

STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN MAKANAN MELALUI ANALISIS *MENU ENGINEERING* DI DOME GARDEN CAFE

I Kadek Surya Andika Jaya, Rimalinda Lukitasari, dan Luh Sri Damayanti

Politeknik Internasional Bali
E-mail: rimatanzil@gmail.com

Abstrak

Prinsip bahwa penjualan harus memberikan keuntungan yang signifikan perlu tetap dikedepankan agar kegiatan usaha dapat berkembang dengan baik. Penjualan makanan yang tidak laris terjual dalam waktu yang cukup lama perlu diatasi dengan beberapa langkah penting untuk menyusun strategi. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi meningkatkan penjualan makanan di *Dome Garden Café*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menerapkan analisis menu engineering dan teori product life cycle untuk menyusun strategi peningkatan penjualan makanan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat menu kategori *stars* sebesar 29%, kategori *puzzles* sebesar 10%, kategori *plowhorses* sebesar 29%, terakhir kategori *dogs* sebesar 31%. Dari hasil analisis *menu engineering* tersebut, disusun strategi untuk strategi untuk *Dome Garden Café* berdasarkan teori *product life cycle* yaitu; 1) modifikasi resep makanan, 2) *rapid skimming strategy*, 3) teknik *suggestive selling*, 4) desain menu, 5) promosi melalui sosial media. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi kepada *Dome Garden Café* dan industri hospitaliti pada umumnya dalam pemanfaatan menu engineering untuk dapat memaksimalkan penjualan makanan.

Kata kunci: *menu engineering, product life cycle, margin contribution, penjualan, restoran*

Abstract

The principle that sales must provide significant profits needs to be put forward so that business activities can develop properly. Food sales that are not selling well for a long time need to be overcome with several important steps to strategize. This study aims to develop a strategy to increase food sales at Dome Garden Café. The method used was descriptive qualitative by applying menu engineering analysis and product life cycle theory to develop a strategy to increase food sales. Data were collected through interviews, observation and documentation studies. The results of this study indicate that there are 29% stars category menu, 10% puzzles category, 29% plowhorses category, and 31% dogs category. From the results of the menu engineering analysis, a strategy for the Dome Garden Café was developed based on the product life cycle theory, namely; 1) modification of food recipes, 2) rapid skimming strategy, 3) suggestive selling techniques, 4) menu design, 5) promotion through social media. This research is expected to contribute to the Dome Garden Café and the hospitality industry in general in the utilization of menu engineering to maximize food sales.

Keywords: *menu engineering, product life cycle, margin contribution, sales, restaurant.*

PENDAHULUAN

Bali merupakan destinasi pariwisata yang sudah populer dengan mendapatkan penghargaan dari *Travel and Leisure Magazine* pada tahun 2021 yang isinya adalah *The Best Destination Island in the World*. Popularitas ini juga berdampak pada semakin banyaknya berbagai usaha di bidang hospitaliti, salah satunya restoran.

Restoran merupakan suatu layanan di tempat umum yang kegiatan utamanya adalah

menjual makanan untuk dikonsumsi, (Barrows, Powers, & Reynolds, 2012). Dalam industri pariwisata, restoran adalah salah satu bagian dari akomodasi pariwisata yang memiliki peran untuk memenuhi kebutuhan wisatawan atau *customer* (Subakti, 2014). Sebagai sebuah bisnis, restoran tentu saja bertujuan untuk mencari untung. Dalam mencapai tujuan tersebut, maka pelayanan makanan dan minuman harus sesuai dengan kebutuhan para tamu yang semaksimal mungkin. Restoran harus menetapkan kualitas

pelayanan dan produk untuk bisa bersaing dengan banyaknya restoran yang memiliki ragam jenis makanan dan minuman yang ditawarkan. Kelancaran operasional restoran sangat bergantung pada jumlah pendapatan yang diperoleh baik dari jasa pelayanan ataupun produk yang ditawarkan. Salah satu alat untuk menjelaskan makanan dan minuman adalah menu.

Kata 'menu' dalam bahasa Perancis sudah dikenal sejak abad ke-18, namun bentuk menu yang dimanfaatkan sebagai sebuah alat penjualan seperti yang dikenal pada masa modern ini, dimulai dari abad ke-19 pada sebuah restoran Perancis bernama Palain-Royal (Cousins, Lillicrap, & Weekes, 2017) Menu memiliki peranan penting dalam sebuah restoran, sehingga dalam pemilihan makanan dan minuman yang akan dimasukkan ke dalam menu memerlukan analisis yang cermat (Walker, 2022). Menu bisa dibagi menjadi dua jenis, yaitu *a la carte* dan *table d'hote*. *A la Carte* merupakan gabungan satu set menu dari semua item makanan yang dijual secara individual, masing-masing item memiliki harga dan tamu bisa memilih jenis makanan yang diinginkan, sedangkan *table d'hote* adalah satu set makanan lengkap seperti *appetizer*, *main course*, dan *dessert* untuk disajikan kepada tamu dengan harga yang sudah ditetapkan (Sulastiyono, 2004).

Dome Garden Café adalah sebuah *café festival outdoor* yang berlokasi di Jalan Singakerta, Kecamatan Ubud, Gianyar, Bali. *Café* ini merupakan bagian dari Pramana Experience, sebuah jasa operator hospitaliti yang berpusat di Bali. Fasilitas yang disediakan *Dome Garden Café* cukup lengkap, seperti: tempat parkir, *toilet*, spot foto, *free wifi*, stop kontak, *bean bag*, *card games*, *dart games*, dan *live band/acoustic*. *Dome Garden Café* memiliki konsep *casual dining style*. Restoran yang berada pada konsep ini dapat menawarkan berbagai variasi pelayanan yang berkualitas, namun dalam suasana yang bernuansa kasual (Garvey, Dismore, & Dismore, 2019).

Berdasarkan observasi awal pada penjualan di *Dome Garden Cafe*, masih terdapat beberapa item menu makanan yang memiliki kecenderungan lebih laris terjual dan

ada yang tidak laris dijual dalam waktu yang cukup lama. Prinsip bahwa penjualan harus memberikan keuntungan yang signifikan tetap perlu dikedepankan agar kegiatan usaha dapat berkembang dengan baik. Masalah ini perlu diatasi dengan beberapa langkah penting untuk menyusun strategi dengan memperhatikan setiap perubahan yang terjadi. Dalam hal ini, analisis *menu engineering* dirasa tepat untuk mengetahui kondisi penjualan makanan di *Dome Garden Café*.

