

PENGARUH PENERAPAN REKAYASA MENU TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DI RESTORAN EPICE HOTEL ALILA SOLO

Dendy Dwiyan Husada

Denny Asmara

Alip Suroto

(Dosen pada Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Penerapan Rekayasa Menu Terhadap Tingkat Penjualan Di Restoran Epice Hotel Alila Solo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan Skripsi ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh staf restoran dengan jumlah sampel 3 orang yaitu *Food & Beverage Manager*, *Executive Chef*, dan *Food & Beverage Supervisor*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara, observasi dan studi pustaka. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik triangulasi. Dari hasil penelitian ini dapat dijabarkan bahwa mengetahui klasifikasi menu *Star* dapat menentukan strategi marketing untuk meningkatkan penjualan. Mengetahui klasifikasi menu *Plowhorse* dapat menentukan strategi marketing untuk meningkatkan penjualan. Mengetahui klasifikasi menu *Puzzle* dapat menentukan strategi marketing untuk meningkatkan penjualan. Mengetahui klasifikasi menu *Dog* dapat menentukan strategi marketing untuk meningkatkan penjualan. Hal tersebut dapat dilihat dari jawaban responden terhadap klasifikasi menu dari hasil rekayasa menu. Jadi dapat disimpulkan bahwa klasifikasi menu dari hasil rekayasa menu yaitu *Star*, *Plowhorse*, *Puzzle* dan *Dog* mempengaruhi tingkat penjualan restoran yaitu dari segi tingkat penjualan makanan maupun tingkat kedatangan tamu.

Kata kunci: rekayasa menu dan tingkat penjualan.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata saat ini adalah industri jasa yang memiliki penghasilan besar yang sangat menjanjikan, sebab itu industri pariwisata saat ini menempati peringkat kedua sebagai penyumbang devisa negara. Pariwisata menjadi hal yang akan selalu dibutuhkan, terutama

industri perhotelan yang akan terus meningkat sesuai berkembangnya zaman. Hotel merupakan salah satu akomodasi yang sangat dikenal oleh masyarakat, dibandingkan dengan jenis akomodasi komersil lainnya. Pada saat ini hotel sudah mengalami perubahan yang sangat signifikan, bukan hanya untuk tempat

beristirahat setelah melakukan perjalanan wisata atau melakukan suatu perjalanan bisnis yang melelahkan, melainkan semua kebutuhan hiburan atau wisata sudah dapat dinikmati di hotel itu sendiri karena suatu inovasi dan kecanggihan hotel yang meningkat dari tahun ke tahun. Pengertian hotel menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013, adalah "Usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar didalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan". Dari pengertian tersebut, definisi hotel secara umum adalah badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan bagi masyarakat umum dengan fasilitas kamar, pelayanan makanan dan minuman, jasa pencucian pakaian, hiburan, dan fasilitas-fasilitas lainnya. Fasilitas tersebut bukan hanya diperuntukkan untuk mereka yang ingin menginap saja, melainkan untuk semua orang yang ingin menikmati semua pelayanan yang tersedia disuatu hotel tersebut. Didalam sebuah hotel terdapat departemen-departemen yang bertujuan untuk mendukung fasilitas-fasilitas tersebut agar berjalan dengan baik, beberapa departemen tersebut seperti *Front Office Department*, *House Keeping Department*, dan *Food and Beverage Department*.

Food and Beverage Department merupakan suatu departemen yang menangani

semua makanan dan minuman yang ada di suatu hotel, mulai dari pemilihan bahan, persiapan, rasa, kualitas, penampilan dan juga harga yang ditawarkan sesuai dengan masing-masing hotel. *Food and Beverage Department* di hotel mencakup dua bagian yaitu, *food and beverage service* dan *food and beverage product*. Tujuan *food and beverage department* adalah untuk memenuhi kepuasan tamu dari makan dan minum, untuk memelihara dan meningkatkan nama baik hotel khususnya tamu dari luar hotel yang ingin membuat perjamuan, dan untuk memperoleh keuntungan yang wajar artinya tamu puas dan hotel memperoleh keuntungan. Saat ini perkembangan wisata kuliner semakin pesat, varian makanan dan minuman semakin beragam. Dari waktu ke waktu inovasi-inovasi makanan dan minuman pun mulai banyak bermunculan, sebagian berasal dari variasi makanan yang sudah ada dan dibuat menjadi sesuatu yang lebih berbeda sehingga menimbulkan minat tamu untuk membelinya.

Hotel Alila adalah salah satu hotel yang terbaik di kota solo saat ini. Hotel Alila terletak di Jalan Slamet Riyadi dekat dengan pusat perbelanjaan yaitu Solo Square. Hotel Alila Solo sudah berdiri selama 2 tahun yang diresmikan pada bulan Oktober 2015. Kriteria bintang 5 pun sudah disabet untuk hotel ini. Alila Hotel Solo yang mempunyai kamar sebanyak 255 kamar, yang terdiri dari 1 *Presidential Suite Room*, 4 *Alila Suite Room*, 4 *Executive Suite Room*, 50 *Executive Room*, dan 196 *Deluxe Room*. Hotel

Alila solo memiliki banyak fasilitas yang bertaraf internasional antara lain *Gym, Spa, Swimming Pool, Kids Club*, dan terutama memiliki 2 restoran yaitu *Epice* dan *Largo*, 1 Bar yaitu *Agra Rooftop Bar*, dan juga 1 Lounge yaitu *Sky Lounge* yang terletak di lantai paling atas. Restoran adalah bagian dari sub departemen dari hotel yang menyediakan seluruh kebutuhan makanan dan minuman yang buka selama 24 jam dari pelayanan makan pagi, makan siang, hingga makan malam. Restoran menyediakan berbagai macam menu seperti menu *Appetizer, Soup, Main course* dan *Dessert*, tidak hanya menu makanan melainkan restoran juga menyediakan banyak sekali jenis minuman yang disediakan seperti *Fresh Juice, Soft Drink, Aperitif Drink* maupun *Digestive Drink*. Restoran merupakan bagian yang penting di dalam sebuah hotel. Dengan adanya restoran dalam di dalam sebuah hotel, dapat memenuhi kebutuhan makanan dan minuman bagi tamu yang menginap dan juga bagi tamu yang melakukan kegiatan lain di hotel maupun sekitar hotel. Pengelolaan sebuah restoran dengan baik akan mendatangkan pendapatan lebih bagi hotel. Keberhasilan pengelolaan restoran ditentukan dari kualitas produk yang dijual dan juga pelayanan prima yang diberikan. Definisi produk menurut Kotler dan Amstrong (2001:346) adalah "*A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption and that might satisfy a want or need*" Yang artinya produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepasar untuk

mendapatkan perhatian, dapat diterima lalu dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Oleh karena itu dalam pengelolaan harus dapat menyesuaikan dan memperhatikan keinginan, harapan dan kebutuhan tamu, dimana produk makanan dan minuman harus dapat diterima dan menarik para tamu.

