

**PENERAPAN METODE REKAYASA MENU (*MENU
ENGINEERING*) UNTUK MENENTUKAN KLASIFIKASI
MENU ITEM PADA *SEJALAN COFFEEHOUSE*
KABUPATEN SOLOK**

**SITI MIRZA HANAFIAH
181000293302014**



**PROYEK AKHIR PERHOTELAN
FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2022**

PENERAPAN METODE REKAYASA MENU (*MENU ENGINEERING*) UNTUK MENENTUKAN KLASIFIKASI MENU ITEM PADA *SEJALAN COFFEEHOUSE* KABUPATEN SOLOK

**Proyek Akhir Ini Diajukan
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pariwisata**



Oleh :

**SITI MIRZA HANAFIAH
181000293302014**

**PROYEK AKHIR PERHOTELAN
FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2022**

PERNYATAAN PERSETUJUAN SIDANG PROYEK AKHIR

Proyek akhir ini telah diperiksa, disetujui, dan disyahkan oleh Tim Pembimbing untuk selanjutnya dipertanggungjawabkan pada Sidang Proyek Akhir Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Bukittinggi, 24 Agustus 2022

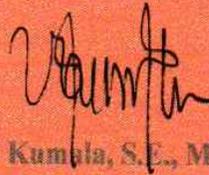
Pembimbing I,

Pembimbing II,



Wina Asty, S.Pd., MM.Par

NIDN. 1019048301



Vina Kumala, S.E., MM.Ak

NIDN. 1017057103

Menyetujui :

Ketua Program Studi Perhotelan



Wina Asty, S.Pd., MM.Par

NIDN. 1019048301

PERNYATAAN PENGESAHAN SIDANG PROYEK AKHIR

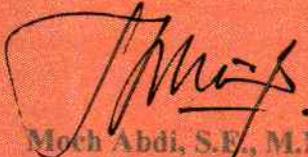
Tim Penguji Sidang Proyek Akhir Mahasiswa Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, menyatakan bahwa Proyek Akhir yang Diajukan oleh :

Nama : Siti Mirza Hanafiah
NIM : 181000293302014
Judul : Penerapan Metode Rekayasa Menu (*Menu Engineering*)
untuk Menentukan Klasifikasi Menu Item pada *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan tim penguji dan diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan Pariwisata pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Bukittinggi, 24 Agustus 2022

Penguji I,



Moch Abdi, S.E., M.M

NIDN. 1006068002

Penguji II,



Dewi Anggraini, S.E., M.M

NIDN. 1026067401

Menyetujui

Dekan,



Rozi Yuliani, S.ST.Par., M.M

NIDN. 1031078602

**FACULTY OF TOURISM
HOSPITALITY STUDY PROGRAM**

Final project, September 2022

Siti Mirza Hanafiah

Application of Menu Engineering Method (Menu Engineering) to Determine Classification of Menu Items in Aligned Coffeehouse, Solok Regency

ABSTRACT

A cafe, often also called a coffeehouse, coffee shop, or cafe, is a term used for a place that serves orders for coffee or other hot drinks. A cafe has the characteristics of a bar or restaurant, but is different from a cafeteria. the menu contains a list of prices per serving so that consumers know from the start the type of food that suits the money they bring.

This study uses a descriptive type of research with quantitative methods. The research is located at Sejalan Coffeehouse Jln. Selayo Tanang Bukit Sileh, Lembang Jaya District, Solok Regency, West Sumatra. The independent variable in this study is menu engineering (X) the dependent variable in this study is the menu item classification (Y).

From the 60 menu items, the results can be seen, namely the Drink Espresso Based menu has 9 menu items which have a popularity level (MM%) of 8% with a profit level (CM) of Rp. 5,989.000, Drink Signature menu type has 4 menu items that have a popularity level (MM%) of 18% with a profit rate (CM) of Rp. 1,460,000, Drink Smoothies menu type has 11 menu items that have a popularity level (MM%) of 6% with a profit (CM) of Rp. 4.555.00, Drink Squash and Frappe menu type has 4 menu items that have a popularity level (MM%) of 18% with a profit rate (CM) of Rp. 1,159,000, the Snacks menu type has 11 menu items that have a popularity level (MM%) of 6% with a profit rate (CM) of Rp. 3,650,000, and the type of menu Food (main course) has 21 menu items that have a popularity level (MM%) of 3% with a profit rate (CM) of Rp. 15,176,000.