Metode *menu engineering* adalah strategi pendekatan dengan mengevaluasi kesuksesan suatu menu. Metode ini menganalisis margin kontribusi dan kepopuleran suatu menu agar dapat ditentukan strategi yang akan diambil untuk menu tersebut (Ojugo, 2010). Tujuan dari *menu engineering* adalah bagaimana memaksimalkan penjualan dan keuntungan sehingga usaha dapat berkembang baik dengan mengevaluasi menu berdasarkan tingkat penjualan menu, popularitas menu, dan profitabilitas menu dengan hasil akhir pengklasifikasikan menu mulai dari *star*, *plow horse*, *puzzle*, dan *dog*. Pernyataan tersebut membuktikan bahwa analisis *menu engineering* dapat membantu memperbaiki efektivitas manajerial di restoran. Dengan demikian, menerapkan *menu engineering* dapat menjadi solusi masalah pada *Dome Garden Café*.

TINJAUAN PUSTAKA

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan tinjauan mengenai penerapan menu engineering dalam menganalisis kondisi penjualan di restoran. Dwijawarsa (2020) meneliti penjualan minuman *cocktail* di Como Uma - Canggü. Penelitian ini dilatarbelakangi penjualan minuman *cocktail*, dari sekian banyak minuman *cocktail* yang ditawarkan COMO Beach Club, ada beberapa *cocktail* yang terlaris terjual dan ada juga yang kurang laris terjual. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui menu mana yang banyak diminati dan kurang diminati, dan juga untuk mengetahui menu yang memiliki margin kontribusi tertinggi dan terendah serta mengklasifikasikan menu-menu yang ada kedalam kategori *menu engineering* pada COMO Beach Club. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif dan kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah 50 item menu minuman *cocktail* yang ada sebanyak

50% atau 25 menu yang disukai dan sebanyak 50% atau 25 menu yang kurang diminati, sedangkan untuk margin kontribusi sebanyak 42% atau sebanyak 21 menu yang memberikan margin kontribusi tinggi, dan sebanyak 58% menu yang memberikan margin kontribusi rendah atau 29 dari keseluruhan menu yang ada. Kemudian dari 50 item menu minuman *cocktail* yang telah dianalisis mendapatkan hasil sebanyak 20% atau 10 *cocktail* tergolong pada kategori *stars*, sebanyak 30% atau 15 *cocktail* tergolong dalam kategori *plowhorses*, sebanyak 22% atau 11 *cocktail* tergolong dalam kategori *puzzles* dan 28% atau sebanyak 14 *cocktail* pada kategori *dogs* (Dwijawarsa, 2020).

Diana (2020) membuat penelitian berjudul *Menu Engineering* Sebagai Langkah Penetapan Produk Makanan di Restoran Onang-Onang Pada Inna Parapat Hotel. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan restoran Onang-Onang Inna Parapat yang sudah menerapkan analisis menu, namun hanya terbatas kepada *menu engineering* saja. Menu-menu yang sudah dianalisis tidak dikaitkan dengan produksi makanan yang sudah dilaksanakan, sehingga masih banyak menu-menu yang produksinya tidak sesuai dengan keinginan tamu, yang mengakibatkan banyak menu yang tidak laku. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui klasifikasi menu makanan dan minuman yang ada di restoran onang-onang pada Hotel Inna Parapat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menu makanan dan minuman yang ada restoran Onang-onang pada Hotel Inna Parapat belum menghasilkan kinerja yang optimal berdasarkan tiga analisis yang sudah peneliti lakukan. Hasil dari Analisis *Menu Engineering* menunjukkan bahwa dari 39 makanan yang dianalisis sebanyak 12 menu (31%) berada pada kategori *Stars*, sebanyak 6 makanan (15%) berada pada kategori *Plowhorses*, sebanyak 17 menu (44%) berada pada kategori *Puzzles* dan 4 menu (10%) berada pada kategori *Dogs*. Pada penetapan produk makanan sebanyak (68,64%) tamu menyatakan tidak sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan, dan sebanyak (31,36%) tamu yang menyatakan produk makanan sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan. Peneliti memberikan saran kepada restoran Onang-onang pada Hotel Inna Parapat sehingga berguna bagi perkembangan pelaksanaan manajemen menu di masa yang akan datang. Penelitian ini

dijadikan referensi karena serupa dengan penelitian penulis yang membahas mengenai *menu engineering*, minuman, dan keterlibatan hotel. Perbedaannya yaitu lokasi penelitian (Diana, 2020).

Pada penelitian Mertayasa dan Kamalawati (2019) yang berjudul Analisis Menu Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Coffee Shop Restoran Puri Saron Denpasar-Bali. Diketahui bahwa, Puri Saron Denpasar telah menyiapkan pelayanan makanan dan minuman yang berkualitas yang diharapkan dapat memuaskan tamu yang datang dan menginap. Disamping itu, manajemen Puri Saron Denpasar juga mempersiapkan makanan dan minuman yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan tamu dengan harga kompetitif. Manajemen Puri Saron Denpasar mensiasatinya dengan melakukan analisis menu secara berkala. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui klasifikasi menu yang terdapat di restoran Coffee Shop Puri Saron Hotel Denpasar dan mengetahui kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam meningkatkan penjualan makanan di Hotel Puri Saron Denpasar Bali. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Teknik analisis data *menu engineering*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 13 item atau 32,5% jenis hidangan untuk kelompok *star*, 4 item atau 10% jenis hidangan kelompok *plowhorse*, 2 item atau 5% jenis hidangan kelompok *puzzle*, dan 21 item atau 52,5% jenis hidangan kelompok *dog*. Kebijakan manajemen yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan makanan adalah mempertahankan kualitas dan harga makanan untuk kelompok *star*, meningkatkan kualitas makanan dan harga jual makanan untuk kelompok *plowhorse*, memperbaiki bahan baku makanan sehingga dapat menurunkan harga makanan untuk kelompok *puzzle* dan melakukan evaluasi terhadap bahan, pelayanan, promosi dan harga makanan untuk kategori *dog* (Mertayasa & Kamalawati, 2019).