Didalam sebuah restoran, menu merupakan salah satu faktor yang memegang peran strategis untuk keberhasilan makanan dan minuman. Dengan adanya suatu menu, pihak pengelola mampu mempersiapkan macam-macam kebutuhan yang diperlukan, mulai dari bahan baku serta biaya yang diperlukan untuk memproduksi suatu hidangan, dekorasi, suasana dan pelayanan yang akan digunakan serta menentukan target pasar yang ingin diraih. Sesuai dengan perkembangan zaman sebuah menu tidak bersifat tetap, banyak inovasi-inovasi maupun variasi-variasi makanan dan minuman baru yang selalu muncul dan ada kalanya juga selera, keinginan ataupun kebutuhan tamu yang selalu berubah-ubah terhadap makanan yang dikonsumsinya. Oleh karena itu perlunya perencanaan desain menu dan penghitungan kemampuan menu dalam pemberian keuntungan bagi perusahaan dengan akurat. Menu yang baik dapat dilihat dari kemampuan menu dalam pemberian keuntungan bagi perusahaan dan juga popularitas suatu menu dimata masyarakat. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengukur popularitas dan kemampuan menu

dalam memberikan keuntungan bagi suatu perusahaan adalah dengan menggunakan metode *Menu Engineering* atau yang disebut Rekayasa Menu. Dengan dilakukannya rekayasa menu, dapat diketahui indeks popularitas dan margin kontribusi suatu menu sehingga dapat diukur seberapa keuntungan yang didapatkan oleh suatu menu tersebut. Indeks popularitas merupakan perbandingan antara jumlah produk yang terjual sesuai dengan menu yang ada sedangkan margin kontribusi merupakan selisih antara harga jual suatu menu dikurangi dengan jumlah biaya yang dikeluarkan untuk membuat menu tersebut. Setelah diketahui margin kontribusi dan popularitas suatu menu, menu tersebut dapat di klasifikasikan. Klasifikasi menu tersebut adalah *Star*, *Plowhorse*, *Puzzle*, dan *Dog*. Dari klasifikasi menu tersebut dapat diambil keputusan dan tindakan untuk meningkatkan suatu penjualan suatu restoran. Dari uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Penerapan Rekayasa Menu Terhadap Tingkat Penjualan Di Restoran Epice Hotel Alila Solo".

TINJAUAN PUSTAKA

Pada saat ini hampir semua hotel memiliki berbagai macam restoran didalamnya dengan tema dan jenis makanan yang berbeda-beda di tiap restorannya. Tujuan suatu hotel memiliki berbagai macam restoran yaitu agar tamu dapat memilih tema atau jenis makanan sesuai dengan selera tamu tersebut, dengan cara

tersebut tamu akan memilih untuk makan di restoran dalam hotel tidak keluar hotel. Oleh karena itu, restoran merupakan departemen yang mendatangkan pendapatan kedua terbesar setelah penjualan kamar.

Food and Beverage Department

Menurut Soekresno (2001:1) *Food & Beverage Department* adalah identik dengan melakukan aktifitas manajemen produksi dan manajemen pemasaran. Selain itu, *Food & Beverage Department* dibagi menjadi dua, yaitu *Food & Beverage Product* yang tugasnya membuat atau mengolah bahan mentah menjadi makanan layak saji kepada wisatawan, serta *Food & Beverage Service* yang tugasnya melayani tamu di restoran atau di kamar. Divisi ini selalu berhubungan dengan wisatawan yang terdiri dari bar, restoran, *banquet* dan *room service*. Jadi, yang dimaksud *Food & Beverage Department* merupakan departemen yang bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan makanan dan minuman kepada wisatawan yang menginap di hotel atau yang sedang mengunjungi restoran, melakukan perkembangan kegiatan operasional agar menarik dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik agar tamu merasa puas terhadap makanan dan minuman yang disajikan kepada tamu.

Restoran

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersil

yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makan maupun minum (Marsum 2005: 7). Sedangkan pengertian lain restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayan makanan dan minuman bagi umum dan dikelola secara profesional. Hotel besar umumnya mempunyai lebih dari satu restoran untuk memberi suatu kesempatan para pelanggan memilih jenis restoran maupun makanan serta gaya penyajian dengan harga yang bervariasi sesuai keinginan mereka. Dengan banyaknya restoran yang tumbuh dan berkembang di perkotaan pada zaman sekarang ini perlu kiranya kita untuk mengidentifikasi klasifikasi restoran yang ada (Soekresno 2001: 16).

Rekayasa Menu (*Menu Engineering*)

Menurut Kasavana (1984: 153) pengertian *menu engineering* ialah "*Menu engineering is a rise of process through which management can evaluate current and future menu pricing design and content decision to maximize its revenues and profits*" yang artinya rekayasa menu adalah serangkaian proses dimana manajemen dapat melakukan evaluasi penyusunan harga, desain, dan isi menu pada saat sekarang maupun yang akan datang untuk menaikkan pendapatan.

