dengan meletakkannya lebih rendah agar tidak mengurangi posisi *Star*.
- c) Menggabungkan hidangan ini dengan bahan makanan yang biaya bahan makanannya rendah untuk meningkatkan margin kontribusi.

3. Kelompok *Puzzle*

- a) Menghapus hidangan terutama yang memiliki tingkat penjualan rendah.
- b) Memperbaiki posisi hidangan ini pada menu.

- c) Membatasi jumlah hidangan jenis ini pada menu karena dapat mempengaruhi permintaan pelanggan.
- d) Mengganti nama hidangan tersebut untuk mempengaruhi tingkat popularitasnya.
- e) Menekan *food cost* sedapat mungkin untuk meningkatkan keuntungan.

4. Kelompok *Dog*

- a) Menghapus hidangan dengan klasifikasi *dog* dari menu.
- b) Hidangan dengan klasifikasi *dog* ini dapat diganti dengan jenis hidangan yang lebih menarik jika diperlukan untuk menjaga jumlah hidangan pada menu agar tetap pada jumlah yang sama.

V. KESIMPULAN DAN SARAN - SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap *A'la Carte Menu* pada *Sugar and Spice* Restoran dapat disimpulkan bahwa:

1. 21 hidangan tergolong dalam kelompok *Star* dengan persentase 23,59%, 31 hidangan yang tergolong dalam kelompok *Plowhorse* dengan persentase 34,83%, 16 hidangan tergolong dalam kelompok *Puzzle* dengan persentase 17,98%, 21 hidangan yang tergolong *Dog* dengan persentase 23,59%.
2. Makanan yang tergolong dalam klasifikasi *Star* merupakan makanan yang memiliki popularitas dan keuntungan yang tinggi, makanan yang tergolong dalam klasifikasi *Plowhorse* merupakan makanan yang memiliki tingkat popularitas yang tinggi namun memberikan keuntungan yang rendah, makanan yang tergolong dalam klasifikasi *Puzzle* merupakan makanan yang memiliki tingkat popularitas yang rendah namun memiliki keuntungan yang tinggi, makanan yang tergolong dalam klasifikasi *Dog* merupakan makanan yang memiliki popularitas dan tingkat keuntungan yang rendah.

1.2 Saran

Berdasarkan dari hasil analisis dan kesimpulan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka margin kontribusi dalam usaha meningkatkan volume penjualan makanan di *Sugar & Spice* restoran dengan metode *Menu Engineering* maka dapat disarankan bahwa :

- a. Melakukan promosi dalam bentuk menjual makanan yang kategori kurang laku dengan harga yang lebih murah, dengan menu makanan yang berbeda setiap bulannya.
- b. Melakukan *Happy Hour*, (seperti beli dua gratis satu) dari menu yang kategori kurang laku dengan waktu yang telah ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Wiradi.(2013).Pengertian Analisis. (<http://pengertianbahasa.blogspot.com/2013.02/pengertianananalisis.html>).Diakses pada 15 Januari 2016 jam 19.00 Wita.
- Kusnadi. 2001. Akuntansi Biaya (Tradisional & Modern). Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Jendral Achmad Yani.
- Horngren, Charles T, George Foster, Srikant F. Datar, 2003. *Cost Accounting: A Managerial Emphasis, 11th edition, New Jersey: Prentice-Hall International Inc.*
- Schiffan. (2005). Volume Penjualan, Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.* (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi Kedua belas, Jakarta: Erlangga.
- Soekresno. (2006), “*Management Food and Beverages Service Hotel*” (2006:16).
- Marsum WA.(2001), Sumber Restoran dan segala permasalahannya (2001:7) penerbit Andi, Yogyakarta, 2001.
- Hubbies dan Banuhapsari. (2001), Jurnal Teknologi dan Industri Pangan Vol XII No. 2, Jakarta.
- Kasavana dan Smith. (1982), *Menu Engineering*, Michigan, Hospitality Publishing Inc.
- Merta, Made. 2004. *Menu Engineering* Sebagai Langkah Penetapan Strategi Pemasaran pada Restoran Sari Laut Restu Bali, Jurnal Ekonomi, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana.
- Wiyasha. (2007), IBM. Akuntansi Manajemen untuk Hotel dan Restoran, Yogyakarta: Andi Offset.
- Kustiawan. 2013. Analisis Food and Beverages Costing Pada Tomo Ramen Restaurant dengan Pendekatan Matriks, Jurnal Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- J.J Taylor and Denise M. Brown, (2007), Menu Analisis: A Review of Techniques and Approaches. Digital Commons. fiu. edu. Michigan
- Dittmer, Paul R & J. Desmond Keefe, 2009, Principles of Food and Labor Cost Control 9th edition, New York: Van Nostrand Reinhold.

Wirartha, I Made. 2006. Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Yogyakarta: Andi Offset.