Pada beberapa penelitian terdahulu tersebut, tampak bahwa pemanfaatan *menu engineering* pada umumnya hanya sampai pada tahap pengklasifikasian menu, namun belum menjurus pada merumusan strategi dari hasil analisis *menu engineering* tersebut. Pada penelitian ini hasil *menu engineering* dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan teori *product life cycle* untuk menyusun strategi yang dapat direkomendasikan kepada pihak manajemen untuk mengatasi kondisi penjualan makanan di restoran Dome Garden Café.

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif berupa data jumlah penjualan makanan di Dome Garden Café dari bulan April 2022 hingga Juni 2022. Data kualitatif berupa hasil wawancara dengan pihak manajemen dan hasil observasi terhadap kondisi penjualan di *Dome Garden Café*. Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis *menu engineering*. Teknik analisis *menu engineering* dalam penelitian ini bertujuan untuk analisis tingkat kepopuleran dan margin kontribusi menu. Selanjutnya hasil klasifikasi dari analisis *menu engineering* dianalisis lebih lanjut dengan teori *product life cycle* untuk menentukan strategi yang sesuai untuk mengatasi permasalahan penjualan di *Dome Garden Café*.

Menu engineering merupakan suatu metode untuk mengetahui menu secara keseluruhan dalam periode tertentu yang menggunakan pendekatan matriks. Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Kasavana dan Smith dalam buku *Menu Engineering: A Practical Guide to Menu Analysis* (Chibili, 2016). Dalam pendekatan matriks yang diperkenalkan oleh Kasavana dan Smith tersebut (Wiyasha, 2011) dijelaskan bahwa pendekatan yang ditekankan dalam margin kontribusi setiap menu. Adapun dua variabel yang dianalisa adalah margin kontribusi dan tingkat popularitas.

Untuk menentukan tingkat popularitas suatu item menu diterapkan formula sebagai berikut:

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

Pada formula tersebut, n merupakan jumlah item menu yang ditawarkan, 70% merupakan persorsi item yang laku dijual yang merupakan batas makanan yang harus dicapai, dan N merupakan jumlah porsi yang terjual. Dengan demikian, angka 70% merupakan persorsi minimal yang harus dipenuhi sebagai pisah batas dalam penentuan kategori suatu item menu dalam analisis *menu engineering*. Selisih harga antara harga jual dan harga

Dalam mengetahui klasifikasi dari hasil penghitungan *menu engineering*, perlu adanya data yang sudah diolah dengan menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut:

1. % penjualan = Jumlah terjual dibagi

- Total terjual x 100 %.
- Margin kontribusi = Harga Jual – Harga Pokok Makanan.
- Total Penjualan = Jumlah Terjual x Harga Jual.
- Total Margin Kontribusi dibagi Total Terjual
- Av. Cm = Total Margin Kontribusi dibagi Total Terjual
- Av. Vol = $70\% \times \frac{1}{n} \times N$

Data yang sudah dihitung dengan rumus kemudian dimasukkan pada tabel.

Margin kontribusi adalah harga jual dikurang harga pokok makanan dalam item menu. Adapun dua variabel yang digunakan dapat diklasifikasikan menjadi empat menu, digambarkan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Klasifikasi Menu Dengan Pendekatan Menu Engineering

Klasifikasi item menu	Syarat yang dipenuhi
<i>Stars</i>	MK tinggi, popularitas tinggi
<i>Puzzles</i>	Mk tinggi, popularitas rendah
<i>Plowhorses</i>	MK rendah, popularitas tinggi
<i>Dogs</i>	MK rendah, popularitas rendah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut disajikan hasil dari analisis *menu engineering* dan pembahasan terhadap hasil klasifikasi tersebut dengan mengaitkan dengan teori *product life cycle* untuk menentukan strategi yang sesuai.

HASIL

Dome Garden Café mengalami peningkatan penjualan dari bulan April hingga bulan Juni 2022. Pada bulan April, penjualan makanan sebesar 1652 porsi. Pada bulan Mei 2022, penjualan makanan mencapai 2014 porsi. Sedangkan, pada bulan Juni 2022, peningkatan penjualan makanan mencapai 2434 porsi. Terdapat item menu yang memiliki penjualan lebih tinggi dan penjualan lebih rendah. Dari data penjualan makanan yang sudah dikumpulkan, yaitu tentang penjualan makanan, harga pokok makanan (*food cost*), harga jual makanan (*selling price*) dari bulan

April hingga bulan Juni 2022. Selanjutnya, diperlukan analisis *menu engineering* untuk mengetahui klasifikasi menu berdasarkan popularitas dan margin kontribusinya. Dengan mengetahui menu yang digemari serta menu yang memberikan keuntungan yang tinggi atau rendah, maka dapat memudahkan manajemen dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan menu makanan. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis menu engineering yang dilakukan, yaitu:

1. Menghitung presentase penjualan dengan perhitungan:

$$\frac{\text{Jumlah terjual}}{\text{Total Terjual}} \times 100\%$$

Contoh pada menu Nasi Goreng Jakarta:

$$\frac{564 \text{ Penjualan}}{6100} \times 100\% = 9\%$$

Hasil tersebut merupakan jumlah presentase kesukaan pelanggan atau jumlah presentase popularitas pada item menu makanan dari total seluruh penjualan menu makanan nasi goreng jakarta di Dome Garden Café selama tiga bulan terhitung dari bulan April sampai bulan Juni yaitu 9%.

2. Menghitung margin kontribusi
 - 1) Pertama, tentukan harga jual makanan sesuai dengan yang tercantum dalam daftar menu, contohnya adalah Nasi Goreng Jakarta dengan harga jual per makanannya adalah Rp. 35.000.
 - 2) Menentukan harga pokok makanan dari material cost, contohnya adalah harga pokok dari makanan Nasi Goreng Jakarta yaitu Rp. 12.501.
 - 3) Menghitung margin kontribusi setiap jenis menu makanan di *Dome Garden Café*
Rumus:
MK = Harga Jual – Harga Pokok Makanan
Contoh: MK Nasi Goreng Jakarta
= Rp. 35.000 – Rp. 12.501
= Rp. 22.499
Dari hasil pengurangan harga jual dengan harga pokok minuman diatas, jumlah Rp. 22.499 adalah jumlah margin kontribusi atau selisih harga jual dengan harga dari makanan Nasi

Goreng Jakarta yang di jual di *Dome Garden Café*.