Of the 60 menu items, the classification into Star position is divided into 22 menu items, Plowhorse position is divided into 19 menu items, Puzzle position is divided into 13 menu items, Dog position is divided into 6 menu items.

Keywords: Menu Engineering (Menu Engineering), and Menu Item Classification (Star, Plowhorse, Puzzle, Dog).

**FAKULTAS PARIWISATA
PROGRAM STUDI PERHOTELAN**

Proyek akhir, September 2022

Siti Mirza Hanafiah

Penerapan Metode Rekayasa Menu (*Menu Engineering*) untuk Menentukan Klasifikasi Menu Item Pada *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok

ABSTRAK

Kafe, sering juga disebut coffeehouse, coffee shop, atau cafe, merupakan istilah yang digunakan untuk tempat yang melayani pesanan kopi atau minuman hangat lainnya. kafe memiliki karakteristik seperti bar atau restoran, tapi berbeda dengan kafetaria. menu memuat daftar harga per porsi sehingga membuat konsumen mengetahui dari awal jenis makanan yang sesuai dengan uang yang dibawanya.

Penelitian ini memakai tipe penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Penelitian berlokasi di Sejalan Coffeehouse Jln. Selayo Tanang Bukit Sileh, Kecamatan Lembang Jaya, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah rekayasa menu (menu engineering) (X) variabel terikat penelitian ini adalah klasifikasi menu item (Y).

Dari 60 item menu dapat dilihat hasilnya yaitu pada jenis menu Drink Espresso Based mempunyai 9 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 8% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 5.989.000, jenis menu Drink Signature mempunyai 4 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 18% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 1.460.000, jenis menu Drink Smoothies mempunyai 11 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 6% dengan memberikan keuntungan (CM) sebesar Rp. 4.555.00, jenis menu Drink Squash and Frappe mempunyai 4 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 18% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 1.159.000, jenis menu Snacks mempunyai 11 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 6% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 3.650.000, dan jenis menu Food (main course) mempunyai 21 item menu yang memiliki tingkat popularitas (MM%) sebesar 3% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 15.176.000.

Dari 60 item menu tersebut, klasifikasi ke dalam posisi Star terbagi menjadi 22 item menu, Posisi Plowhorse terbagi menjadi 19 item menu, Posisi Puzzle terbagi menjadi 13 item menu, posisi Dog terbagi atas 6 item menu.

Kata Kunci: Rekayasa Menu (*Menu Engineering*), dan Klasifikasi Menu Item (*Star, Plowhorse, Puzzle, Dog*).

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Mirza Hanafiah

NIM : 181000293302014

Dengan ini menyatakan bahwa Proyek Akhir saya yang berjudul **Penerapan Metode Rekayasa Menu (*Menu Engineering*) Untuk Menentukan Klasifikasi Menu Item Pada *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok** adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang saya kutip secara langsung maupun tidak langsung ataupun yang dirujuk benar. Jika ternyata dikemudian hari dinyatakan karya saya ini merupakan hasil dari mencontoh (plagiat) sebagian atau keseluruhan dari karya ini maka saya bersedia diproses sesuai dengan hukum dan perundang-undangan yang berlaku di Negera Republik Indonesia.

Bukittinggi, 24 agustus 2022

Saya yang menyatakan



Siti Mirza Hanafiah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI PROYEK AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Mirza Hanafiah
NIM : 181000293302014
Program studi : Perhotelan
Jenis Karya Ilmiah : Proyek Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas proyek akhir saya yang berjudul:

“Perenapan Metode Rekayasa Menu (*Menu Engineering*) Untuk Menentukan Klasifikasi Menu Item Pada *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok”

Dengan demikian Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan proyek akhir selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bukittinggi

Pada Tanggal : 24 Agustus 2022

Saya yang menyatakan,

Siti Mirza Hanafiah

RIWAYAT HIDUP



Siti Mirza Hanafiah, dilahirkan di Taluak Marunggai pada tanggal 18 September 1999 adalah putri ketujuh dari tujuh bersaudara dari pasangan orang tua H. Ruslan dan Ar Lisni.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) Negeri 01 Kp. Batu Dalam, Danau Kembar pada tahun 2012, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 5 Kota Solok pada tahun 2015 dan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 Kota Solok pada tahun 2018. Pada tahun itu juga penulis diterima di jurusan Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Pada saat kuliah semester 4 penulis ditempatkan untuk PKL I (Praktek Kerja Lapangan 1) di Riad Hotel selama kurang lebih 4 bulan, dan saat perkuliahan semester 6 penulis ditempatkan untuk PKL II (Praktek Kerja Lapangan 2) di Hotel Nikita Palace kurang lebih 4 bulan.

