



Implementasi Sistem Menu Engineering untuk Peningkatan Kualitas Menu di X Coffee Eatery Tebet

Alvin Rinaldi*, Hiskandar

Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Bunda Mulia Jakarta, Indonesia

Kata Kunci

Kata Kunci:

: Menu Engineering,
Kualitas Menu, Coffe Shop

Abstrak

Cafe atau coffee shop telah tumbuh pesat dan menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Dalam menghadapi permintaan pasar yang berkembang, peningkatan kualitas menu menjadi fokus utama bagi setiap cafe. Sistem menu engineering memberikan landasan struktural yang kokoh untuk memahami dan mengelola setiap tahapan dalam menciptakan sebuah hidangan. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana tingkat popularitas menu di X Coffee Eatery, untuk mengetahui bagaimana tingkat keuntungan di X Coffee Eatery, dan untuk mengetahui bagaimana kategori performa menu di X Coffee Eatery. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 69 item menu dapat dilihat hasilnya yaitu pada jenis menu X Special 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 100%. 16 item menu berkategori star, 4 menu dikategorikan plowhorse, 23 menu dikategori puzzle dan 4 menu kategori dog. Diperlukan evaluasi untuk menu-menu yang tingkat popularitasnya Xdah agar dapat meningkatkan popularitas melalui metode menu engineering.

Keywords

Keywords: Menu
Engineering, Menu
Quality, Coffee Shop

Abstract

Cafes or coffee shops have grown rapidly and become an important part of the urban lifestyle. In the face of growing market demand, improving menu quality is a key focus for every cafe. Menu engineering systems provide a solid structural foundation for understanding and managing each stage in creating a dish. The purpose of this research is to find out how the level of popularity of the menu at X Coffee Eatery, to find out how the profit level at X Coffee Eatery, and to find out how the menu performance category at X Coffee Eatery. This research uses a descriptive approach with quantitative methods. The results showed that of the 69 menu items, the results can be seen, namely in the X Special menu type 1 menu item which has a popularity level (MM%) of 100%. 16 menu items categorized as star, 4 menus categorized as plowhorse, 23 menus categorized as puzzle and 4 menus categorized as dog. Evaluation is needed for menus with low popularity levels in order to increase popularity through menu engineering methods.

*Corresponding Author: **Alvin Rinaldi**, Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Bunda Mulia Jakarta, Indonesia
Email: alvinrinaldy03@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i2.523>

History Artikel:

Received: 30 Mei 2024 | Accepted: 25 Juni 2024

PENDAHULUAN

Dalam industri food and beverage (F&B), terdapat beragam jenis usaha yang menawarkan pengalaman kuliner kepada pelanggan. Salah satunya adalah kafe, yang sering kali menjadi tempat yang populer bagi orang-orang untuk bersantai sambil

menikmati kopi, teh, atau makanan ringan. Kafe sering menekankan pada suasana yang santai dan nyaman, dengan desain interior yang menarik dan menu yang beragam, mulai dari kopi spesialis hingga kue-kue dan sandwich (Leonardo, Oskar, et al., 2021).

Selain kafe, ada juga coffee shop yang khususnya fokus pada penyajian kopi. Coffee shop

sering kali menonjolkan berbagai jenis kopi dari berbagai daerah atau jenis kopi khas tertentu, serta menyediakan suasana yang cocok untuk para pecinta kopi yang ingin menikmati berbagai varietas rasa dan aroma kopi.

Restoran, di sisi lain, menawarkan pengalaman kuliner yang lebih lengkap dengan menyediakan beragam hidangan mulai dari makanan pembuka, hidangan utama, hingga hidangan penutup. Restoran dapat berkisar dari restoran cepat saji hingga restoran fine dining, dengan berbagai tema dan konsep yang ditawarkan, seperti restoran yang mengusung masakan lokal, internasional, atau tema-tema tertentu seperti restoran yang menawarkan hidangan organik atau vegan (Leonardo, Budiono, et al., 2021).

Selain itu, terdapat juga kedai-kedai kecil yang biasanya menyediakan makanan atau minuman tertentu dengan konsep yang lebih sederhana dan tidak terlalu formal. Misalnya, kedai roti atau kedai minuman yang menawarkan pilihan-pilihan sederhana seperti roti bakar atau minuman ringan (Hasbi & Hadi, 2021).

Cafe atau coffee shop telah tumbuh pesat dan menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat perkotaan. TX ini tidak terbatas pada wilayah geografis tertentu, melainkan telah merambah ke berbagai penjuru dunia. Dalam beberapa tahun terakhir, coffee shop bukan hanya sekadar tempat untuk mendapatkan kopi, tetapi telah menjadi destinasi yang menawarkan pengalaman holistik (Putra et al., 2023). Masyarakat perkotaan menjadikan coffee shop sebagai ruang multifungsi, di mana mereka tidak hanya mengejar kafein, tetapi juga mencari tempat nyaman untuk berbincang, bekerja, atau sekadar melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari.

Gambar 1.1 Perkembangan Coffee Shop 2020-2023



Sumber : https://www.undip.id/2022/fenomena_coffee-shop-bisnis-kekinian-di-indonesia/

Perkembangan gerai Coffee Shop di Indonesia dari tahun 2019 hingga 2022 menunjukkan tX pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2019, jumlah gerai coffee shop mencapai 2.950 gerai, kemudian meningkat menjadi 3.254 gerai pada tahun

2020, 3.871 gerai pada tahun 2021, dan mencapai 4589 gerai pada tahun 2022. TX pertumbuhan yang konsisten ini mencerminkan minat yang terus meningkat dari masyarakat terhadap budaya minum kopi dan tempat nongkrong yang nyaman (Soelaiman & Liusca, 2022).

Salah satu faktor utama yang menyebabkan perkembangan ini adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap gaya hidup sosial yang terkait dengan mengunjungi restoran atau kafe yang menawarkan pengalaman kuliner yang unik dan berkualitas. Di tengah kesibukan dan tekanan kehidupan modern, banyak orang mencari tempat yang nyaman untuk menikmati makanan yang istimewa, bersosialisasi, atau bahkan bekerja sambil menikmati suasana yang menyenangkan. Restoran atau kafe dengan desain interior yang menarik dan menu yang menggugurkan menjadi pilihan yang populer kaXa menyediakan lingkungan yang santai dan nyaman bagi para pelanggan.

Selain itu, para pemilik coffee shop juga terus berinovasi untuk menarik pelanggan. Mereka tidak hanya fokus pada kualitas kopi, tetapi juga pada pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Inovasi dalam hal furnitur dan desain interior menjadi salah satu faktor yang penting. Banyak coffee shop yang mengusung konsep desain yang unik dan menarik, menciptakan atmosfer yang mengundang untuk duduk dan menikmati waktu (Sabita et al., 2021).