3. Menghitung total penjualan
Rumus: Jumlah Terjual x Harga Jual
Contoh: total penjualan Nasi Goreng Jakarta
= 564 x Rp. 35.000
= Rp. 19.740.000

Hasil perhitungan diatas merupakan hasil dari jumlah harga jual yang telah diperoleh dari penjualan selama tiga bulan untuk menu makanan Nasi Goreng Jakarta terhitung dari bulan April hingga bulan Juni 2022.

4. Menghitung total margin kontribusi
Rumus:
Jumlah Terjual x Margin Kontribusi
Contoh: total margin kontribusi Nasi Goreng Jakarta = 564 x Rp. 22.499
= Rp. 12.689.436

Dari hasil perkalian antara jumlah terjual x margin kontribusi yang diperoleh diatas adalah Rp. 12.689.436 yang merupakan total margin kontribusi penjualan selama tiga bulan untuk menu makanan Nasi Goreng Jakarta pada *Dome Garden Café*.

5. Menentukan kategori margin kontribusi setiap menu makanan di *Dome Garden Café*. Pada tahap ini, hal yang pertama dilakukan adalah menghitung *average* atau rata – rata tingkat margin kontribusi dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Rumus: MK Achievement Rate} = \frac{\text{Total Margin Kontribusi}}{\text{Total Terjual}}$$

Perhitungan:
AV.CM menu makanan
= $\frac{\text{Rp. 150.410.607}}{6100}$
= 24.657

Hasil perhitungan diatas adalah 24.657 yang merupakan jumlah rata – rata dari keseluruhan margin kontribusi untuk seluruh menu makanan yang telah terjual selama tiga bulan terhitung dari bulan April sampai bulan Juni 2022 di *Dome Garden Café*.

6. Menentukan kategori tingkat popularitas *Menu Mix* (MM) merupakan angka yang mangacu pada popularitas suatu menu. Untuk menentukan kategori MM atau bauran menu yaitu dengan membandingkan presentase penjualan dengan MM (*menu mix*). Rumus untuk mendapatkan *menu mix* yaitu $70\% \times (1 \times \text{total menu})$, seperti contohnya:
Rumus:

$$\begin{aligned} \text{MM\%} &= 70\% \times (1 \times \text{total menu}) \\ \text{Perhitungan: MM\%} &= 70\% \times (1 \times 58) \\ &= 1\% \end{aligned}$$

Presentase 1% diatas merupakan angka *menu mix* untuk menu makanan yang ada di Dome Garden Café. Apabila presentase penjualan setiap item menu lebih besar dari *menu mix* yaitu 1% maka kategori bauran menu (*menu mix*) tersebut adalah "High", sebaliknya jika presentase penjualan lebih kecil dari 1% MM maka menu tersebut adalah "Low".

Contoh:
 klasifikasi popularitas Nasi Goreng Jakarta
 = presentase penjualan \geq presentase *menu mix*
 = $9\% \geq 1\%$
 = High

Jadi dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan, kategori bauran menu atau *menu mix* menu makanan nasi goreng jakarta adalah tinggi (*high*) yang terhitung selama tiga bulan pada bulan April hingga bulan Juni 2022 di Dome Garden Café. Langkah analisis berikutnya adalah dengan mengolah data penjualan menu makanan, harga pokok makanan, harga jual makanan yang telah diperoleh dari Dome Garden Café melalui perhitungan analisis *menu engineering* yang sudah dijelaskan sebelumnya. Berdasarkan analisis *menu engineering* untuk menu makanan di Dome Garden Café, terdapat menu makanan yang paling diminati dan kurang diminati oleh konsumen, serta menu makanan yang memiliki margin kontribusi tertinggi dan terendah.

Dari hasil data 58 menu makanan yang ada di Dome Garden Cafe, dapat dijelaskan bahwa klasifikasi menu makanan sedikit optimal karena menu yang diminati atau populer (BM High) memiliki presentasi sebanyak 59% yang berarti menu makanan di Dome Garden Café memiliki selisih hanya 9% dibandingkan dengan menu makanan lainnya yang kurang diminati (BM Low). Menu makanan yang paling diminati berjumlah 34 dari total keseluruhan menu, yaitu *Potato Wedges, Flavoured French Fries, Lumpia Bakwan, Win Win Solution, Chicken Wing Kriuk, Fish Finger, Mie Sultan, Mie Mie Kasih,*

Mini Pizza, Margarita Pizza, Hawaiian Pizza, Urutan Pizza, Samat Pizza, Pork Taco Bell, Squid Chips Balado, Dome Toast, Classic Chicken Burger, Beef Volcano Burger, Chick Chock Burger, Spaghetti Pasta, Spaghetti Linguine, Nasi Goreng Jakarta, Nasi Goreng Urutan, Nasi Goreng Santai, Nasi Goreng Kampung, Nasi Goreng Keju, Nasi Goreng Pedas, Nasi Goreng Babi, Nasi Goreng Seafood, Mie Goreng Gampang, Geprek Gen, Mie Laksa, Bang Bang Katsu, Mile Crapes.

Sedangkan menu yang kurang diminati (BM Low) di Dome Garden Café memiliki presentase sebanyak 41% dan bisa dijelaskan bahwa menu yang kurang diminati cukup banyak karena memiliki selisih kurang 9% dari menu yang diminati atau populer (BM High). Dari total 58 menu makanan, terdapat 24 menu yang kurang diminati seperti *Selera Campur, Dumpling Goreng, Dome Rujak, Salad Mangga Buah, Vegetable Grill Salad, Mie Berapi, Mie BBM, Banh Mie Ikan Segar, Banana Fritter, Fried Ice Cream, Banana Split, Brownis Pudding, Baby Pavlova, Cream Bruelee, Chocolate Lava Cake, Chocolate Cake, Rasp Berry Cheese Cake, Nasi Goreng Hokkian, Nasi Goreng 2T, Nasi Goreng Thai, Nasi Goreng Pindang, Nasi Goreng Kambing, Nasi Goreng Kecombuang, Nasi Goreng Suna Cekuh.*