Siti Mirza Hanafiah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **“Penerapan Metode Rekayasa Menu (*Menu engineering*) untuk Menentukan Klasifikasi Menu Item Pada *Sejalan Coffeeshouse Kabupaten Solok*”**. Proposal ini dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Rozi Yuliani, S.ST.Par., M.M selaku Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
2. Ibu Wina Asty, S.Pd., M.M.Par selaku Ketua Prodi Perhotelan sekaligus penasehat akademik penulis
3. Ibu Wina Asty, S.Pd., M.M.Par selaku pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan proposal ini.
4. Ibu Vina Kumala S.E., M.M.Ak selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan proposal ini.
5. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
6. Seluruh jajaran staff di *Sejalan Coffeeshouse*.
7. Kedua orang tua dan kerabat yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materi serta dorongan semangat.
8. Seluruh rekan-rekan Fakultas Pariwisata BP 2018 yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
9. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan proposal ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhir kata, penulis juga berharap agar proposal ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bukittinggi, Agustus 2022
Penulis

Siti Mirza Hanafiah
181000293302014

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR GRAFIK.....	xvii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Bagi Perusahaan.....	9
1.6.2 Manfaat Teoritis.....	9

1.6.3 Manfaat Praktis	10
1.6.4 Manfaat Bagi Penulis	10
BAB II: KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kerangka Teoritis.....	11
2.1.1 Restoran dan Kafe (<i>cafe</i>).....	11
a. Pengertian Restoran.....	11
b. Klasifikasi Restoran.....	12
c. Jenis-jenis Restoran	14
d. Pengertian Kafe	16
2.1.2 Menu	17
a. Pengertian Menu.....	17
b. Jenis-jenis Menu.....	18
c. Fungsi Menu.....	20
2.1.3 Evaluasi Menu	22
2.1.4 Rekayasa Menu (<i>Menu Engineering</i>)	23
a. Defenisi Rekayasa Menu (<i>Menu Engineering</i>)	23
b. Tahapan Rekayasa Menu (<i>Menu Engineering</i>).....	24
c. Klasifikasi Menu Item	27
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Konseptual	34
2.4 Hipotesis	35
BAB III: Metodologi Penelitian	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
3.3 Variabel Penelitian.....	37
3.4 Populasi dan Sampel.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Instrumen Penelitian.....	41
3.7 Analisis Data.....	42
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Profil dan Sejarah <i>Sejalan Coffeeshouse</i>	45
4.1.2 Logo, Motto, Tujuan, Visi, dan Misi <i>Sejalan Coffeeshouse</i>	47
4.1.3 Struktur Organisasi <i>Sejalan Coffeeshouse</i>	48
4.1.4 Menu <i>Sejalan Coffeeshouse</i>	48
4.2 Hasil Analisis.....	51
a. <i>Menu Mix</i> (Tingkat Popularitas).....	51
b. <i>Contribution Margin</i> (Tingkat Keuntungan)	59
c. Menentukan Klasifikasi Menu Item	68
d. Kesimpulan Hasil Analisis.....	72
4.3 Pembahasan	80
a. Metode Rekayasa Menu (<i>Menu engineering</i>)	80
b. Klasifikasi Menu Item Kategori <i>Star</i>	84
c. Klasifikasi Menu Item Kategori <i>Plowhorse</i>	86
d. Klasifikasi Menu Item Kategori <i>Puzzle</i>	89