Pada dasarnya analisis menu ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas dari masing-masing menu item yang ditawarkan kepada tamu. Efektivitas ini menyangkut tentang tingkat popularitas dan tingkat keuntungan yang

dicapai dari masing-masing makanan (*menu item*). Dari hasil analisis ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen dalam menyusun menu yang disukai oleh tamu dan menguntungkan sehingga target penjualan dapat tercapai. Dalam buku "*Computer systems for Food Service Operations*" (1983 : 153) Michael L. Kasavana menyebutkan bahwa analisis menu berpedoman pada dua hal yaitu :

1. *Menu Mix (MM)* adalah analisis tentang kegemaran tamu terhadap pilihan makanan yang terdapat dalam menu (analisis tingkat popularitas setiap jenis makanan).
2. *Contribution Margin (CM)* adalah analisis tentang keuangan kotor dari semua jenis makanan dalam menu

Kedua hal tersebut diatas diperoleh dari tiga buah sumber data yaitu :

- a) *Sales History* untuk mendapatkan data *Menu Mix*
- b) *Standard Recipe* untuk mendapatkan data *Food Cost*
- c) *Menu List* untuk mendapatkan data *Selling Price*

Menurut Michael L. Kasavana dalam bukunya yang berjudul "*Computer System for Food Service Operation*" (1984 : 156 - 157) terdapat dua belas langkah didalam analisis menu. Secara garis besar kedua belas langkah tersebut dibagi atas tiga tahap yaitu:

1. Menentukan tingkat popularitas (*menu mix*) dari masing-masing menu.

2. Menentukan tingkat keuntungan kotor (*contribution margin*) dari masing-masing menu.

3. Keputusan dan tindak lanjut

Adapun tahap-tahapan dalam analisis menu tersebut yaitu:

1. Tahap I menentukan kategori *menu mix*
“*Step one identify competing menu items. List the names of all competing menu items that appear on the same menu*”. Artinya langkah pertama adalah mengidentifikasi jenis makanan. Jenis makanan ini dapat diperoleh dari *menu* atau daftar makanan yang ditawarkan pada restoran tersebut, yang kemudian ditulis pada formulir analisis menu.
“*Step two, record the number of item sold*”. Artinya langkah kedua adalah mencatat jumlah porsi makanan yang terjual. Data ini merupakan data yang terpenting di dalam proses keseluruhan analisis menu.
“*Step three, compute menu item mix proportions. Each item’s sales are divided by the total number of covers sold to yield hat item’s menu mix percentage*”. Artinya langkah ketiga adalah menghitung persentase *menu mix*. Setiap jenis makanan yang terjual dibagi dengan jumlah keseluruhan dari jenis makanan yang terjual sehingga menghasilkan *menu mix* persentase (MM %)
“*Step four, categories menu mix percentages. The menu mix percentages (MM %) are categorized as being either high*

or low, depending on whether or not they exceed the MM % achievement rate. The achievement rate is determined by multiplying seventy percent (.70) times one divided by the number of competing menu items (1/N). A MM% equal to or exceeding this rate is categorized as being high; otherwise it is considered low”

- a. Achievement Rate = $(1/N) (.70)$
- b. High MM% \geq MM% Achievement rate
- c. Low MM% $<$ MM% Achievement rate

Artinya langkah keempat adalah menentukan kategori dari presentasi *menu mix* (MM %) kedalam dua ketegori yaitu tinggi atau rendah. Presentasi *menu mix* yang digunakan adalah (.70) dikalikan dengan satu dibagi dengan jumlah menu item yang terjual (1/N). AMM%. Apabila hasilnya menyamai atau melampaui MM% rata-rata dikategorikan tinggi dan apabila lebih kecil dikategorikan rendah.

- a. MM% Rata-rata = $(1/N) (.70)$
- b. MM% Tinggi \geq MM% rata-rata
- c. MM% Rendah $<$ MM% rata-rata

2. Tahap II Menentukan *Contribution Margin*
“*Step Five, List menu item selling prices. The selling prices for all competing items to be listed. These are simply the published menu prices*”. Artinya langkah kelima adalah buat daftar harga jual menu per item. Cantumkan juga harga jual semua item yang bersaing. Ini hanyalah daftar harga menu yang dipublikasikan.

“Step Six, Determine standard food costs. Menu item standard portion cost are composed of: a) standard recipe cost, b) garnish cost, and / or c) supplement food cost”. Artinya langkah keenam adalah menentukan harga pokok makanan. Harga pokok makanan terdiri dari : a) Biaya resep baku, b) biaya garnish, c) Biaya makanan penyerta.

“Step Seven, Calculate menu item contribution margins. Contribution margin for each item are found by subtracting the item’s standard food cost (step six) from the item’s menu selling price (step five)”. Artinya langkah ketujuh adalah menghitung margin kontribusi setiap menu item. Margin kontribusi untuk setiap jenis makanan dihitung dari mengurangi harga jual dengan harga pokok makanan.

“Step Eight, Determine the menu contribution margin (CM). The sum of each menu item’s CM (Step Seven) times its respective MM (Step Two) determines the total menu CM”. Artinya langkah kedelapan adalah menentukan total margin kontribusi menu (CM). Hasil dari margin kontribusi setiap menu dikalikan dengan masing-masing menu mix yang menghasilkan total margin kontribusi menu.

“Step Nine, Compute the item contribution margin proportions. Each item’s CM (Step Seven) is divided by the menu CM (Step Eight) to yield that menu item’s CM% (Contribution Margin percentage)”. Artinya

langkah kesembilan adalah menghitung persentase margin kontribusi setiap makanan. Setiap margin kontribusi dari masing-masing menu item dibagi dengan total margin kontribusi menu.

“Step ten, Categorized item contribution margins. The item contribution margins are categorized as being high or low, depending on whether or not they exceed the averages CM achievement rate. This achievement rate is determined by dividing the menu CM (Step eight) by total number of items sold (step two)”

a. $CM \text{ Achievement Rate} = \text{Menu CM} / \text{Total number of items sold}$

b. $\text{High CM\%} \geq \text{CM Achievement Rate}$

c. $\text{Low CM\%} < \text{CM Achievement Rate}$

Langkah kesepuluh adalah menentukan kategori margin kontribusi dari masing-masing menu item yang dikategorikan menjadi tinggi atau rendah. Dalam menentukan kategori ini tergantung dari rata-rata margin kontribusi. Rata-rata margin kontribusi ditentukan dengan membagi total margin kontribusi menu dengan total jumlah makanan yang terjual.

a. $CM \text{ rata-rata} = \text{total menu CM} / \text{jumlah makanan yang terjual}$

b. $CM \text{ tinggi} \geq \text{CM rata-rata}$

c. $CM \text{ rendah} < \text{CM rata-rata}$

“Step eleven, perform menu item classification. The MM% categories (step four) and the CM categories (step ten) are used to assign menu items into either Dog

(Low MM%, Low CM), Puzzle (Low MM%, High CM), Plowhorse (High MM%, Low CM), or Star (High MM%, High CM) classification”.