Klasifikasi margin kontribusi tertinggi pada menu makanan di Dome Garden Café adalah sebanyak 23 item. Dari jumlah total margin kontribusi tertinggi tersebut menunjukkan bahwa jumlah menu makanan yang memiliki margin kontribusi tertinggi lebih rendah daripada margin kontribusi terendah dengan presentase 39,66% dari total keseluruhan menu makanan. Menu yang memiliki margin kontribusi tertinggi adalah *Win Win Solution, Vegetable Grill Salad, Margarita Pizza, Hawaiian Pizza, Urutan Pizza, Pork Taco Bell, Banh Mie Ikan Segar, Dome Toast, Classic Chicken Burger, Beef Volcano Burger, Chick Chock Burger, Spaghetti Pasta, Spaghetti Linguine, Banana Fritter, Chocolate Cake, Nasi Goreng Urutan, Nasi Goreng Keju, Nasi Goreng Babi, Nasi Goreng Seafood, Nasi Goreng Kambing, Nasi Goreng Suna Cekuh, Bang Bang Katsu.*

Margin kontribusi terendah sebanyak 35 item dari total menu makanan di Dome Garden Café, bahwa menu yang memiliki margin kontribusi terendah lebih besar daripada menu makanan yang memiliki margin kontribusi tertinggi yaitu 60,34% dari total seluruh menu makanan. Menu yang memiliki margin kontribusi terendah adalah *Potato Wedges*, *Selera Campur*, *Dumpling Goreng*, *Flavoured French Fries*, *Lumpia Bakwan*, *Chicken Wing Kriuk*, *Fish Finger*, *Dome Rujak*, *Salad Mangga Buah*, *Mie Sultan*, *Mie Mie Kasih*, *Mie Berapi*, *Mie Bbm*, *Mini Pizza*, *Squid Chips Balado*, *Fried Ice Cream*, *Banana Split*, *Brownis Pudding*, *Baby Pavlova*, *Cream Brulee*, *Chocolate Lava Cake*, *Rasp Berry Cheese Cake*, *Nasi Goreng Jakarta*, *Nasi Goreng Hokkian*, *Nasi Goreng 2t*, *Nasi Goreng Santai*, *Nasi Goreng Thai*, *Nasi Goreng Kampung*, *Nasi Goreng Pedas*, *Nasi Goreng Pindang*, *Nasi Goreng Kecombrang*, *Mie Goreng Gampang*, *Geprek Gen*, *Mie Laksa*, *Mile Crapes*.

Jadi setelah menganalisis menu makanan di Dome Garden Café dengan *menu engineering* sebanyak 58 item menu makanan, diketahui bahwa menu yang memiliki popularitas atau bauran menu (*menu mix*) tertinggi adalah 34 item sedangkan menu yang memiliki popularitas terendah adalah 24 item. Hal ini bisa diartikan bahwa menu makanan yang diminati lebih banyak daripada menu yang kurang diminati pada Dome Garden Café selama bulan April hingga bulan Juni. Sedangkan menu makanan yang memiliki margin kontribusi tertinggi sebanyak 23 item dan untuk menu makanan yang memiliki margin kontribusi terendah sebanyak 35 item. Dapat disimpulkan bahwa menu makanan di Dome Garden Café selama tiga bulan dari bulan April hingga bulan Juni memiliki margin kontribusi terendah lebih dibandingkan dengan menu yang memiliki margin kontribusi tertinggi.

Menu makanan yang terdapat pada Dome Garden Café selanjutnya di analisis dengan metode *menu engineering* dengan total 58 item menu dan dimasukkan ke dalam beberapa kategori yaitu *stars*, *puzzles*, *plowhorses*, dan *dogs*. Hasil dari menu

makanan yang berjumlah 58 item terdapat 17 item menu makanan pada klasifikasi *stars* dan memiliki presentase sebesar 29%. Kategori *stars* merupakan bauran menu dan margin kontribusi tertinggi, yang termasuk dalam kategori tersebut adalah *Win Win Solution*, *Margarita Pizza*, *Hawaiian Pizza*, *Urutan Pizza*, *Samat Pizza*, *Pork Taco Bell*, *Dome Toast*, *Classic Chicken Burger*, *Beef Volcano Burger*, *Chick Chock Burger*, *Spaghetti Pasta*, *Spaghetti Linguine*, *Nasi Goreng Urutan*, *Nasi Goreng Keju*, *Nasi Goreng Babi*, *Nasi Goreng Seafood*, *Bang Bang Katsu*. Kategori *Puzzles* yang terdapat di Dome Garden Café yaitu sebanyak 6 item dan memiliki presentase sebesar 10%, hal ini menunjukkan kategori yang terendah daripada kategori klasifikasi *menu engineering* lainnya. Kategori *puzzles* memiliki kontribusi margin tinggi dan bauran menu yang rendah. Item menu pada kategori tersebut yaitu *Vegetable Grill Salad*, *Banh Mi Ikan Segar*, *Banana Fritter*, *Chocolate Cake*, *Nasi Goreng Kambing*, *Nasi Goreng Suna Cekuh*.

Pada kategori *plowhorses*, terdapat 17 item menu makanan yang memiliki presentase sebesar 29%. Kategori *plowhorses* tersebut memiliki jumlah yang sebanding dengan kategori *stars* di Dome Garden Café dan menu pada kategori ini memiliki bauran menu yang tinggi dan kontribusi margin yang rendah. Item menu yang terdapat pada kategori tersebut adalah *Potato Wedges*, *Flavoured French Fries*, *Lumpia Bakwan*, *Chicken Wing Kriuk*, *Fish Finger*, *Mie Sultan*, *Mie Mie Kasih*, *Mini Pizza*, *Squid Chips Balado*, *Nasi Goreng Jakarta*, *Nasi Goreng Santai*, *Nasi Goreng Kampung*, *Nasi Goreng Pedas*, *Mie Goreng Gampang*, *Geprek Gen*, *Mie Laksa*, *Mile Crapes*.

Selanjutnya item menu pada klasifikasi *dogs* terdapat 18 item menu dan memiliki presentase sebesar 31% yang merupakan kategori tersebut memiliki jumlah yang tertinggi daripada kategori lainnya. Item menu pada klasifikasi kategori *dogs* memiliki bauran menu terendah dengan margin kontribusi terendah, sehingga menu ini memiliki tingkat penjualan yang rendah dengan keuntungan sedikit. Menu yang berada pada kategori *dogs* adalah

Selera Campur, *Dumpling Goreng*, Dome Rujak, Salad Mangga Buah, Mie Berapi, Mie BBM, *Fried Ice Cream*, *Banana Split*, *Brownies Pudding*, *Baby Pavlova*, *Cream Bruelee*, *Chocolate Lava Cake*, *Rasp Berry Cheese Cake*, Nasi Goreng *Hokkian*, Nasi Goreng 2T, Nasi Goreng Thai, Nasi Goreng Pindang, Nasi Goreng Kecombrang.