e. Klasifikasi Menu Item Kategori <i>Dog</i>	90
BAB V: PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kriteria dalam Menentukan Klasifikasi Menu Item.....	28
Tabel 3.1 waktu Penelitian	37
Tabel 3.2 Operasional Variabel	37
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Sales History Produk Makanan dan Minuman di <i>Sejalan</i> <i>Coffeehouse</i> Kabupaten Solok periode Januari-Juni 2022	52
Tabel 4.2 Kategori <i>Menu Mix</i> “Drink Espresso Based” Periode Januari-Juni 2022	54
Tabel 4.3 Kategori <i>Menu Mix</i> “Drink Signature” Periode Januari-Juni 2022	55
Tabel 4.4 Kategori <i>Menu Mix</i> “Drink Smoothies” Periode Januari-Juni 2022	56
Tabel 4.5 Kategori <i>Menu Mix</i> “Drink Squash and Frape” Periode Januari-Juni 2022	57
Tabel 4.6 Kategori Menu Mix “Snacks” Periode Januari-Juni 2022.....	57
Tabel 4.7 Kategori Menu Mix “Food (main course) Periode Januari-Juni 2022	58
Tabel 4.8 Contribution Margin “Drink Espresso Based” Periode Januari-Juni 2022	61
Tabel 4.9 Contribution Margin “Drink Signature” Periode Januari-Juni 2022	62
Tabel 4.10 Contribution Margin “Drink Smoothies” Periode	

Januari-Juni 2022.....	63
Tabel 4.11 Contribution Margin “Drink Squash and Frape” Periode Januari-Juni 2022.....	64
Tabel 4.12 Contribution Margin “Snacks” Periode Januari-Juni 2022	65
Tabel 4.13 Contribution Margin “Food (main course)” Periode Januari-Juni 2022.....	66
Tabel 4.14 Klasifikasi Menu Item	68
Tabel 4.15 Klasifikasi Menu Item di <i>Sejalan Coffeehouse</i> Kabupaten Solok Periode Januari-Juni 2022	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Sejalan Coffeehouse</i>	3
Gambar 2.1 Hasil Analisis Menu	29
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 4.1 Instagram <i>Sejalan Coffeehouse</i>	46
Gambar 4.2 Logo <i>Sejalan Coffeehouse</i>	47
Gambar 4.3 Struktur Organisasi <i>Sejalan Coffeehouse</i>	48



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Perkembangan PBD Industri Makanan dan Minuman