Artinya langkah kesebelas adalah menentukan klasifikasi menu item berdasarkan MM% kategori dan CM kategori.

Adapun klasifikasi tersebut adalah Dog (MM% dan CM rendah), Puzzle (MM% rendah, CM tinggi), Plowhorse (MM% tinggi, CM rendah), Star (MM% dan CM tinggi).

“Step twelve, Initiate menu item decision making. The decision of whether to retain, reposition, replace, or reprice a menu item can be made intelligently based on the classification of each menu item (step eleven). Although a more detailed decision analysis will be presented elsewhere, simplified direction includes the following”

Langkah keduabelas adalah menentukan keputusan biasanya berupa mempertahankan menu, mengubah harga menu, memperbaiki posisi menu ataupun mengganti menu yang dapat dibuat berdasarkan klasifikasi.

3. Keputusan dan Tindak Lanjut

a. Keputusan Analisis Menu Dengan memperhatikan *menu mix* yang menunjukkan tingkat popularitas dan katagori marjin kontribusi yang menunjukkan tingkat keuntungan dari analisis menu oleh Michael L. Kasavana dan Donald I. Smith dalam bukunya “A Practical Guide to Menu Analysis”

(1982:96) bahwa hasil analisis menu dapat dikelompokkan kedalam empat klasifikasi yaitu:

1) Winner/Star

“Star are the most popular and profitable items on the menu” Dari pendapat tersebut disimpulkan bahwa menu star merupakan category menu yang memiliki tingkat popularitas dan keuntungan yang tinggi.

2) Marginal I/ Plowhorse

“Plowhorse are relatively popular; however, they yield lower contribution margins than the menu’s average CM” Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa menu *plowhorse* merupakan kategori menu yang sangat disukai namun tingkat tingkat keuntungan rendah.

3) Margin II / Puzzle

“Puzzle are high CM but are low in popularity” Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa *puzzle* merupakan kategori menu yang memiliki keuntungan yang tinggi namun tingkat popularitasnya rendah.

4) Looser / Dog

“Dogs are unpopular and provide a low CM” Dari pendapat tersebut

dapat disimpulkan bahwa menu Dog merupakan kategori menu yang memiliki tingkat popularitas dan tingkat keuntungan yang rendah.

b. Tindak Lanjut Analisis Menu Menurut Michael L. Kasavana dalam buku "Computer Sistem for Food Service Operation" (1984 : 166) tindakan yang diambil dari hasil analisis menu tersebut yaitu:

1) Star

"When an item is classified as a star, it is recommended that 1) rigin specipications for quality, quantity and presentation be maintained, 2) high – visibility menu locations be employed, and 3) range of price elasticity be determined". Dari pendapat tersebut dapat diartikan bahwa menu dengan klasifikasi star disarankan untuk mengambil tindakan sebagai berikut:

- a) Mempertahankan kualitas jumlah dan penyajian
- b) Menempatkan menu pada tempat yang mudah dilihat
- c) Mengatur elastisitas harga yang ditentukan

2) Plowhorse

"With plowhorse items 1) care must be taken when increasing their

selling price (because of consumer / price responsiveness behavior), 2) lower menu profile positions are appropriate, 3) combining this item with a low – cost product improves CM position, 4) imperceptible portion reduction should be considered, and 5) demand should be shifted to other, more profitable items, trough merchandising programs and menu positioning". Dapat diartikan bahwa tindakan yang perlu diambil dari menu dengan kategori plowhorse yaitu:

- a. Harus memperhatikan dengan hati-hati dalam menaikkan harga jual.
- b. Posisi menu yang kurang harus disesuaikan dengan yang lain. Menggabungkan menu *plowhorse* dengan menu yang memiliki biaya makanan yang rendah sehingga dapat menaikkan CM.
- c. Mempertimbangkan pengurangan porsi dari menu.
- d. Mengganti menu dengan menu yang lebih menguntungkan.

3) Puzzle

"Same possible decisions strategies are to 1) eliminate the item, especially if it a slow seller, 2) decrease the item's selling price

(care must be taken not to detract from the demand for higher CM items), 3) reposition the item on the menu 4) limit the total number of puzzle on a menu as they effect overall customer demand levels, and or 5) rename the item to influence its popularity". Dapat diartikan bahwa tindakan yang perlu diambil dari menu dengan category plowhorse yaitu:

- a. Menghapus menu, terutama yang memiliki penjualan yang rendah
 - b. Menurunkan harga jual makanan
 - c. Menempatkan menu pada posisi yang strategis.
 - d. Membatasi jumlah puzzle dalam menu sebab akan mempengaruhi permintaan para langganan.
 - e. Mengganti nama makanan untuk mempengaruhi tingkat popularitas-nya
- 4) Dog
- "The corrective action for dogs is more straight forward than for the other classifications-take dog item off the menu! If it is necessary to maintain the same number of menu items, then replace a dog with an item that offers a greater demand*

level and / or profit potential". Dapat diartikan bahwa menu dengan kategori dog disarankan untuk mengambil tindakan sebagai berikut:

- a) Menghapus kategori dog dari menu.
- b) Mengganti menu dog dengan menu yang memiliki permintaan dan keuntungan yang lebih besar

Dengan dilaksanakan analisis menu akan dapat diketahui klasifikasi dari menu tersebut dan dapat pula diambil tindakan-tindakan yang sesuai sehingga dapat dihasilkan menu yang benar-benar diminati oleh konsumen serta menu yang dapat memberikan keuntungan yang maksimal, dengan demikian diharapkan penjualan makanan dapat ditingkatkan.