Berdasarkan hasil analisis *menu engineering* pada menu makanan di Dome Garden Café dari bulan April hingga bulan Juni 2022, terdapat kategori yang paling dominan yaitu pada kategori *dogs* sebanyak 18 item menu, kategori *stars* memiliki 17 item menu, pada kategori *plowhorses* memiliki sebanyak 17 item menu, dan terakhir adalah kategori *puzzles* sebanyak 6 item menu. Hasil ini menunjukkan bahwa dari total 58 item menu makanan dominan memberikan hasil yang kurang positif karena item menu makanan lebih banyak terdapat pada klasifikasi kategori *dogs* yang merupakan margin kontribusi yang rendah dan tingkat kepopulerannya atau diminati oleh tamu sangat rendah.

PEMBAHASAN

Usaha manajemen dalam meningkatkan penjualan makanan di Dome Garden Café diperlukan strategi yang tepat. Penelitian ini menggunakan strategi *product life cycle* (PLC) untuk mengetahui pada siklus apa menu yang sudah diklasifikasi dan strategi apa yang sesuai untuk menyasiasi keadaan tersebut. Strategi PLC adalah perjalanan suatu produk dalam semasa hidupnya yang meliputi penjualan dan laba (Kotler & Armstrong, 2012). Teori PLC bisa menjadi alternatif strategi untuk meningkatkan penjualan karena berfokus pada setiap item menu. Teori PLC memiliki empat tahap, yaitu pengenalan (*introduction*), pertumbuhan (*growth*), kedewasaan (*maturity*), dan kemunduran (*decline*).

1. Tahap Perkenalan (*Introduction*)

Produk dalam tahap ini memiliki pertumbuhan penjualan yang lambat dan tidak memberikan keuntungan. Berdasarkan hasil analisis *menu engineering*, tahapan ini memiliki kesamaan dengan kategori *dogs* karena margin kontribusi atau keuntungannya rendah dan penjualan yang rendah. Tetapi

terdapat perbedaan dari siklus hidup produk setiap item menu diatas, ada yang merupakan menu baru dan menu lama. Berdasarkan hasil wawancara dengan restoran manajer, item menu baru yang berada dalam tahap pengenalan (*introduction*) yang memiliki pertumbuhan penjualan lambat serta tidak memberikan keuntungan adalah *Baby Pavlova*, *Cream Bruelee*, *Chocolate Lava Cake*, *Chocolate Cake*, *Rasp Berry Cheese Cake*, Mie Berapi, Mie BBM, *Banh Mi* Ikan Segar, *Banana Fritter*.

2. Tahap Perkembangan (*Growth*)

Pada tahap ini ditandai dengan penjualan produk mulai meningkat dengan harga yang tetap dan keuntungan meningkat (Kotler & Keller, 2016). Dalam hasil analisis *menu engineering*, tahapan ini memiliki kesamaan seperti kategori *stars* karena penjualan pada kategori ini meningkat dan keuntungan pada kategori ini tinggi. Item menu makanan pada kategori *stars* adalah *Win Win Solution*, *Margarita Pizza*, *Hawaiian Pizza*, *Urutan Pizza*, *Samat Pizza*, *Pork Taco Bell*, *Dome Toast*, *Classic Chicken Burger*, *Beef Volcano Burger*, *Chick Chock Burger*, *Spaghetti Pasta*, *Spaghetti Linguine*, Nasi Goreng Urutan, Nasi Goreng Keju, Nasi Goreng Babi, Nasi Goreng *Seafood*, Bang Bang Katsu.

3. Tahap Kedewasaan (*Maturity*)

Pada tahap kedewasaan (*maturity*), produk tersebut memiliki tanda penjualan yang mulai menurun dan laba yang didapat stabil atau menurun. Tahap kedewasaan (*maturity*) apabila ditinjau lebih jauh bisa dibagi menjadi tiga tahap yaitu tahap kedewasaan yang meningkat (*growth maturity*), tahap kedewasaan yang stabil (*stable maturity*), tahap kedewasaan yang menurun (*decaying maturity*). Analisis siklus hidup produk pada tahap kedewasaan di Dome Garden Café memasuki tahap kejenuhan (*saturation*) karena menu makanan pada tahap ini memiliki penjualan yang tinggi atau stabil akan tetapi margin kontribusinya sudah mulai menurun. Beberapa makanan yang masuk pada tahap ini memiliki kesamaan pada analisis *menu engineering* pada kategori *plowhorses*. Menu makanan pada kategori ini adalah *Potato Wedges*, *Flavoured French Fries*, Lumpia Bakwan, *Chicken Wing* Kriuk, *Fish Finger*, Mie

Sultan, Mie Mie Kasih, *Mini Pizza*, *Squid Chips* Balado, Nasi Goreng Jakarta, Nasi Goreng Santai, Nasi Goreng Kampung, Nasi Goreng Pedas, Mie Goreng Gampang, Geprek Gen, Mie Laksa, *Mile Crapes*.

4. Tahap Kemunduran (*Decline*)

Produk pada tahap kemunduran memiliki tanda penjualan yang semakin menurun. Menu makanan pada Dome Garden Café memiliki total 58 item menu yang sudah diklasifikasikan menjadi empat kategori dengan analisis *menu engineering*, yaitu kategori *stars*, *plowhorses*, *puzzles*, dan terakhir *dogs*. Dari keempat kategori tersebut, terdapat dua kategori yang memiliki penjualan yang rendah yaitu kategori *dogs* dan *puzzles*, akan tetapi pada kategori *puzzles* memiliki margin kontribusi yang tinggi sedangkan pada kategori *dogs* memiliki margin kontribusi yang rendah. Menu dalam kategori *dogs* dan *puzzles* terdapat perbedaan dari masa hidupnya, ada yang merupakan menu baru dan menu lama. Menu makanan pada tahap kemunduran yaitu Selera Campur, *Dumpling* Goreng, Dome Rujak, Salad Mangga Buah, *Fried Ice Cream*, *Banana Split*, Nasi Goreng *Hokkian*, Nasi Goreng 2T, Nasi Goreng Thai, Nasi Goreng Pindang, Nasi Goreng Kecombrang, *Vegetable Grill Salad*, Nasi Goreng Kambing, Nasi Goreng Suna Cekuh.