(2016-2021) 1

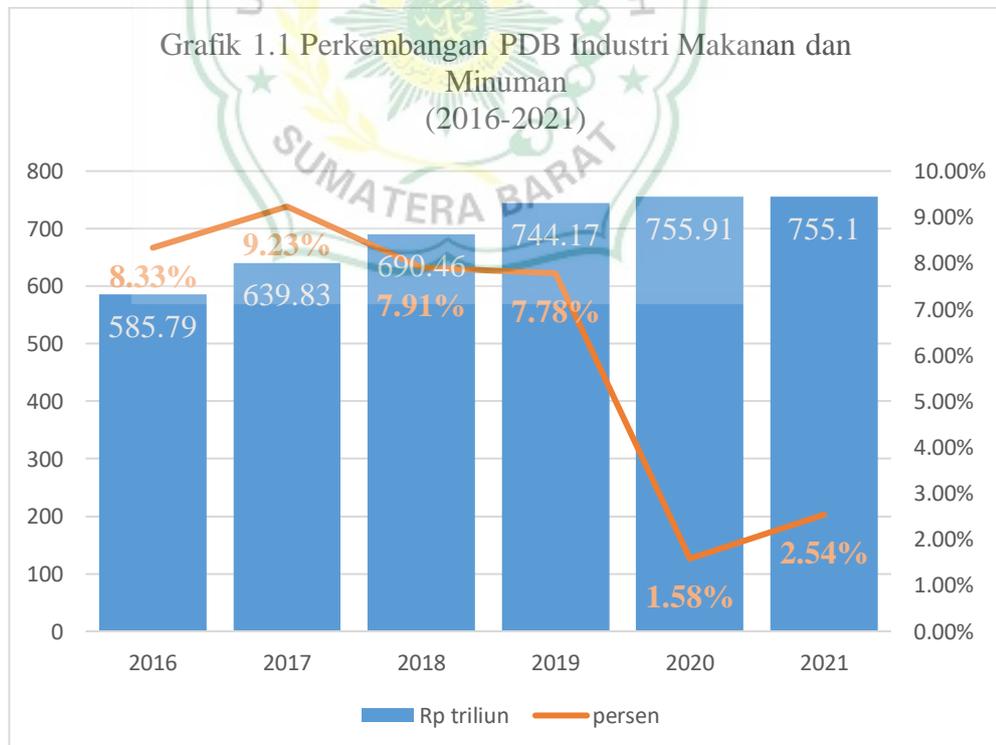


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia juga selalu diiringi dengan perkembangan industri perhotelan, tempat wisata, tempat makan atau restoran, dan kafe (*cafe*), hal ini merupakan satu kesatuan yang saling melengkapi dan tidak bisa dipisahkan antara tempat wisata, tempat menginap, dan tempat makan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) industri makanan dan minuman (restoran, rumah makan, *cafe*) sebesar Rp. 775, 1 triliun pada tahun 2021, nilai tersebut tumbuh 2,54% dibandingkan tahun sebelumnya (*year on year* (yoy)) sebesar Rp. 755,91 triliun. Pertumbuhan industri makan dan minum (restoran, rumah makan, *cafe*) dapat dilihat pada grafik berikut ini:



Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2021)

Terlihat dari tabel diatas, industri makan dan minum tergolong kebal dari pandemi covid-19, meski tidak mencatat pertumbuhan di angka 7% dibandingkan masa normal, akan tetapi industri makan dan minum masih bisa mencatat pertumbuhan yang positif pada tahun 2020 dan 2021 ketika wabah menyerang (BPS Indonesia, 2021).

Pada tahun 2019 tercatat perkembangan jumlah industri makan dan minum di Sumatera Barat yaitu sebanyak 1.594 unit, pada tahun 2020 sebanyak 1.379 unit, dan pada tahun 2021 sebanyak 1546 unit (Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat, 2021). Perkembangan industri makan dan minum ini setiap tahunnya terus berkembang dengan pesat, meski mengalami penurunan pada masa covid-19, akan tetapi tidak menghalangi orang untuk terus membuka usaha di bidang makanan dan minuman, setiap orang berlomba-lomba untuk memulai usaha dalam bidang restoran, rumah makan, dan *cafe*.

Perkembangan industri makan dan minum (restoran, rumah makan, *cafe*) tidak hanya dapat dijumpai di kota saja akan tetapi juga berkembang sampai ke kabupatennya. Di Kabupaten Solok, terdapat sebuah *cafe* yang dikenal oleh masyarakat setempat dengan sebutan *Sejalan Coffeehouse*, yang berlokasi tepat di Jln. Selayo Tanang Bukit Sileh, Kec. Lembang Jaya, Kabupaten Solok, Sumatera Barat.

Gambar 1.1 *Sejalan Coffeehouse**Sumber: Sejalan Coffeehouse*

Cafe ini mengusung konsep kekinian yang *instagramable* untuk menarik pelanggan dalam menghabiskan waktu bersantai baik dengan teman maupun keluarga. *Sejalan Coffeehouse* juga melayani pemesanan makanan dari rumah (*delivery*) untuk para pelanggan yang tidak dapat berkunjung ke *cafe* tersebut.

Kafe termasuk salah satu jenis restoran, restoran memberikan pelayanan makanan dan minuman kepada wisatawan, berbagai jenis makanan dan minuman disediakan untuk memenuhi kebutuhan tamu yang datang, seperti *coffee shop*, main dining room, grill room, lounge, supper club, cafeteria, soda fountain, special restaurant, dan specific restaurant yang menawarkan jenis makanan khas daerah Indonesia, atau negara lain seperti masakan Eropa, Jepang, Korea, Cina, Timur Tengah, dan negara lainnya (Revida et al, 2020).

Kafe, sering juga juga disebut *coffeehouse*, *coffee shop*, atau *cafe*, merupakan istilah yang digunakan untuk tempat yang melayani pesanan kopi

atau minuman hangat lainnya. kafe memiliki karakteristik seperti bar atau restoran, tapi berbeda dengan kafetaria. Banyak kafe yang tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga teh, dan makanan ringan, namun ada juga kafe dan resto yang merupakan kafe yang dilengkapi dengan makanan utama (*Main Course*) seperti pecel ayam, pecel lele, ayam geprek, dan lain sebagainya. Dari sisi budaya, kafe telah dikenal dan tersebar luas untuk menjadi pusat interaksi sosial dimana orang-orang dapat berkumpul, berbicara, menulis, membaca, melawak, atau sekedar mengisi waktu luang bersama keluarga, teman, maupun pasangan (Sukarno & Nirawati, 2016).