Di samping itu, inovasi juga terjadi dalam hal menu makanan dan minuman. Coffee shop tidak lagi hanya menyajikan kopi, tetapi juga menyediakan berbagai macam minuman, camilan, dan makanan ringan. Beberapa coffee shop bahkan menawarkan menu makanan utama seperti sarapan dan makan siang, menjangkau pelanggan yang mencari tempat untuk makan sehari-hari.

Dengan demikian, perkembangan gerai coffee shop di Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh minat masyarakat terhadap kopi, tetapi juga oleh inovasi yang terus dilakukan oleh para pemilik coffee shop dalam hal furnitur, desain interior, dan menu makanan. Kombinasi antara minat yang tinggi dari masyarakat dan upaya untuk terus meningkatkan pengalaman pelanggan telah menjadikan coffee shop sebagai bagian integral dari budaya perkotaan di Indonesia (Suwandy & Facrureza, 2023).

TX global ini turut mendorong coffee shop untuk terus berinovasi dalam menyajikan pengalaman yang lebih baik. Dalam perjalanan ini, bukan hanya rasa kopi yang menjadi fokus, melainkan juga aspek-aspek lain seperti desain interior yang menarik, pilihan makanan yang lezat, dan layanan pelanggan yang ramah. Dengan demikian, coffee shop menjadi lebih dari sekadar tempat membeli kopi; mereka menjadi destinasi yang menciptakan ikatan sosial dan kepuasan

sensorial bagi pelanggan (Bangkalang et al., 2023).

Dalam menghadapi permintaan pasar yang berkembang, peningkatan kualitas menu menjadi fokus utama bagi setiap coffee shop atau cafe. Perubahan perilaku konsumen yang semakin cerdas dan terinformasi mendorong pemain industri ini untuk terus berinovasi, khususnya dalam pengembangan menu, sebagai strategi utama untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru. Saat ini, menu kafe tidak hanya mencakup berbagai varian kopi, tetapi juga mencakup beragam pilihan makanan dan minuman (Anggitha et al., 2023).

Inovasi dalam makanan dan minuman menjadi poin fokus dalam meningkatkan daya tarik menu. Coffee shop bukan hanya tempat untuk menikmati kopi, melainkan juga menjadi destinasi kuliner yang menawarkan pengalaman yang lengkap. Menu yang kreatif dan inovatif mencerminkan keberagaman rasa dan gaya hidup pelanggan. Mulai dari makanan ringan cocok untuk sarapan hingga hidangan utama yang mencakup variasi kuliner global, coffee shop berupaya memenuhi preferensi dan kebutuhan konsumen modern (Setiyawati & Bangkalang, 2020).

Sentuhan kreatif dan inovatif dalam penyajian menu tidak hanya terfokus pada rasa, tetapi juga pada tampilan visual dan presentasi. Desain estetis dan unik dari setiap hidangan menciptakan pengalaman visual yang menarik, mengundang konsumen untuk mencoba setiap kreasi. Oleh karena itu, coffee shop tidak hanya bersaing dalam aspek rasa, tetapi juga berkompetisi dalam visual yang menarik perhatian pelanggan. Tantangan bagi setiap coffee shop adalah untuk terus mengikuti tren dan ekspektasi konsumen yang terus berubah. Peningkatan kualitas menu mencerminkan komitmen untuk tetap relevan dan menarik bagi pasar yang semakin beragam. Melalui penyempurnaan terus-menerus dan penyesuaian dengan tren kuliner, setiap coffee shop berharap menjadi destinasi yang tidak hanya memuaskan selera, tetapi juga mengundang pelanggan untuk menjelajahi berbagai pengalaman kuliner yang ditawarkan (Safitri et al., 2023).

Salah satu langkah krusial dalam meningkatkan kualitas menu di coffee shop adalah dengan mengintegrasikan sistem engineering. Sistem ini bukan hanya sekadar alat, tetapi juga sebuah strategi yang dapat digunakan untuk menyusun, mengelola, dan mengoptimalkan seluruh proses bisnis yang terlibat dalam penyusunan menu, mulai dari pemilihan bahan baku hingga penyajian kepada pelanggan.

Sistem menu engineering memberikan landasan struktural yang kokoh untuk memahami dan mengelola setiap tahapan dalam menciptakan sebuah hidangan. Pada tahap pemilihan bahan baku, sistem ini dapat membantu coffee shop untuk membuat keputusan yang lebih cerdas berdasarkan kriteria

kualitas, ketersediaan, dan keberlanjutan. Dengan menyelaraskan pemilihan bahan baku dengan standar kualitas yang telah ditentukan, coffee shop dapat memastikan bahwa setiap hidangan dihasilkan dengan konsistensi tinggi (Saraswati et al., 2021).

Selanjutnya, sistem menu engineering juga terlibat dalam pengelolaan persediaan dan rantai pasok, memastikan bahwa bahan baku selalu tersedia dengan baik. Ini membantu mengurangi risiko kelangkaan dan memastikan ketersediaan menu yang stabil. Selain itu, sistem ini dapat memberikan insight pada penggunaan bahan baku yang efisien, mengurangi potensi pemborosan dan biaya yang tidak perlu.

Saat menciptakan menu baru atau memperbarui menu yang sudah ada, sistem engineering dapat menjadi panduan yang berharga. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti popularitas, profitabilitas, dan kompleksitas persiapan, coffee shop dapat merancang menu yang tidak hanya menarik pelanggan tetapi juga efisien untuk diproduksi di dapur.

Sistem menu engineering tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga melibatkan keterlibatan karyawan. Pelatihan dan pengembangan staf dalam pemahaman dan pelaksanaan sistem ini merupakan bagian integral dari kesuksesan implementasinya. Dengan mengintegrasikan sistem engineering dalam proses pengelolaan menu, coffee shop dapat mengoptimalkan operasionalnya, meningkatkan konsistensi kualitas, dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan kepada pelanggan. Dalam era di mana efisiensi dan kualitas menjadi kunci dalam persaingan bisnis, penerapan sistem menu engineering pada pengelolaan menu menjadi langkah strategis yang dapat memberikan dampak positif yang signifikan (Mutlu et al., 2022).

Menerapkan sistem menu engineering dapat memiliki dampak yang signifikan bagi coffee shop atau cafe, tidak hanya dari segi efisiensi operasional, tetapi juga dalam hal kualitas menu dan pengalaman pelanggan. Pertama-tama, penggunaan sistem ini dapat meningkatkan efisiensi dalam manajemen persediaan dan pemilihan bahan baku. Dengan memanfaatkan data dan analisis, coffee shop dapat membuat keputusan yang lebih cerdas tentang stok persediaan, mengurangi pemborosan, dan memastikan ketersediaan bahan baku yang diperlukan. Hal ini dapat mengoptimalkan biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas (Ramadhani & Asnur, 2021).