Dalam meningkatkan penjualan makanan di *Dome Garden Café* diperlukan beberapa strategi yang tepat. Adapun saran strategi yang bisa diterapkan berdasarkan analisis *menu engineering* dan teori *product life cycle* untuk meningkatkan penjualan makanan. Strategi tersebut bisa diuraikan sebagai berikut:

A. Modifikasi Resep Makanan

Memodifikasi resep bisa dibagi menjadi tiga, yaitu (Karina, 2016) modifikasi dari segi bahan makanan (menambah, mengurangi, dan menggantikan dengan suatu bahan makanan), memodifikasi makanan dari segi teknik memasak, memodifikasi dari segi porsi makanan.

Strategi ini dapat dilakukan pada tahap kedewasaan (*maturity*), tahap pertumbuhan (*growth*), dan tahap kemunduran (*decline*)

karena menu makanan pada tahap tersebut mengalami jumlah penjualan yang rendah dan pada tahap pertumbuhan (*growth*) untuk tetap mempertahankan penjualannya, salah satu contoh makanan yang bisa dimodifikasi adalah nasi goreng kecombrang pada tahap kemunduran (*decline*). Nasi goreng kecombrang memiliki 21 bahan pokok makanan yaitu nasi, sambal kecombrang, chicken leg, sayur klongkang, tauge, bok choy, egg, *oyster sauce*, *fish sauce*, kecap manis, kecap asin, raja rasa, *salt*, *pepper*, acar manga muda, bumbu rujak, acar wortel dan timun, kerupuk bawang, minyak, dan bawang goreng. Dari banyaknya bahan makanan tersebut, manajemen bisa melakukan modifikasi dengan mengganti bahan dasar makanan seperti mengganti *chicken leg* dengan ayam suir, porsi nasi pada makanan, dan menambahkan *garnish* yang bisa membuat menarik pelanggan tersebut dikurangi tanpa mengubah harga pada makanan. Pada tahap kedewasaan (*maturity*) bisa dengan menambahkan beberapa item makanan yang lebih mahal atau *garnishes*, dan menggunakan bahan-bahan berkualitas yang lebih tinggi adalah salah satu cara agar *value* atau nilai pada makanan tersebut dapat ditingkatkan.

B. *Rapid Skimming Strategy*

Rapid skimming strategy adalah penetapan harga yang rendah dan promosi yang agresif. Strategi ini merupakan salah satu dari tiga strategi yang dapat dilakukan pada teori *product life cycle*. Pada hasil observasi langsung dan wawancara yang dilakukan dengan I Made Oka Waisnawa Putra selaku manajer restoran (wawancara, Agustus 2022), strategi ini sudah diterapkan pada menu baru, yaitu Mie Sultan, Mie Mie Kasih, Mie Berapi, Mie BBM. Menu tersebut memiliki harga yang rendah daripada menu lainnya dengan promosi yang agresif. Promosi itu dilakukan dalam bentuk *flyer* yang disebar melalui media sosial *Instagram* yang dimiliki oleh *Dome Garden Café*. Strategi *rapid skimming* ini bisa diterapkan pada menu yang berada dalam tahap *introduction*, menu tersebut adalah *Baby Pavlova*, *Cream Bruelee*, *Chocolate Lava Cake*, *Chocolate Cake*, *Rasp Berry Cheese Cake*, Mie Berapi,

Mie BBM, *Banh Mi* Ikan Segar, *Banana Fritter*.

C. Teknik *Suggestive Selling*

Wilkins (2011) mengemukakan bahwa "*suggestive selling is powerful tool that can increase sales while providing your customer with valuable information*" yang memiliki arti bahwa teknik tersebut merupakan sebuah alat atau suatu media informasi untuk meningkatkan penjualan melalui penawaran produk yang dijual kepada konsumen dengan memberikan informasi (Wilkins, 2011). Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan, pihak manajemen di *Dome Garden Café* sudah menerapkan teknik *suggestive selling* tersebut, namun hasilnya belum maksimal. Teknik ini bisa diterapkan dengan menawarkan menu yang paling populer dan memiliki margin kontribusi yang tinggi atau menawarkan menu yang tidak laris terjual dan memiliki margin kontribusi yang tinggi pada tiga tahap *product life cycle*, yaitu tahap pengenalan (*introduction*), tahap pertumbuhan (*growth*), dan tahap kedewasaan (*maturity*).

D. Mendesain Daftar Menu

Caserani Kinton mengungkapkan bahwa "*menu or a bill of fare is a list of prepared and presentation should attract customer and represent value for money*" (Kinton, 2007) yang bisa diartikan sebagai daftar makanan yang disertai dengan harga masing-masing menu yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik minat pelanggan dan memberikan nilai terhadap nilai uang pada makanan yang ditawarkan. Menu bisa didesain berdasarkan beberapa aspek variable yaitu elemen warna, jenis huruf, tulisan, ilustrasi atau gambar. Strategi mendesain ulang menu cocok bila diterapkan pada tahap pengenalan (*introduction*), tahap perkembangan (*growth*), dan tahap kedewasaan (*maturity*) seperti contoh pada menu makanan yang baru atau dalam tahap *introduction* bisa ditampilkan pada halaman yang pertama agar konsumen yang datang ke *Dome Garden Café* mengetahui atau menyadari dengan cepat menu tersebut, mengkombinasikan menu makanan pada tahap perkembangan (*growth*) dengan tahap kedewasaan (*maturity*), menampilkan gambar makanan yang sangat populer dan memiliki margin kontribusi yang tinggi seperti contohnya nasi goreng jakarta

dan *dome toast*.

E. Promosi Melalui Sosial Media

Promosi merupakan kegiatan menyampaikan informasi, mempengaruhi calon pelanggan untuk membeli, dan mengingatkan pelanggan terhadap pengalaman ketika menggunakan produk (Wibowo & Priansa, 2017). Promosi dengan sosial media menurut Kotler dan Keller adalah "*online activities and programs designed to engage customers or prospects and directly or indirectly raise awareness, improve image, or elicit sales of products and services*" (Kotler & Keller, 2016). Pemanfaatan media sosial sebagai pemasaran dapat mempengaruhi faktor eksternal yang berimbas pada persepsi konsumen akan sebuah produk, yang kemudian akan mempengaruhi minat beli pada konsumen (Maoyan, dkk. 2014).