Tingkat Penjualan

Kemajuan suatu perusahaan atau suatu usaha merupakan suatu yang luar biasa yang diperoleh perusahaan atau usaha tersebut. Adanya pemilihan promosi yang tepat dan diversifikasi produk saat siklus produk merupakan hal yang amat krusial untuk menentukan maju atau mundurnya suatu usaha. Tidak lepas dari itu semua, tingkat penjualan yang terjadi merupakan titik kunci atau indikator suatu perusahaan dapat bertahan atau tidaknya dalam dunia usaha. Menurut Swastha (2008) penjualan dapat diartikan sebagai Ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar

membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut Shandy (2008) menyatakan bahwa "Menjual merupakan aktivitas atau kegiatan yang dapat menguntungkan apabila rencana atau bagian dari menjual tersebut sudah menjadi aksi". Tingkat penjualan memiliki arti penting yang besarnya kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara efektif oleh penjualan untuk mendorong agar konsumen melakukan pembelian. Tujuan dari tingkat penjualan ini adalah untuk memperkirakan besarnya keuntungan yang diterima dengan menjual produk kepada konsumen serta biaya yang sudah dikeluarkan. Naik turunnya volume penjualan perusahaan dapat dilihat dari intensitas pembelian konsumen dan area perusahaan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan bentuk dan strategi metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif ini berkaitan dengan pengaruh rekyasa menu terhadap tingkat penjualan di Restoran Epice Hotel Alila Solo. Menurut Sugiarto (2001:2) Deskriptif Kualitatif adalah metode analisa data yang membandingkan data dengan apa yang terjadi di lapangan dengan landasan teori, juga memberikan kesempurnaan ilmu yang berkaitan dengan obyek yang diteliti. Penelitian ini dilakukan di Hotel Alila Solo yang beralamatkan di Jalan Slamet Riyadi No. 562, Jajar, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57144 Indonesia. Penulis melakukan penelitian selama 5 bulan

yang dimulai pada April 2018 sampai dengan Agustus 2018 pada Restoran Epice Hotel Alila Solo. Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah *food and beverage service manager*, *executive chef*, dan *supervisor* di Restoran Epice Hotel Alila Solo.

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer penelitian ini meliputi data hasil wawancara, observasi dan data hasil dari sebaran kuesioner. Sedangkan data sekunder penelitian ini meliputi data dokumentasi perusahaan ataupun yang tersebar diinternet, buku, maupun hasil penelitian ilmiah. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data. Pada tahap pelaksanaannya, data yang diperoleh diolah menggunakan triangulasi metode untuk mencari kejelasan informasi yang diperoleh. Informasi yang jelas kemudian dibandingkan dengan hasil triangulasi peneliti lain atau lebih dikenal dengan triangulasi antar peneliti, agar informasi yang didapat bebas dari konflik kepentingan yang merugikan peneliti. Tahap selanjutnya, tahap penggalan kebenaran informasi, peneliti membandingkan data melalui triangulasi data yakni data yang diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, observasi dan angket dikomparasikan untuk menghasilkan informasi yang valid. Data yang sudah valid kembali diolah menggunakan triangulasi teori untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Diakui tahap ini paling sulit sebab peneliti dituntut

memiliki *expert judgement* ketika membandingkan temuannya dengan perspektif tertentu, lebih-lebih jika perbandingannya menunjukkan hasil yang jauh berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wawancara & Studi Pustaka

1. Penerapan Rekayasa Menu dalam Tingkat Penjualan di Restoran Epice Hotel Alila Solo

A. Star

Definisi klasifikasi *Star* menurut Michael L. Kasavana (1982:96) "*Star are the most popular and profitable items on the menu*". Dari pendapat tersebut disimpulkan bahwa menu *star* merupakan *category menu* yang memiliki tingkat popularitas dan keuntungan yang tinggi.

Menurut Michael L. Kasavana (1984 : 166) tindak lanjut untuk klasifikasi menu *Star* adalah "*When an item is classified as a star, it is recommended that 1) rigin specifications for quality, quantity and presentation be maintained, 2) high – visibility menu locations be employed, and 3) range of price elasticity be determined*". Dari pendapat tersebut dapat diartikan bahwa menu dengan klasifikasi *star* disarankan untuk mengambil tindakan sebagai berikut:

1. Mempertahankan kualitas jumlah dan penyajian.

2. Menempatkan menu pada tempat yang mudah dilihat.
3. Mengatur elastisitas harga yang ditentukan

Dari hasil wawancara dengan staf, keputusan dan tindak lanjut yang diambil dalam klasifikasi menu *Star* sudah tepat, terbukti dari jawaban ketiga narasumber yaitu untuk menu dalam klasifikasi *Star* harus dipertahankan. Hal ini dapat dilihat dari "...Kalau itu sudah *Star* pasti itu dipertahankan sehingga tamu itu juga puas..." (*Food & Beverage Manager*). Dari hasil wawancara yang didapat, dapat dilihat bahwa hal itu berkaitan dengan teori yang ada. Staf restoran Epice dalam membuat suatu menu dari 3 sisi yaitu membuat suatu menu yang bisa diterima oleh *customer*, melihat kondisi barangnya apakah barang yang diperlukan dalam membuat suatu menu tersebut susah dicari atau tidak dan yang terakhir adalah dari profit yang diberikan oleh menu tersebut terhadap perusahaan. Data tersebut didapat dari hasil wawancara yang isinya "Tentunya kita akan *keep* ya maksudnya dipertahankan. Ya intinya kan kita membuat suatu menu agar bisa diterima oleh, yang pertama bisa diterima oleh *customer* kita, yang kedua kita lihat juga dari kondisi barangnya ada apa tidak susah apa tidak, terus tentunya dari profitablenya ya. Kalau

mereka sudah lengkap semua ya kenapa ada, gak ada alasan untuk kita membuangnya” (*Executive Chef*). Dengan cara tersebut perusahaan dalam meningkatkan penjualan pun sangat mudah.

B. *Plowhorse*

Definisi klasifikasi *Plowhorse* menurut Michael L. Kasavana (1982:96) “*Plowhorse are relatively popular; however, they yield lower contribution margins than the menu’s average CM*”. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa menu *plowhorse* merupakan kategori menu yang sangat disukai namun tingkat keuntungan rendah. Menurut Michael L. Kasavana (1984 : 166) tindak lanjut untuk klasifikasi menu *Plowhorse* adalah “*With plowhorse items 1) care must be taken when increasing their selling price (because of consumer / price responsiveness behavior), 2) lower menu profile positions are appropriate, combining this item with a low – cost product improves CM position, 4) imperceptible portion reduction should be considered, and 5) demand should be shifted to other, more profitable items, through merchandising programs and menu positioning*”. Dapat diartikan bahwa tindakan yang perlu diambil dari menu dengan kategori *plowhorse* yaitu:

a) Harus memperhatikan dengan hati-hati dalam menaikkan harga jual

- a) Posisi menu yang kurang harus disesuaikan dengan yang lain.
- b) Menggabungkan menu *plowhorse* dengan menu yang memiliki biaya makanan yang rendah sehingga dapat menaikkan CM.
- c) Mempertimbangkan pengurangan porsi dari menu.
- d) Mengganti menu dengan menu yang lebih menguntungkan.