Selain itu, sistem menu engineering dapat memberikan panduan yang jelas dalam pengembangan dan penataan menu. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti popularitas, profitabilitas, dan kompleksitas persiapan, coffee shop dapat merancang

menu yang tidak hanya menarik pelanggan tetapi juga efisien untuk diproduksi di dapur. Ini membantu mengurangi waktu pelayanan, meningkatkan konsistensi rasa, dan meminimalkan potensi kesalahan dalam penyajian menu (Noone & Cachia, 2020).

Dampak lainnya adalah pada peningkatan kualitas menu secara keseluruhan. Sistem ini dapat membantu coffee shop untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan menu yang paling diminati oleh pelanggan, sekaligus memastikan bahwa bahan baku yang digunakan selalu berkualitas tinggi. Dengan demikian, coffee shop dapat memberikan pengalaman kuliner yang konsisten dan memuaskan, memperkuat reputasi mereka di mata pelanggan.

Selanjutnya, menerapkan sistem menu engineering juga dapat meningkatkan keterlibatan karyawan. Dengan memberikan pelatihan dan pemahaman yang baik tentang implementasi sistem ini, staf dapat bekerja lebih efisien dan menjadi bagian integral dalam proses penyusunan menu. Hal ini menciptakan lingkungan kerja yang lebih terorganisir dan meningkatkan produktivitas (Tumpuan, 2021).

Penggunaan sistem engineering pada menu dapat membantu coffee shop untuk lebih responsif terhadap perubahan tX dan ekspektasi pelanggan. Dengan memantau data penjualan dan umpan balik pelanggan, coffee shop dapat melakukan penyesuaian menu secara cepat dan efektif, mengakomodasi selera yang berubah dan menjaga daya saing di pasar yang dinamis (Aziz, 2022).

Secara keseluruhan, menerapkan sistem menu engineering bukan hanya tentang meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga tentang menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan dan memperkuat posisi coffee shop dalam persaingan industri kafe yang semakin sengit.

Hasil observasi awal di X Coffee Eatery, terlihat bahwa belum ada implementasi yang jelas terkait menu engineering untuk meningkatkan kualitas menu. Meskipun coffee shop ini telah berhasil menciptakan suasana yang ramah dan menyediakan beragam pilihan kopi, namun terdapat potensi untuk lebih memanfaatkan pendekatan sistematis dalam pengembangan dan penyajian menu.

Dari hasil observasi, terlihat bahwa manajemen stok dan persediaan bahan baku belum sepenuhnya terorganisir dengan baik. Sistem yang lebih terstruktur dapat membantu mengelola persediaan dengan lebih efisien, mengurangi risiko pemborosan, dan memastikan ketersediaan bahan baku yang berkualitas. Implementasi menu engineering dapat memberikan pandangan yang lebih terperinci terkait keberlanjutan pilihan bahan dan aspek-aspek manajemen persediaan.

Selain itu, diversifikasi menu tampaknya bisa ditingkatkan lebih lanjut. Meskipun terdapat berbagai pilihan kopi, ada peluang untuk merinci lebih lanjut variasi makanan dan minuman. Menu engineering dapat membantu dalam menganalisis data penjualan, memberikan wawasan tentang preferensi pelanggan, dan mengoptimalkan kombinasi menu yang lebih menguntungkan.

Dalam pengembangan menu, terlihat pula bahwa ada ruang untuk meningkatkan keterlibatan karyawan dalam pemahaman konsep dan implementasi menu engineering. Dengan melibatkan staf secara lebih aktif, coffee shop dapat memastikan bahwa setiap anggota tim memahami peran mereka dalam menyusun dan menyajikan menu dengan kualitas yang konsisten.

Secara keseluruhan, hasil observasi awal menunjukkan bahwa X Coffee Eatery memiliki potensi yang belum sepenuhnya tergali terkait implementasi menu engineering. Dengan menerapkan pendekatan ini, bukan hanya efisiensi operasional yang dapat ditingkatkan, tetapi juga dapat menciptakan menu yang lebih variatif, sesuai dengan preferensi pelanggan, dan membawa pengalaman kuliner yang lebih memuaskan. Implementasi menu engineering bisa menjadi langkah strategis untuk memperkaya dan meningkatkan kualitas menu di X Coffee Eatery.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Implementasi Sistem Menu Engineering Untuk Peningkatan Kualitas Menu Di X Coffee Eatery tebet"

METODE PENELITIAN

Menurut Rahmani (2021) pengertian objek penelitian ialah sasaran ilmiah guna memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu). Implementasi sistem menu engineering merupakan fokus utama dari penelitian ini. Sistem ini akan digunakan untuk menganalisis, merancang ulang, dan mengelola menu X Coffee Eatery dengan tujuan meningkatkan kualitas, daya tarik, dan profitabilitasnya. Penelitian ini akan memeriksa berbagai aspek, termasuk analisis data penjualan, identifikasi tX pasar, penyesuaian harga, diversifikasi menu, manajemen persediaan, pelatihan karyawan, dan interaksi dengan pelanggan.

Tujuan akhirnya adalah menciptakan pengalaman kuliner yang lebih baik bagi pelanggan sambil meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas bisnis. Purba et al. (2021) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai orang diamati sebagai sasaran penelitian. X Coffee Eatery adalah sebuah kedai kopi yang berlokasi di pusat kota yang populer di kalangan pecinta kopi dan pengunjung lokal. Bisnis ini menawarkan berbagai

macam minuman kopi, teh, serta makanan ringan seperti roti dan kue. X Coffee Eatery dikenal kaXa suasana yang nyaman dan ramah pelanggan, tetapi mereka ingin meningkatkan kualitas dan variasi menu mereka untuk memenuhi ekspektasi yang semakin tinggi dari pelanggan. Menurut Sugiyono dalam A. Kusumastuti (2021), variabel penelitian merujuk pada atribut, karakteristik, dan nilai individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi

tertentu ditetapkan oleh peneliti guna dianalisis, dan dari situ, kesimpulan dapat diambil. Variabel tersebut terbagi menjadi variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependent). Variabel bebas adalah faktor yang memberikan pengaruh dan dampak pada variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas yakni rekayasa menu (menu engineering) (X), sementara variabel terikat merupakan klasifikasi menu item (Y).