Di setiap restoran, dan *cafe*, selalu menyediakan menu untuk membuat tamu atau pelanggan dapat mengetahui apa saja yang disediakan restoran maupun *cafe* tempat mereka makan. Menu merupakan daftar rincian tentang makanan yang mungkin dipesan (seperti di restoran, dan *cafe*), atau dilayani (seperti rumah sakit, sekolah, atau fasilitas perawatan). Dalam industri komersial, menu dirancang untuk menarik pelanggan, dan menghasilkan penjualan, sedangkan bagi industri non-komersial menu disusun untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen (Wani et al, 2019).

menu memuat daftar harga per porsi sehingga membuat konsumen mengetahui dari awal jenis makanan yang sesuai dengan uang yang dibawanya. Pada usaha industri makan dan minum (restoran, rumah makan, *cafe*) menu sangat berpengaruh terhadap penjualan dan pemasaran yang membuat seseorang atau kelompok untuk berkunjung kembali, oleh sebab itu evaluasi terhadap menu sangat dibutuhkan untuk mengevaluasi harga menu,

mengevaluasi jenis makanan, mengevaluasi desain buku menu (Ayodya, 2013).

Evaluasi terhadap menu tidak dapat dilakukan sembarangan atau hanya berdasarkan pikiran saja, manajemen perlu menganalisa dengan cermat dengan menyusun kembali struktur menu atau rekayasa menu (*menu engineering*), sehingga hasil analisa menu dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan menyusun menu baru. Menu engineering merupakan sebuah metode evaluasi menu yang dilakukan oleh manajemen setiap enam bulan sekali untuk meningkatkan profit sebuah restoran, rumah makan, dan *cafe* (Hermawan, 2022).

Hasil observasi awal didapatkan melalui wawancara dengan owner *sejalan coffeeshouse*, beliau mengatakan bahwa *cafe* itu sudah ada sejak tahun 2019, *cafe* ini menyediakan minuman dari kopi, *smoothies*, makanan ringan (*snack*), dan juga makanan utama (*main course*), pelanggan dapat melihat semua jenis makanan dan minuman yang ada di *Sejalan coffeeshouse* dalam daftar menu yang telah disediakan. Owner *sejalan coffeeshouse* mengatakan bahwa pelanggan dapat makan dan minum langsung di *cafe* maupun melakukan pesan antar (*delivery*), *cafe* ini beroperasi setiap hari mulai dari jam 11.00 - 22.00 WIB, khusus hari jum'at dibuka mulai jam 14.00 - 22.00 WIB. Beliau mengatakan Pelanggan akan ramai berkunjung ke *cafe* pada hari jum'at, *weekend*, dan juga hari-hari libur, seperti hari lebaran. Owner *Sejalan coffeeshouse* juga mengatakan bahwa buku menu sudah lama tidak diperbaharui, dan dari hasil pengamatan owner dan juga bagian kitchen

mengatakan bahwa dari 60 item menu yang populer adalah ayam geprek, ayam rica-rica, dan menu snacknya adalah kentang goreng. Saat dilakukan wawancara oleh penulis Owner *Sejalan coffeeshouse* juga mengatakan bahwa mereka belum pernah menggunakan metode rekayasa menu (*menu engineering*) untuk mengevaluasi menu yang ada di cafe, mereka juga belum pernah mengklasifikasikan menu dengan metode *menu engineering*, mereka juga belum mengetahui tingkat kepopuleran dari menu yang mereka sediakan, dan mereka juga tidak mengetahui mana menu yang menghasilkan keuntungan bagi cafenya.

Dari beberapa definisi yang penulis paparkan diatas, untuk mengevaluasi menu dan juga dapat mengetahui setiap klasifikasi menu maka penulis tertarik mengangkat judul **“Penerapan Metode Rekayasa Menu (*Menu Engineering*) untuk Menentukan Klasifikasi Menu Item Pada *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan gambaran dari latar belakang penelitian diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. *Sejalan coffeeshouse* sudah lama tidak memperbaharui buku menu mereka.
2. *Sejalan coffeeshouse* belum pernah mencoba menerapkan cara evaluasi menu melalui metode rekayasa menu (*menu engineering*).
3. *Sejalan coffeeshouse* belum pernah mencoba menggunakan metode rekayasa menu (*menu engineering*) untuk mengklasifikasikan menu mereka.
4. Owner *Sejalan coffeeshouse* tidak mengetahui mana menu yang benar-benar populer dan menghasilkan keuntungan bagi cafe mereka.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal, maka penulis membatasi masalah penelitian yaitu dengan mengambil 6 jenis kelompok menu hidangan (*course*) dari bulan Januari-Juni 2022, seperti *drink espresso based, drink signature, drink smoothies, drink squash & frappe, snack, and food (main course)* yang disediakan oleh *Sejalan coffeeshouse* Kabupaten Solok.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang penelitian diatas, maka dapat diambil rumusan masalah, sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara penerapan metode rekayasa menu (*menu engineering*) di *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok?