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan terhadap manajer restoran diketahui bahwa *Dome Garden Café* sudah melakukan promosi melalui sosial media. Strategi dalam meningkatkan penjualan makanan melalui sosial media bisa dilakukan dengan membuat konten di *Instagram* atau *TikTok* dengan *influncer* seperti membuat video *review* saat mencoba makanan yang berdurasi pendek atau konten berupa foto makanan atau suasana di *Dome Garden Café*. Strategi dengan media sosial lebih tepat diterapkan pada tahap pengenalan dan tahap pertumbuhan karena menu makanan pada tahap pengenalan belum banyak diketahui oleh konsumen dan menerapkan promosi pada menu makanan di tahap pertumbuhan karena makanan tersebut merupakan makanan yang populer dan memiliki margin kontribusi yang tinggi atau keuntungan yang tinggi.

PENUTUP

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mampu mengetahui strategi dalam meningkatkan penjualan makanan di *Dome Garden Café* melalui analisis *menu engineering*. Data dikumpulkan melalui hasil observasi, wawancara, dan studi dokumentasi di *Dome Garden Cafe* bersama *manager restaurant* dan *director manager of finance* Pramana Experience. Hasil dari penelitian

yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kondisi penjualan makanan di Dome Garden Café melalui penerapan analisis *menu engineering* mengalami peningkatan penjualan selama tiga bulan, yaitu pada bulan April hingga bulan Juni. Pada bulan April 2022, penjualan makanan sebesar 1652 porsi. Pada bulan Mei 2022, penjualan makanan mencapai 2014 porsi. Sedangkan, pada bulan Juni 2022, peningkatan penjualan makanan mencapai 2434 porsi. Hasil dari analisis *menu engineering*, menu yang diminati atau populer (*BM High*) memiliki presentasi sebanyak 59% atau sebanyak 34 item, sedangkan menu yang kurang diminati (*BM Low*) memiliki total presentase sebanyak 41% atau sebanyak 24 item menu dari total 58 menu makanan. Dari total 58 item menu makanan di Dome Garden Café diketahui bahwa 39,66% atau total 23 item merupakan menu makanan yang memiliki margin kontribusi yang tinggi, sedangkan menu makanan yang memiliki margin kontribusi yang rendah sebanyak 35 item atau memiliki presentase sebanyak 60,34%. Kategori *stars* terdapat sebanyak 17 item menu makanan dan memiliki presentase sebesar 29%, kategori *puzzles* sebanyak 6 item menu makanan dan memiliki presentase sebesar 10%, kategori *plowhorses* terdapat 17 item menu makanan dan memiliki presentase sebesar 29%, terakhir kategori *dogs* terdapat 18 item menu dan memiliki presentase sebesar 31%.

Strategi meningkatkan penjualan makanan di Dome Garden Café melalui penerapan analisis *menu engineering* dan teori *product life cycle*. Strategi pertama yaitu memodifikasi resep makanan dari bahan makanan, teknik memasak, dan porsi makanan. *Rapid skimming strategy* dengan menetapkan harga yang rendah dan promosi yang agresif pada tahap perkenalan (*introduction*), selanjutnya dengan teknik *suggestive selling* pada konsumen dengan memberikan informasi atau menyarankan menu makanan yang laris terjual dan memiliki margin kontribusi yang tinggi, mendesain ulang menu dengan menampilkan menu makanan pada tahap perkenalan (*introduction*)

dan tahap pertumbuhan (*growth*) di halaman depan dan menampilkan gambar makanan yang berada pada tahap pertumbuhan (*growth*), dan terakhir dengan promosi melalui media sosial instagram dan tiktok dengan mengundang *influencer* lokal dalam membuat video *review* saat mencoba makanan yang berdurasi pendek atau konten berupa foto makanan atau suasana di Dome Garden Café.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur disampaikan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya penelitian yang berjudul Strategi Meningkatkan Penjualan Makanan Melalui Analisis *Menu Engineering* di Dome Garden Café ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih diberikan kepada manajemen *Food and Beverage Department* di *Dome Garden Café* yang sudah membantu dan berkontribusi dalam keperluan saat proses pengerjaan penelitian ini hingga selesai. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak *Dome Garden Café* dalam merekomendasikan strategi alternatif untuk meningkatkan penjualan makanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barrows, C. W., Powers, T., & Reynolds, D. (2012). *Introduction to Management in the Hospitality Industry*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Chibili, M. N. (2016). *Basic Management Accounting for the Hospitality Industry* (2nd ed.). Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Cousins, J., Lillicrap, D., & Weekes, S. (2017). *Food and Beverage Service*. London: Hodder Education.
- Diana, Y. (2020). Menu Engineering Sebagai Langkah Penetapan Produk Makanan di Restoran Onang-Onang Pada Inna Parapat Hotel. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(1), 229–244.
- Dwijawarsa, I. P. H. P. (2020). *Penerapan Analisis Menu Engineering Dalam Meningkatkan Penjualan Minuman Cocktail di Como Uma Cangg*. Politeknik Negeri Bali.
- Garvey, M., Dismore, H., & Dismore, A. G. (2019). *Running a Restaurant for Dummies* (2nd ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Karina, M. S. (2016). *Materi ASDI: Merancang Menu dan Mengembangkan Resep*.

- Jakarta: Poltekkes Kemenkes Jakarta II.
- Kinton, C. (2007). *The Theory of Catering*. London: Holder education Group.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition*. Boston: Pearson Education.
- Mertayasa, I. G. A., & Kamalawati. (2019). Analisis Menu Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Coffee Shop Restoran Puri Saron Denpasar-Bali. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 12(2), 155–167.
- Ojugo, C. (2010). *Practical Food and Beverage Cost Control*. New York: Delmar Cengage Learning.
- Subakti, A. G. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Di Restoran Saung Mirah. *Binus Bussiness Review*, 5(1), 49–56.
- Sulastiyono, A. (2004). *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi: Manajemen Penyelenggara Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Walker, J. R. (2022). *The Restaurant: from Concept to Operation*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Wilkins, J. (2011). *Essential Skill: Customer Service Vocabulary Building Workbook*. Bloomington: iUniverse.
- Wiyasha, I. B. M. (2011). *F&B Cost Control untuk Hotel dan Restoran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.