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Rekayasa Menu Engineering (X)	Rekayasa menu, atau menu engineering, adalah pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam bisnis untuk mengevaluasi performa menu dengan tujuan meningkatkan daya tarik bagi pelanggan dan profitabilitas. Ini melibatkan analisis data untuk memahami keberhasilan menu, baik dalam hal popularitas di antara pelanggan maupun dalam mencapai target keuntungan. Dengan menggunakan model ini, pemilik bisnis dapat mengidentifikasi item-menu yang paling menguntungkan, menyusun ulang menu, dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan penjualan serta profitabilitas secara keseluruhan. Hal ini membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional restoran.	$MM\% = \frac{\text{Menu item sold}}{\text{Total number sold}} \times 100\%$ $CM = \text{selling price} - \text{food cost}$ Sumber: Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha	Rasio
Menentukan klasifikasi menu item (Y)	Klasifikasi menu item dilakukan dengan membandingkan margin kontribusi dan persentase menu campuran. Ini merupakan metode yang diadopsi dari penelitian Kasavana & Smith (1982) yang dikutip dalam karya Susila & Nugraha (2021).	1. Star 2. Plowhorse 3. Puzzle 4. Dog Sumber: Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021)	Rasio

Klasifikasi Menu Item berdasar pada MM Category dan CM Category. Berikut adalah patokan yang digunakan dalam memberikan penentu dalam

klasifikasi menu item, yang diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 2 Kriteria dalam menentukan menu

CM Category	MM Category	Classification	Meaning
Low	High	Plowhorse	Low Profit, High Popularity.
High	High	Star	High Profit, High Popularity
Low	Low	Dog	Low Profit, Low Popularity
High	Low	Puzzle	High Profit, Low Popularity

Sumber: Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021)

Berikut adalah rumus perhitungan yang digunakan untuk setiap langkah di atas:

- a. $MM\% = \frac{\text{menu item sold}}{\text{total number sold}} \times 100\%$
- b. $AMM\% = \frac{1}{n} \times 70\%$
- c. $CM = \text{Selling Price} - \text{Food Cost}$
- d. $\text{Total CM} = \text{menu revenue} - \text{menu cost}$
- e. $ACM = \frac{\text{total CM}}{\text{total Item}}$

Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa dari menu mix pada kategori X Special pada periode Januari-Desember 2023 termasuk kedalam kategori tingkat kepopuleran (*MM Category*) tinggi (*high*) pada item menu X *Lava Mentai Roll* dengan persentase menu mix sebesar 100% dengan total penjualan habis sebesar 723 pcs. Dalam 3 tahun terakhir ini untuk menu ini terdapat peningkatan yang signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1 Data Penjualan Periode Januari - Desember 2023

Nama Menu	Item sold												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Makanan													
X Special	137	139	165	53	61	28	76	31	33	0	0	0	723
Total	137	139	165	53	61	28	76	31	33	0	0	0	723
Sushi Roll													
Tuna Roll	90	89	97	93	99	104	73	97	42	7	0	58	849
Chicken Katsu Roll	65	75	55	46	39	38	49	35	21	0	0	36	459
California Roll	34	27	36	13	12	6	19	13	9	0	0	19	188
Kani Roll	58	45	40	20	18	17	22	14	1	1	0	41	277
Chicken Teriyaki Roll (Spicy)	66	64	56	40	36	34	65	41	8	0	0	44	454
Total	313	300	284	212	204	199	228	200	81	8	0	198	2227
Noodles													
Inaka Tori Ramen	172	137	147	115	74	69	133	88	99	61	0	172	1267
Katsu Curry Udon	4	8	89	6	6	1	10	6	5	9	0	4	148
Niku Ramen/Udon	173	135	147	112	113	93	106	127	126	93	0	173	1398
Kani Spicy Ramen	67	41	35	29	19	18	30	26	12	18	0	67	362
Ebi Fried Spicy Ramen	17	70	61	63	38	52	54	40	25	21	0	17	458
Tori Miso Ramen	78	72	50	34	29	30	35	12	0	1	0	78	419
Chicken Katsu Ramen	122	96	75	64	64	66	71	37	62	22	0	122	801
Total	433	391	479	325	250	233	333	287	267	202	0	433	3633
Burger Station													
beef burger	69	52	55	49	58	38	55	25	9	4	3	69	486
chicken burger	21	21	17	9	26	11	11	20	5	0	0	21	162
Combo Burger	7	7	9	20	9	3	11	2	0	0	0	0	68
Total	97	80	81	78	93	52	77	47	14	4	3	90	716
DONBURI													
Katshu Cheese Mayo don	130	131	99	94	106	103	125	87	102	110	0	130	1217
Oyako Don	96	72	70	27	18	14	37	24	19	13	0	96	486
Gyu Donn	169	167	155	165	141	132	106	134	136	142	0	169	1616
Chicken Katsu Tar Tar	71	48	65	40	1	1	0	1	2	0	0	71	300
Mixed Tepanyaki	10	13	8	7	8	10	18	8	9	2	0	10	103
Total	476	431	397	333	274	260	286	254	268	267	0	476	3722
Japanese Snack													
Chicken Karage	251	227	227	182	158	164	214	187	189	220	156	251	2426
Okonomiyaki	175	148	154	115	114	143	139	124	101	125	0	175	1513
Chill Fries	122	157	148	112	131	134	127	137	99	166	2	122	1457
Caramel Fried Banana	269	269	248	143	151	166	167	162	124	79	7	269	2054

Spicy Pepper Salted Tofu	262	245	206	99	104	104	97	90	109	47	0	0	1363
Total	1079	1046	983	651	658	711	744	700	622	637	165	817	8813
Platter													
Yakimeshi	83	83	95	83	51	57	77	32	35	30	0	83	709
Katsu Fried Rice	54	39	29	47	15	24	30	35	44	25	0	54	396
Butter Fried Rice	56	56	52	26	29	23	26	17	17	19	0	56	377
Total	193	178	176	156	95	104	133	84	96	74	0	193	1482
Signature													
KOXU	859	831	803	713	847	761	704	691	632	671	687	859	9058
Kopi Kakek legend	311	333	266	303	347	357	392	340	268	249	85	311	3562
Kakigori	20	21	18	1	3	4	6	5	12	19	1	20	130
Total	1192	1185	1087	1026	1197	1122	1102	1036	912	939	773	1190	12761
Espresso Base													
Espresso	7	16	14	8	20	11	14	14	11	10	6	7	138
Americano	299	283	263	207	123	210	127	203	195	190	188	299	2587
Cafe Latte	314	301	269	118	129	203	123	185	162	136	129	314	2383
Cappucino	252	211	182	144	140	125	140	115	95	82	80	252	1818
Total	872	811	728	477	412	549	404	517	463	418	403	872	6926
FLAVOURLATTE													
Pandan Coffe	209	180	118	97	110	104	108	80	88	79	24	0	1197
Choco Banana Coffe	81	87	107	56	75	51	87	41	41	21	17	0	664
HAZELNUT coffe	252	235	90	148	149	151	104	94	96	85	58	0	1462
TIRAMISSYOU	87	117	85	58	42	27	50	36	24	32	31	87	676
BUTTERSCOTCH	243	281	290	192	205	209	187	122	121	98	65	243	2256
Total	872	900	690	551	581	542	536	373	370	315	195	330	6255
Flavour Tea													
LYCHEE TEA	414	366	379	99	249	236	280	263	215	198	171	414	3284
LEMON TEA	205	196	184	40	128	122	168	104	98	67	99	205	1616
RASPBERRY Tea	96	109	79	67	74	40	79	57	50	46	19	96	812
MANGGO TEA	141	135	121	97	82	84	118	75	85	93	102	141	1274
GREEN APPLE TEA	118	151	107	68	60	54	58	46	75	51	82	118	988
Total	974	957	870	371	593	536	703	545	523	455	473	974	7974
Frappe													
cookies n cream	343	317	277	219	204	200	175	173	155	151	81	343	2638
rumarie raisin	102	90	88	86	76	76	56	40	35	43	54	102	848
chocho butter	114	146	171	115	116	131	109	108	60	66	101	114	1351
heavy matcha	408	402	323	275	286	297	206	126	198	193	148	408	3270
CHOCOLATTE	251	267	234	201	266	196	247	227	233	199	168	251	2740
Banana Latte	94	101	73	90	87	93	71	65	55	70	59	94	952
Red Velved	192	149	142	156	163	161	134	121	101	143	38	192	1692
Total	1504	1472	1308	1142	1198	1154	998	860	837	865	649	1504	13491
Mocktail													
BLUE LAGOON	66	49	48	65	47	67	40	23	50	39	29	66	589
RED DRAGON	39	22	23	93	88	80	92	49	94	111	32	39	762
MARSYELLOW	24	15	17	24	34	33	20	11	5	12	6	24	225
MOJITO	58	57	51	85	97	70	92	44	81	88	43	58	824
Total	187	143	139	267	266	250	244	127	230	250	110	187	2400
Bubble													
KOXU BUBBLE	5	12	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29