Dari hasil wawancara dengan staf, keputusan dan tindak lanjut yang diambil dalam klasifikasi menu *Plowhorse* sudah tepat, terbukti dari jawaban ketiga narasumber yaitu untuk menu dalam klasifikasi *Plowhorse* harga menu perlu dinaikkan secara perlahan. Hal ini dapat dilihat dari “*Kalau misal contribution margin rendah dan popularitasnya tinggi kita harus pikirkan ya... di satu sisi apakah perlu kita tambahkan kalau misalkan kita perlu menambahkan harga itu baik, cuma bedanya jangan terlalu tinggi. Ya kita lihat juga disamping itu adalah cost nya mungkin di cost nya juga berpengaruh, karena marginnya mungkin marginnya gak banyak karena mungkin cost nya terlalu tinggi, kita sudah lihat contoh tinggi...*” (*Food & Beverage Manager*).

Dari hasil wawancara yang didapat, dapat dilihat bahwa hal itu

berkaitan dengan teori yang ada. Perusahaan selalu melakukan evaluasi harga menu dari hasil analisis rekayasa menu atau *menu engineering*. Dapat dilihat dari “Dari *menu engineering* kita bisa evaluasi kenapa. Kenapanya mungkin dari segi harga atau dari *food cost* nya mahal menjadikan pendapatan lebih sedikit. Seperti contohnya disini kan ada *wagyu steak* itu popularitasnya tinggi juga tetapi ya tadi margin kontribusinya rendah karena *cost* nya tinggi dari bahannya”. Dengan evaluasi harga menu dari hasil analisis rekayasa menu atau *menu engineering*, staf restoran Epice dapat dengan mudah menentukan langkah apa yang perlu diambil untuk meningkatkan menu yang memiliki kontribusi margin yang rendah sehingga dapat berpengaruh terhadap tingkat penjualan suatu menu di restoran Epice.

C. *Puzzle*

Devinisiklasifikasi *Puzzle* menurut Michael L. Kasavana (1982:96) “*Puzzle are high CM but are low in popularity*”. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa *puzzle* merupakan kategori menu yang memiliki keuntungan yang tinggi namun tingkat popularitasnya rendah. Menurut Michael L. Kasavana (1984 : 166) tindak lanjut untuk klasifikasi menu *Puzzle* adalah

“*Same possible decisions strategies are to 1) eliminate the item, especially if it a slow seller, 2) decrease the item’s selling price (care must be taken not to detract from the demand for higher CM items), reposition the item on the menu 4) limit the total number of puzzle on a menu as they effect overall customer demand levels, and or 5) rename the item to influence its popularity*”. Dapat diartikan bahwa tindakan yang perlu diambil dari menu dengan kategori *plowhorse* yaitu:

- a) Menghapus menu, terutama yang memiliki penjualan yang rendah.
- b) Menurunkan harga jual makanan.
- c) Menempatkan menu pada posisi yang strategis.
- d) Membatasi jumlah *puzzle* dalam menu sebab akan mempengaruhi permintaan para langganan.
- e) Mengganti nama makanan untuk mempengaruhi tingkat popularitasnya.

Dari hasil wawancara dengan staf, keputusan dan tindak lanjut yang diambil dalam klasifikasi menu *Puzzle* sudah tepat, terbukti dari jawaban ketiga narasumber yaitu untuk menu dalam klasifikasi *Puzzle* harga menu perlu diturunkan dan jika ada menu alternatif lain, menu yang termasuk klasifikasi *Puzzle* akan diganti, diganti dalam arti masih menggunakan bahan yang sama.

Hal ini dapat dilihat dari "...Jadi kalau misalnya ini gak terlalu populer, ya berarti mungkin tamunya tidak suka atau mungkin harganya terlalu tinggi itu, itu yang kita *review*. Jadi *menu engineering* kan cuma itu aja, apakah tamu suka, apakah harganya terlalu tinggi. Ya mungkin kita *review* disatu sisi mungkin kita coba untuk *re-review* harga dulu karena mungkin itu makanan belum tentu tamu itu gak suka mungkin gak *worth it* menu ini dengan harga sekian" (*Food & Beverage Manager*) dan juga "...Itu bisa saya keep tapi kalau saya punya alternatif lain saya akan ganti dengan yang lain mungkin tapi dengan klasifikasi yang sama juga ya, misalnya *beef* dengan *beef* lagi, ya tentunya dengan profit yang tinggi juga" (*Executive Chef*).

Dari hasil wawancara tersebut terbukti para staf restoran Epice telah melakukan sesuai dengan teori Michael L. Kasavana. Pada saat suatu klasifikasi menu ditemukan setelah melakukan analisis rekayasa menu dan mendapatkan bahwa menu tersebut termasuk dalam klasifikasi *Puzzle* maka seorang staf mengambil tindakan untuk melakukan *training* kepada *waiters/waitress* dalam hal menambah wawasan mengenai *product knowledge* agar mereka dapat menjelaskan dengan mudah kepada tamu tentang menu

tersebut. Hal ini dapat dilihat dari "Kontribusinya tinggi tapi popularitasnya rendah, nah itu berarti ada sih dari saya sendiri berarti harus ngelakuin apa yang dinamakan *training* ke *waiters/waitress* *which is* mengenai tentang makanan yang itu tadi, popularitas nya rendah tetapi keuntungannya tinggi, berarti kurang kepedean *waiters/waitress* menjelaskan ketamu atau *food knowledge* nya kurang makanya kalau dari segi supervisor pasti akan, oh yaudah ini kasi *training* khusus itu, nanti dijelasin detailnya apa terus baru nanti kita bisa kerjasama dengan *kitchen* untuk ngelakuin apa yang dinamakan *food testing* jadi kalau kita *knowledge* saja tapi tidak mengetahui rasa *real* nya seperti apa kan gak gini juga"(*Food & Beverage Supervisor*). Staf restoran Epice selalu menggunakan analisis rekayasa menu atau *menu engineering* untuk mengambil suatu keputusan dalam sebuah menu yang memiliki popularitas rendah dalam upaya meningkatkan tingkat penjualan di restoran Epice.