TARO Latte Bubble	16	6		16	1	2	4	0	0	0	0	16	61
Milk Tea Bubble	3	1	1	2	1	0	5	0	0	0	0	0	13
Total	24	19	13	18	2	2	9	0	0	0	0	16	103

Tabel 4.2 Indeks Popularitas Menu X Coffe Eatery

No.	Kategori menu	Jumlah Item	Indeks Popularitas
1	X Special	1	70%
2	Bubble	3	23%
3	Burger Station	3	23%
4	Signature	3	23%
5	espresso Base	4	18%
6	Mocktail	4	18%
7	Platter	4	18%
8	Sushi Roll	5	14%
9	Donburi	5	14%
10	Japanese Snack	5	14%
11	Flavour Latte	5	14%
12	Flavour Tea	5	14%
13	Frappe	7	10%
14	Noodles	7	10%

Tabel 4.3 Menu Mix Percentage Kategori "X Special" 2023

No.	Menu Item	Number Sold	Menu Mix %	MM Category
1	X Lava Mentai Roll	723	100%	High
Total Covers		723		

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa dari menu mix pada kategori X Special pada periode Januari-Desember 2023 termasuk kedalam kategori tingkat kepopuleran (*MM Category*) tinggi (*high*) pada item menu *X Lava Mentai Roll* dengan persentase menu mix sebesar 100% dengan total penjualan habis sebesar 723 pcs. Dalam 3 tahun terakhir ini untuk menu ini terdapat peningkatan yang signifikan.

Berdasar hasil analisis yang dilakukan penulis terhadap 69 item menu yang dikelompokkan menjadi 6 jenis menu makanan dan minuman pada X Coffe Eatery Tebet periode Januari-Juni 2023, dapat dilakukan pembahasan sebagai berikut:

a. Metode Rekayasa Menu (Menu Engineering)

Pada rekayasa menu terdapat 2 (dua) tahapan, yakni:

1) Menu Mix (Tingkat Popularitas)

Berdasar 14 jenis menu yang dilakukan pengelompokkan di X Coffe Eatery Tebet periode Januari-Desember 2023, terdapat 7 jenis kelompok minuman, 1 jenis kelompok japanese snack, dan 6 jenis kelompok makanan, tingkat popularitasnya berikut:

a) Kelompok minuman periode Januari-Desember tahun 2023, sebagai berikut:

1. Drink Signature, terbagi menjadi 3 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling tinggi (*high*) yaitu koXu sebesar 71,04%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling Xdah (*low*)

yaitu kakigori sebesar 1,02%.

2. Drink Espresso Base, terbagi menjadi 4 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling tinggi (*high*) yaitu menu americano sebesar 37,35%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling Xdah (*low*) yaitu espresso sebesar 1,99%.
3. Drink Flavour Latte, terbagi menjadi 5 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling tinggi (*high*) yaitu butterscotch sebesar 36,07%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling Xdah (*low*) yaitu pandan coffe, choco banana coffe sebesar 10,62%.
4. Drink Flavour Tea, terbagi menjadi 5 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) yang paling tinggi (*high*) yaitu lychee tea sebesar 41,18%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) yang paling Xdah (*low*) yaitu raspberry tea sebesar 10,18%.
5. Drink Frappe, terbagi menjadi 7 item menu, dari ketujuh menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM*

- Category) yang paling tinggi (high) yaitu heavy matcha sebesar 24,24%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling Xdah (low) yaitu rumarie raisin sebesar 6,29%.
6. Drink Mocktail, terbagi menjadi 4 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling tinggi (high) yaitu mojito sebesar 34,33%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling Xdah (low) yaitu marsyellow sebesar 9,38%.
 7. Drink Bubble, terbagi menjadi 2 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling tinggi (high) yaitu koXu bubble sebesar 69,05%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling Xdah (low) yaitu milk tea bubble sebesar 30,95%.
- b) Kelompok Japanese Snacks periode Januari-Desember 2023, terdapat 5 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling tinggi (high) yaitu menu chicken karage sebesar 27,53%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) paling Xdah (low) yaitu chill fries sebesar 16,54%.
- c) Kelompok Makanan periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:
1. X Special, mempunyai satu item menu, dari satu menu ini memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang tinggi (high) yakni X lava mentai roll sebesar 88,89%.
 2. Sushi Roll, terbagi menjadi 5 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling tinggi (high) yaitu beef X roll sebesar 38,12%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling Xdah (low) yaitu california roll sebesar 8,44%.
 3. Noodles, terbagi menjadi 7 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling tinggi (high) yaitu niku ramen/udon sebesar 28,8%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling Xdah (low) yaitu katsu curry udon sebesar 3,05%.
 4. Burger Station, terbagi menjadi 3 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling tinggi (high) yaitu beef burger sebesar 67,88%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling Xdah (low) yaitu combo burger sebesar 9,50%.
 5. Donburi, terbagi menjadi 5 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling tinggi (high) yaitu gyu donn sebesar 43,42%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling Xdah (low) yaitu mixed tepanyaki sebesar 2,77%.
 6. Platter, terbagi menjadi 3 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling tinggi (high) yaitu yakimeshi sebesar 47,84%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (MM Category) yang paling Xdah (low) yaitu butter fried rice sebesar 25,44%.
- Contribution Margin (Tingkat Keuntungan)
- Berdasarkan 14 jenis menu yang dikelompokkan di X Coffe Eatery Tebet periode Januari-Desember 2023, terdapat 7 jenis kelompok minuman, 1 jenis kelompok japanese snack, dan 6 jenis kelompok makanan, tingkat keuntungannya sebagai berikut:
- a) Kelompok minuman periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:
1. Drink Signature, terbagi menjadi 3 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar yaitu koXu sebesar Rp. 341.260.205,75 dengan jumlah penjualan sebesar 9775 porsi, dan menu yang paling kecil total tingkat keuntungannya (total CM) yaitu kakigori sebesar Rp. 6.228.488,70 dengan jumlah penjualan sebesar 210 porsi.
 2. Drink Espresso Base, terdapat 4 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar yaitu cafe latte sebesar Rp. 89.170.739,99, sedangkan espresso memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling kecil sebesar Rp. 4.357.982,04.
 3. Drink Flavour Latte, terdapat 5 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar dari kategori tingkat keuntungan (CM category) tinggi (high) yaitu menu butterscotch sebesar Rp. 75.732.859,68, dan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) kecil dan juga kategori tingkat keuntungannya (CM category) Xdah (low) yaitu menu choco banana coffee sebesar Rp. 21.285.867,92.
 4. Drink Flavour Tea, memiliki 5 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar yaitu menu lychee tea sebesar Rp. 124.277.462,88, sedangkan menu yang

- memiliki total tingkat keuntungan (total CM) kecil yaitu lemon tea sebesar Rp. 56.781.909,12.
5. Drink Frappe, memiliki 7 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar yaitu menu chocolate sebesar Rp. 93.556.916,40, sedangkan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) kecil yaitu rumarie raisin sebesar Rp. 27.905.441,28.
 6. Drink Mocktail, memiliki 4 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar yaitu menu red dragon sebesar Rp. 28.583.382, sedangkan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) kecil yaitu blue lagoon sebesar Rp. 21.899.609.
 7. Drink Bubble, memiliki 2 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar yaitu menu koXu bubble sebesar Rp. 904.800, sedangkan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) kecil yaitu milk tea bubble sebesar Rp. 354.900.
- b) Kelompok Japanese Snack periode Januari-Desember 2023, terdapat 5 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar dan kategori tingkat keuntungannya (CM category) tinggi (high) yaitu okonomiyaki sebesar Rp. 42.288.350, sedangkan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) kecil dan kategori tingkat keuntungannya (CM category) Xdah (low) yaitu spicy pepper salted tofu sebesar Rp. Rp. 32.732.050.
- c) Kelompok Makanan (Food) periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:
1. X Special, terdapat 1 item menu. Dari 1 item menu tersebut yakni X lava mentai roll memiliki kategori Tingkat keuntungan (total CM) yang tinggi (high) yaitu sebesar Rp. 21.147.750.
 2. Sushi Roll, memiliki 5 item menu, dari menu-menu ini semuanya memiliki total tingkat keuntungan (total CM) besar, dan yang paling tinggi (high) yakni beef X roll (spicy) sebesar Rp24.833.250.
 3. Noodles, memiliki 7 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar yaitu menu niku ramen/udon sebesar Rp. 44.526.300, sedangkan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) kecil yaitu tori miso ramen sebesar Rp13.345.150.
 4. Burger Station, memiliki 3 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar yaitu menu niku combo burger sebesar Rp. 2.298.400, sedangkan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) kecil yaitu chicken burger sebesar Rp. 4.271.130.
 5. Donburi, memiliki 5 item menu, dari menu-menu ini seluruhnya memiliki total tingkat keuntungan (total CM) besar, namun menu yang tingakt keuntungan totalnya paling besar yaitu menu gyu donn sebesar Rp. 49.368.800.
 6. Platter, memiliki 3 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) paling besar yaitu menu katsu fried rice sebesar Rp. 12.097.800, sedangkan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total CM) kecil yaitu butter fried rice sebesar Rp. 11.027.250.

Klasifikasi Menu Item Kategori Star

Berdasarkan hasil analisis menu yang memiliki kategori star terdapat pada 6 jenis kelompok menu di X Coffe Eatery Tebet periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:

Kelompok Minuman periode Januari-Desember 2023, terbagi sebagai berikut:

- a) Drink Signature, pada kategori star terdapat 2 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) dan tingkat keuntungan (CM) yang paling tinggi yaitu koXu dan kopi kakek legend.
- b) Drink Espresso Base, dalam kategori star ini terdapat 2 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu cafe latte dan cappucino.
- c) Drink Flavour Latte, dalam kategori star ini terdapat 2 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu hazelnut coffe dan butterscotch.
- d) Drink Flavour Tea, dalam kategori star ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu lychee tea.
- e) Drink Mocktail, dalam kategori star ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu red dragon.
- f) Drink Bubble, dalam kategori star ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu koXu bubble.

Kelompok Makanan (Food) periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:

- a) Sushi Roll, dalam kategori star ini terdapat

- 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu beef X roll (spicy).
- Noodles, dalam kategori star ini terdapat 3 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu inaka tori ramen, niku ramen/udon, dan chicken katsu ramen.
 - Donburi, dalam kategori star ini terdapat 2 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu katsu cheese mayo donn dan gyu donn.
 - Platter, dalam kategori star ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu katsu fried rice.

Dari 69 item menu hanya 16 item menu pada periode Januari-Desember 2023 yang dapat dikategorikan star, menu tersebut adalah beef X roll (spicy), inaka tori ramen, niku ramen/udon, chicken katsu ramen, katsu cheese mayo donn, gyu donn, katsu fried rice, koXu, kopi kakek legend, cafe latte, cappucino, hazelnut coffe, butterscotch, lychee tea, red dragon, dan koXu bubble. Menu ini harus dipertahankan dalam kelompok jenis menu X Coffe Eatery Tebet, maka dapat dikatakan menu ini merupakan menu yang populer dan tingkat keuntungannya besar, sehingga menu ini menguntungkan bagi X Coffe Eatery Tebet. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Anthony J. DiRomualdo dalam Tumpuan (2021) pada bab sebelumnya yang melihat menu engineering sebagai alat untuk menciptakan pengalaman kuliner yang lebih baik. Ia menyoroti pentingnya menyajikan menu yang sesuai dengan prefeXi pelanggan, menciptakan kombinasi makanan dan minuman yang seimbang, serta menyajikan hidangan dengan presentasi yang menarik (Prasetyo & Sumiyati, 2022).

Klasifikasi Menu Item Kategori Plowhorse

Berdasarkan hasil analisis menu yang memiliki kategori plowhorse terdapat pada 6 jenis kelompok menu di X Coffe Eatery Tebet periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:

Kelompok Minuman periode Januari-Desember 2023, terbagi sebagai berikut:

- Drink Espresso Base, dalam kategori plowhorse ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) Xdah adalah americano.
- Drink Frappe, dalam kategori plowhorse ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yaitu heavy matcha.
- Drink Mocktail, dalam kategori plowhorse ini terdapat 2 item menu yang memiliki tingkat

popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yaitu heavy blue lagoon dan mojito.