D. Dog

Definisi klasifikasi *Dog* menurut Michael L. Kasavana (1982:96) "*Dogs are unpopular and provide a low CM*". Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa menu *Dog*

merupakan kategori menu yang memiliki tingkat popularitas dan tingkat keuntungan yang rendah Menurut Michael L. Kasavana (1984 : 166) tindak lanjut untuk klasifikasi menu *Dog* adalah “*The corrective action for dogs is more straight forward than for the other classifications-take dog item off the menu! If it is necessary to maintain the same number of menu items, then replace a dog with an item that offers a greater demand level and / or profit potential*”. Dapat diartikan bahwa menu dengan kategori *dog* disarankan untuk mengambil tindakan sebagai berikut:

- a) Menghapus kategori *dog* dari menu.
- b) Mengganti menu *dog* dengan menu yang memiliki permintaan dan keuntungan yang lebih besar

Dari hasil wawancara dengan staf, keputusan dan tindak lanjut yang diambil dalam klasifikasi menu *Dog* sudah tepat, terbukti dari jawaban ketiga narasumber yaitu untuk menu dalam klasifikasi *Dog* dengan mengganti menu. Hal ini dapat dilihat dari “Itu sudah pasti kita akan ganti, pasti kita akan ganti tapi tentunya dengan penampilan yang berbeda atau menu yang berbeda. Tapi misalnya karena itu kan biasanya kita punya strukturnya ada daging ada ayam ada *seafood*, kebetulan misalnya yang rendah itu

ayam kita akan tampilkan dengan tampilan yang baru tapi tetap judulnya ayam” (*Executive Chef*). Dari hasil wawancara tersebut terbukti para staf restoran Epice telah melakukan sesuai dengan teori dari Michael L. Kasavana. Dari hasil wawancara, staf restoran Epice tidak langsung mengganti menu yang termasuk klasifikasi *Dog* setelah melakukan analisis rekayasa menu atau *menu engineering*. Staf berusaha melakukan *up selling* dan memberikan promo terhadap menu yang termasuk dalam klasifikasi *Dog*, jika memang berbagai cara tetap tidak bisa mengangkat menu tersebut dalam jangka waktu beberapa bulan, maka menu tersebut akan dihapus. Hal tersebut dapat dilihat dari “...Jadi kita coba *upselling* dulu sebelum kita merubah segalanya, karena jangan sampai ketika kita sudah rubah terus kita balikan lagi di *next* nya itu tidak bagus. Lebih baik kita coba berbagai hal, gak cuma harga, gak cuma jenis makanannya tapi mungkin dari stafnya juga *explain* ke tamu, kita coba untuk *upselling* jadi kalau sudah tau 1 atau 2 bulan makanan itu masih *dog*, coba *upselling* cari tau apakah tamu itu benar-benar tidak tau menunya apa benar-benar tidak enak, kalau tidak enak ya sudah diganti” (*Food & Beverage Manager*). Dan juga dapat

dilihat dari “Nah itu pertama banget kita pasti diadakan promo dijadikan oh *next* promo bisa dari bentuk diskon atau semacam *buy 1 get 1* terus kalau memang dari promo sendiri tidak bisa mengangkat juga, nah nanti biasanya 3 bulan kedepan dievaluasi lagi boleh jadi itu akan diganti atau itu di *remove*”(Food & Beverage Supervisor). Dengan menggunakan analisis rekayasa menu atau *menu engineering*, staf restoran Epice dapat dengan mudah menentukan langkah yang digunakan untuk menu yang memiliki margin kontribusi dan popularitas menu rendah sehingga berpengaruh terhadap meningkatkan tingkat penjualan di restoran Epice.

2. Pengaruh Penerapan Rekayasa Menu dalam Tingkat Penjualan di Restoran Epice Hotel Alila Solo

Dari hasil wawancara dengan staf restoran Epice Hotel Alila Solo, dapat ditemukan bahwa rekayasa menu atau *menu engineering* berpengaruh besar terhadap tingkat penjualan yang diterima. Dengan tidak dilakukannya rekayasa menu, staf akan kesulitan dalam mengevaluasi suatu menu. Hal ini dapat dilihat dari “Kalau dari saya sendiri sangat besar, sangat berpengaruh juga karena kalau kita tidak ada evaluasi itu terus tidak di

systemize terus dilihat dikontrol juga, itukan juga *contolling* juga setiap bulannya melihat *menu engineering* mana yang laku, mana yang tidak. Nah itu berpengaruh besar karena kalau tidak ada itu, kita juga tidak tau mana si menu yang bagus, mana yang tidak bagus kayak tadi bisa diganti, terus tidak akan timbul kreativitas juga kalau tidak ada itu. Jadi menentukan promonya juga akan asal kalau tidak ada itu” (Food & Beverage Supervisor).

Dari hasil wawancara dengan menggunakan analisis rekayasa menu atau *menu engineering* juga mempermudah staf dalam melihat profit, *cost*, dan *expenses*. Sehingga dalam menentukan suatu harga menu yang dapat meningkatkan tingkat penjualan suatu menu dan mendatangkan tamu itu sangat mudah, dapat dilihat dari “Sangat-sangat besar pengaruhnya, sangat-sangat memudahkan kita untuk melihat hasil atau si profit tadi atau *expenses* nya juga kita juga bisa lihat karena di *menu engineering* itu sangat-sangat detail dalam artian berapa si kita dapat jualan, berapa si *cost* nya, berapa si profitnya, berapa si *expenses* nya, jadi kita bisa lihat kesana. Jadi kita bisa mengatur, misalnya contoh menu A, oh... ini *cost* nya agak tinggi, gimana caranya ya biar *cost* nya rendah tapi penjualannya tetap bagus, terus

kualitasnya tetap bisa dijaga. Jadi sangat-sangat penting menu engineering itu, jadi kita bisa melihat atau mempermudah kita untuk melakukan langkah berikutnya, apakah menu itu akan diganti, apakah menu ini akan kita simpan, atau menu ini akan diapain jadi kita sudah ada datanya. Karena walau bagaimana pun, kalau saya pribadi saya bekerja dengan data jadi menu engineering sangat-sangat membantu saya” (*Executive Chef*).