- Drink Bubble, dalam kategori plowhorse ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yaitu milk tea bubble.

Kelompok Japanese Snacks periode Januari-Desember 2023, dalam kategori plowhorse ini terdapat 2 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yaitu chicken karage dan caramel fried banana.

Kelompok Makanan (Food) periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:

- Burger Station, dalam kategori plowhorse ini terdapat 2 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yakni chicken burger dan beef burger.
- Platter, dalam kategori plowhorse ini terdapat 2 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yakni yakimeshi dan butter fried rice.

Dari 69 item menu hanya 4 menu pada periode Januari-Desember 2023 yang dapat dikategorikan plowhorse, yakni chicken burger, beef burger, yakimeshi, dan butter fried rice. Menu ini harus menaikkan harga secara bertahap disetiap kelompok jenis menu X Coffee Eatery, maka dikatakan menu ini merupakan menu yang tidakpopuler tetapi tingkat keuntungannya besar, sehingga menu disukai oleh para pelanggan X Coffee Eatery. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan dalam bab sebelumnya bahwa hal ini bisa disebabkan oleh faktor-faktor seperti kurangnya promosi atau kurangnya daya tarik visual dalam presentasi menu. Restoran perlu memutuskan apakah akan tetap mempertahankan menu-menu ini dengan upaya meningkatkan popularitasnya, misalnya dengan melakukan promosi khusus atau penyegaran pada penyajian, atau menggantinya dengan menu yang lebih menarik bagi pelanggan. Keputusan ini penting untuk memastikan bahwa sumber pendapatan yang potensial dari menu dengan kontribusi margin yang tinggi dapat dioptimalkan dengan baik.

Klasifikasi Menu Item Kategori Puzzle

Berdasarkan hasil analisis menu yang berada pada kategori puzzle di X Coffee Eatery periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:

- Kelompok Minuman periode Januari-Desember 2023, terbagi sebagai berikut:
 - Drink Flavour Latte, dalam kategori puzzle ini terdapat 2 item menu yang memiliki

- tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) tinggi yaitu pandan coffe dan tiramissyou.
- b) Drink Flavour Latte, dalam kategori puzzle ini terdapat 3 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) tinggi yaitu raspberry tea, mango tea, dan green apple tea.
 - c) Drink Frappe, dalam kategori puzzle ini terdapat 3 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) tinggi yaitu cookies n cream, chocolate, dan banana latte.
 - d) Drink Mocktail, dalam kategori puzzle ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) tinggi yaitu marsyellow.
- 2) Kelompok Japanese Snacks periode Januari-Desember 2023, dalam kategori puzzle ini terdapat 2 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) tinggi yaitu okonomiyaki dan chill fries.
- 3) Kelompok Makanan (Food) periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:
- a) X Special, dalam kategori puzzle ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) tinggi yaitu X lava mentai roll.
 - b) Sushi Roll, dalam kategori puzzle ini terdapat 4 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) tinggi yaitu chickenn katsu roll, california roll, kani roll, dan chicken teriyaki roll.
 - c) Noodles, dalam kategori puzzle ini terdapat 4 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) tinggi yaitu chickenn katsu curry udon, kani spicy ramen, ebi fried spicy ramen, dan tori miso ramen.
 - d) Burger Station, dalam kategori puzzle ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) tinggi yaitu combo burger.
 - e) Donburi, dalam kategori puzzle ini terdapat 3 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) tinggi yaitu oyako donn, chicken katsu tartar, dan mixed tepanyaki.

Klasifikasi Menu Item Kategori Dog

Berdasarkan hasil analisis menu yang berada pada kategori dog di X Coffee Eatery periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:

- 1) Kelompok Minuman periode Januari-Desember 2023, sebagai berikut:
 - a) Drink Signature, dalam kategori dog ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat

popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yaitu kakigori.

- b) Drink Espresso Base, dalam kategori dog ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yaitu espresso.
 - c) Drink Flavour Latte, dalam kategori dog ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yaitu choco banana coffe.
 - d) Drink Flavour Tea, dalam kategori dog ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yaitu lemon tea.
 - e) Drink Frappe, dalam kategori dog ini terdapat 3 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yaitu rumarie raisin, choco butter, dan red velved.
- 2) Kelompok Japanese Snack periode Januari-Desember 2023, dalam kategori dog ini terdapat 1 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) Xdah dan tingkat keuntungan (CM) Xdah yaitu spicy pepper salted tofu.

KESIMPULAN

Berdasar hasil analisis yang telah penulis lakukan terhadap 69 item menu periode Januari-Desember 2023, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Dari 69 item menu dapat disimpulkan hasilnya yakni pada jenis menu X Special 1 item menu mempunyai tingkat popularitas (MM%) sebesar 100% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp21.147.750, jenis menu Sushi Roll mempunyai 5 item menu mempunyai tingkat popularitas (MM%) sebesar 14% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp65.139.750, jenis menu Noodles memiliki 7 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 10% dengan memberikan keuntungan (CM) sebesar Rp153.972.650, jenis menu Burger Station mempunyai 3 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 23% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp20.132.332, jenis menu Donburi mempunyai 5 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 14% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp113.707.100, dan jenis menu Japanese Snack mempunyai 5 item

- menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 14% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp222.540.500. Selanjutnya jenis menu Platter mempunyai 3 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 23% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp43.863.300, dan jenis menu Signature mempunyai 3 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 23% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp1.292.747.252,47. Pada jenis menu Espresso Base mempunyai 4 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 18% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp248.427.801,03, dan jenis menu Flavour Latte mempunyai 5 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 14% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp210.435.560,15. Untuk jenis menu Flavour Tea mempunyai 5 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 14% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp298.766.497,68, dan jenis menu Frappe mempunyai 7 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 10% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp339.967.698,76. Kemudian jenis menu Mocktail mempunyai 4 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 18% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp89.560.110, dan jenis menu Bubble mempunyai 2 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 35% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp1.259.700.
- b) Dari 69 item menu hanya 16 item menu pada periode Januari-Desember 2023 yang dapat dikategorikan star, menu tersebut adalah beef X roll (spicy), inaka tori ramen, niku ramen/udon, chicken katsu ramen, katsu cheese mayo donn, gyu donn, katsu fried rice, koXu, kopi kakek legend, cafe latte, cappucino, hazelnut coffe, butterscotch, lychee tea, red dragon, dan koXu bubble.
- c) Dari 69 item menu hanya 4 menu pada periode Januari-Desember 2023 yang dapat dikategorikan plowhorse, yakni chicken burger, beef burger, yakimeshi, dan butter fried rice.
- d) Dari 69 item menu hanya 23 menu pada periode Januari-Desember 2023 yang dapat dikategorikan puzzle, yakni pandan coffe, tiramissyou, raspberry tea, mango tea, green apple tea, cookies n cream, chocolatte, banana latte, marsyellow, okonomiyaki, chill fries, X lava mentai roll, california roll, kani roll, chicken

teriyaki roll, chicken katsu curry udon, kani spicy ramen, ebi fried spicy ramen, tori miso ramen, combo burger, oyako donn, chicken katsu tartar, dan mixed tepanyaki.

- e) Dari 69 item menu hanya 4 menu pada periode Januari-Desember 2023 yang dapat dikategorikan dog, yakni kakigori, espresso, banana coffe, lemon tea, rumarie raisin, choco butter, red velved, spicy pepper salted tofu.

Berdasarkan pemaparan dari hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa rekomendasi dan saran berikut ini:

- a. Pihak X Coffee Eatery perlu mengevaluasi menu yang ditawarkan kepada para pelanggan menggunakan metode rekayasa menu (menu engineering) per enam bulan sekali. Melalui penggunaan metode ini pihak cafe dapat mengetahui menu-menu apa saja yang populer dan kurang populer, serta untuk dapat mengetahui seberapa besar keuntungan dari menu-menu yang disediakan. Hal tersebut membantu owner dalam memberikan peningkatan pada keuntungan penjualan dan menentukan tingkat kepopuleran menu-menu yang disediakan, guna menjadikan cafe tersebut sebagai tujuan para pengunjung dari seluruh kalangan usia.
- b. Pihak X Coffee Eatery perlu menghitung dan melakukan pembukuan penjualan (Sales History) untuk setiap item dalam tiap jenis kelompok menu yang disediakan sehingga lebih memudahkan untuk perhitungan evaluasi menggunakan metode rekayasa menu (menu engineering).
- c. Untuk menu-menu pada posisi Star, pihak cafe perlu mempertahankan faktor-faktor yang mendukung di mana membuat menu-menu tersebut dapat bertahan pada posisi Star, dan senantiasa meningkatkan kualitas yang lebih baik kaXa 95 konsumen cafe yang berubah-ubah dan berbeda dari waktu ke waktu.
- d. Untuk menu-menu yang berada pada posisi Plowhorse, pihak cafe dapat melaksanakan strategi tepat guna memberikan peningkatan terhadap harga jual secara bertahap sehingga dapat pindah ke posisi star.
- e. Menu-menu pada posisi Puzzle, pihak cafe perlu memperkenalkan menu-menu tersebut

pada konsumen guna menarik perhatian konsumen dengan mengadakan diskon atau potongan harga dan senantiasa mengawasi kualitas menu makanan untuk terus ditingkatkan.

Untuk kategori menu-menu yang berada di posisi Dog, pihak kafe dapat melakukan penghapusan daftar menu tersebut dari daftar menu makanan dan minuman dan menggantinya dengan menu baru yang menarik perhatian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Kusumastuti, A. M. K. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Anggitha, I. P. N., Sudiarta, I. N., & Kuntariati, U. (2023). Analisis Menu A'la Carte Menggunakan Metode Menu Engineering di Poppies Restaurant Kuta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(1), 202–209. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i1.291>
- Aziz, R. (2022). Penerapan Rekomendasi Menu dan Self Order Pada Aplikasi E-Menu Restoran Menggunakan Metode Collaborative Filtering Berbasis Android. *Journal of Artificial Intelligence and Software Engineering*, 2(1), 35–41. <https://doi.org/10.30811/JAISE.V2I1.3875>
- Bangkalang, D. H., Setiyawati, N., & Purnomo, H. D. (2023). Comparison between K-Means and K-Means++ Clustering Models Using Singular Value Decomposition (SVD) in Menu Engineering. *International Journal on Informatics Visualization*, 7(3), 871–877. <https://doi.org/10.30630/joiv.7.3.1053>
- Hasbi, R., & Hadi, S. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Portobello Cafe Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1074–1084. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30605>
- Leonardo, A., Budiono, K., Oskar, V., & Sitorus, N. I. B. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Food and Beverage Business. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i1.66>
- Leonardo, A., Oskar, K. B. V., & Sitorus, N. I. B. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Food and Beverage Business. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i1.66>
- Mutlu, H., Demircakmak, İ. L., & Dogan, M. (2022). Menu Engineering in the Restaurant Business: A Study on Kitchen Chefs. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(4), 3537–3553. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1154>
- Noone, B. M., & Cachia, G. (2020). Menu Engineering Re-Engineered: Accounting For Menu Item Substitutes In Pricing And Menu Placement Decisions. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102504>
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., & Khairad, F. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi* (R. Watrionthos, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Putra, I. B. W. D., Astina, M. A., & Arnawa, I. G. M. S. (2023). Analisis Strategi Menu Engineering dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Restaurant. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(6), 1444–1457. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i6.464>
- Rahmani, N. A. B. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. FEBI UINSU Press.
- Ramadhani, A. F., & Asnur, L. (2021). Penerapan Menu Engineering dalam Penetapan Profitabilitas Menu A'la Carte. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(3), 488–500. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i3.34636>
- Sabita, D., Djanggu, N. H., & Budiman, R. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis pada Usaha Coffee Shop dengan Metode Qspm (Studi Kasus: Coffee Shop 'Rasio Coffee'). *Jurnal Teknik Industri Universitas Tanjungpura*, 5(1), 211–218. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/view/51639>
- Safitri, E. Y., Yustita, A. D., & Wijaya, J. C. A. (2023). Analisis Menu Engineering dengan Pendekatan Matriks untuk Menentukan Strategi Bauran Pemasaran Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(3), 100–107. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.59634>
- Saraswati, N. K. A., Bagiastuti, N. K., Elistyawati, I. A., & Sudiarta, M. (2021). Menu Engineering on Main Course to Increase Sales. *International Journal of Glocal Tourism*, 1(1), 51–60. <https://doi.org/10.58982/injogt.v1i1.17>
- Setiyawati, N., & Bangkalang, D. H. (2020). Penerapan Metode Two-Step Cluster Dalam Analisis Menu Engineering Pada Usaha Kuliner. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 7(2), 359–366. <https://doi.org/10.25126/jtiik.202072012>
- Soelaiman, L., & Liusca, C. (2022). Penyusunan Xcana Bisnis sebagai Langkah Pengembangan Usaha Coffee Shop. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 45–55. <https://doi.org/10.53834/MDN.V8I2.4883>
- Suwandy, S., & Facrureza, D. (2023). Analisis Implementasi Menu Engineering dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan pada Sally Bakery. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 330–344. <https://doi.org/10.30647/jip.v28i3.1753>
- Tumpuan, A. (2021). Penerapan Sistem Menu Engineering Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Menu di Restoran Bintan Inti Executive Village