Dari hasil wawancara dapat ditemukan juga bahwa rekayasa menu atau *menu engineering* dapat memberikan wawasan tambahan bagi staf restoran Epice. Dengan adanya rekayasa menu, staf dapat mengetahui setiap klasifikasi menu yang ada dan akhirnya dapat mengetahui langkah apa yang perlu dilakukan untuk klasifikasi menu tersebut. Dengan cara tersebut untuk mencapai tingkat penjualan yang diinginkan pun sangat mudah, hal ini dapat dilihat dari “Meningkatkan cukup bagus, *menu engineering* adalah cara analisis yang paling mudah sebenarnya, sehingga kalau kita tidak punya *menu engineering*, *revenue* kita tidak akan *up to the maximum*. Sehingga staf pun harus tau *menu engineering* itu apa, bagaimana cara membacanya sehingga dari *menu engineering* itu staf-staf akan belajar, belajar dari segi market, belajar

dari segi kuantitas, belajar dari segi apa yang tamu ekspektasikan sehingga segala sesuatunya itu bisa berjalan demi kelancaran bisnis di restoran Epice”(*Food & Beverage Manager*).

Observasi

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis di Restoran Epice, rekayasa menu sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan suatu menu di Restoran Epice. Sebagai contoh yang ditemukan penulis pada saat observasi, dengan melakukan rekayasa menu karyawan restoran dapat mengetahui mana menu yang memiliki popularitas tinggi dan mana menu yang kurang diminati oleh tamu. Dengan diketahuinya hal tersebut karyawan restoran dapat menentukan strategi pemasaran yang cocok untuk menghadapi suatu menu tersebut, misalnya pada saat menu tersebut kurang diminati oleh tamu karyawan akan terus berusaha untuk melakukan *up selling* kepada tamu sehingga menu tersebut akan dipilih oleh tamu dan berpengaruh terhadap tingkat penjualan suatu menu tersebut. Pada saat ini Restoran Epice sendiri merupakan restoran di hotel berbintang 5 yang terbaik dibandingkan dengan restoran di hotel berbintang yang lainnya sehingga apapun yang diberikan kepada tamu selalu yang bertaraf bintang 5 juga. Dengan adanya rekayasa menu Restoran Epice dapat dengan mudah membuat inovasi-novasi baru untuk menghadapi persaingan restoran pada saat ini.

Bukan hanya itu dalam pengaplikasiannya rekayasa menu mempermudah karyawan dalam melakukan evaluasi penyusunan harga, desain menu isi menu, menentukan menu apa yang sedang diminati oleh tamu, sampai mempermudah karyawan dalam menentukan mana menu yang harus di *up selling* kepada tamu dengan maksud untuk meningkatkan penjualan suatu menu tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan secara langsung kegiatan operasional dalam lokasi penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Rekayasa Menu Terhadap Tingkat Penjualan Di Restoran Epice Hotel Alila Solo.

Peranan rekayasa menu sangat penting, karena dapat membantu dan mempermudah dalam menentukan klasifikasi menu yaitu klasifikasi menu *Star*, *Plowhorse*, *Puzzle* maupun *Dog*. Dari klasifikasi menu yang didapat, dapat dengan mudah mengambil suatu keputusan dan tindak lanjut yang tepat dalam menu tersebut. Dengan diketahuinya keputusan yang tepat untuk setiap klasifikasi menu dari hasil rekayasa menu maka akan mempermudah dalam meningkatkan pelanggan maupun tingkat

penjualan suatu menu. Dari hal diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan rekayasa menu di restoran Epice Hotel Alila Solo sudah dilakukan dengan baik.

2. Pengaruh Penerapan Rekayasa Menu Terhadap Tingkat Penjualan Di Restoran Epice Hotel Alila Solo.

Pengaruh penerapan rekayasa menu di restoran Epice Hotel Alila Solo menjadikan karyawan mengerti apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan sesuai dengan klasifikasi menu yang telah diketahui dari hasil rekayasa menu. Dengan hal tersebut untuk mencapai sebuah target penjualan baik itu penjualan suatu menu maupun tingkat kedatangan tamu dapat dicapai dengan mudah.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat ditemukan saran sebagai berikut:

1. Hasil dari rekayasa menu sebaiknya diberitahukan kepada seluruh staf restoran Epice Hotel Alila Solo, dengan cara tersebut seluruh staf akan mengerti mana menu yang termasuk dalam klasifikasi menu *Star*, *Plowhorse*, *Puzzle* maupun *Dog*.
2. Para *waiters/waitress* harus bisa membaca hasil dari rekayasa menu, dengan begitu para *waiters/waitress* tau apa keputusan dan tindakan yang diambil setiap klasifikasi

- menu. Dengan cara itu dapat memaksimalkan suatu penjualan di restoran Epice.
3. Selalu mengadakan *training* pada saat muncul menu baru dari hasil rekayasa menu, agar para staf memiliki bekal yang cukup dalam mempromosikan menu tersebut kepada pelanggan.
 4. Pada saat *briefing* hasil dari rekayasa menu disosialisasikan kepada seluruh staf di Restoran Epice Hotel Alila Solo, agar para staf mengetahui hasil dari rekayasa menu tersebut.
 5. Perlu penelitian lebih lanjut dengan menggunakan teknik pengumpulan data analisis dokumen. Dokumen yang dianalisis adalah *History of Sales* di restoran. Untuk mengetahui hasil dari rekayasa menu terhadap tingkat penjualan di restoran secara kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- A.W Marsum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi.
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Pres. JMoleong, Lexy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT.
- Remaja Rosdakarya. Kasavana, M.L. 1983. *Computer systems for Food Service Operations*. Hospitality Publication Inc: Miami.
- Kasavana, M.L. & Donald, I. 1982. *A Practical Guide to Menu Analysis*. Hospitality Publication Inc: Miami.
- Kasavana, M.L. & Donald, I. 1984. *Menu Engineering*. Hospitality Publication Inc: Miami.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2001. *Principles of Marketing*. Edisi Sembilan. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta. Miles. B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013. Jakarta: KEMENPAREKRAF.
- Richard, Sihite. 2000. *Food Service (Tata Hidang)*. Jakarta: SIC.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shandy, P. 2008, *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Penerbit Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Soekresno. 2001. *Manajemen Food & Beverage Service Hotel*. Jakarta: Gramedia
- Sugiarto. 2001. *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulastiyono. 2010. *Managemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, A. 2011. *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi: Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukmadinata. 2006. *Buku Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sukmadinata, N.S. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B. 2008. *Manajemen Penjualan*. cetakan kedua belas, Yogyakarta. BFSF