- b. Bagaimana mengklasifikasi menu kedalam kategori menu *star*, jika menggunakan metode rekayasa menu (*menu engineering*) di *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok?
- c. Bagaimana mengklasifikasi menu kedalam kategori menu *plowhorse*, jika menggunakan metode rekayasa menu (*menu engineering*) di *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok?
- d. Bagaimana mengklasifikasikan menu kedalam kategori menu *puzzle*, jika menggunakan rekayasa menu (*menu engineering*) di *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok?
- e. Bagaimana mengklasifikasikan menu kedalam kategori menu *dog*, jika menggunakan rekayasa menu (*menu engineering*) di *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui cara penerapan metode rekayasa menu (*menu engineering*) di *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok.
- b. Untuk mengetahui klasifikasi menu kedalam kategori menu *star*, jika menggunakan metode rekayasa menu (*menu engineering*) di *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok.
- c. Untuk mengetahui klasifikasi menu kedalam kategori menu *plowhorse*, jika menggunakan metode rekayasa menu (*menu engineering*) di *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok.

- d. Untuk mengetahui klasifikasi menu kedalam kategori menu *puzzle*, jika menggunakan metode rekayasa menu (*menu engineering*) di *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok.
- e. Untuk mengetahui klasifikasi menu kedalam kategori menu *dog*, jika menggunakan metode rekayasa menu (*menu engineering*) di *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Bagi Pengusaha

Adapun manfaat yang dapat diambil oleh pengusaha *cafe* adalah untuk memberikan referensi atau pengetahuan agar dapat menerapkan metode rekayasa menu (*menu engineering*) untuk memperbaharui menu-menu yang disediakan oleh *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok.

1.6.2 Manfaat Teoritis

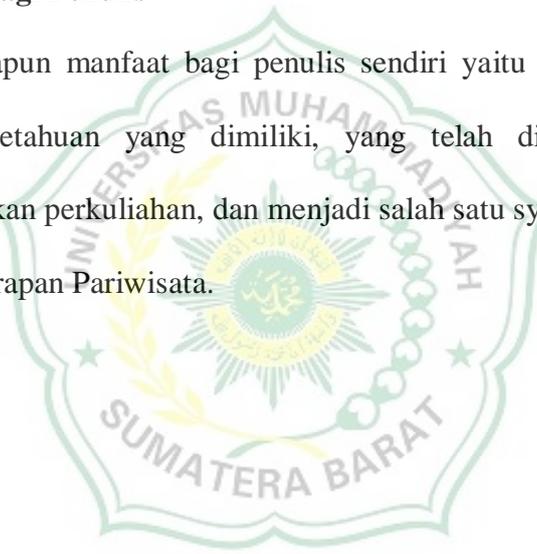
- a) Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya terutama dalam industri makanan dan minuman (restoran, rumah makan, *cafe*).
- b) Tambahan pengalaman dan pengetahuan bagi peneliti untuk mengembangkan industri makanan dan minuman (restoran, rumah makan, *cafe*).

1.6.3 Manfaat Praktis

- a) Diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak agar menjadikan ini sebagai acuan dalam melakukan evaluasi menu restoran, rumah makan, cafe.
- b) Diharapkan dapat meningkatkan kontribusi dalam industri makanan dan minuman (restoran, rumah makan, cafe) baik dari segi industri swasta maupun pemerintah.

1.6.4 Manfaat Bagi Penulis

Adapun manfaat bagi penulis sendiri yaitu dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang dimiliki, yang telah didapat penulis selama melaksanakan perkuliahan, dan menjadi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Terapan Pariwisata.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Restoran dan kafe (*cafe*)

a. Pengertian Restoran

Menurut Rinawati & Ekawatiningsih (2020: 2-3), dilihat dari arti kata, restoran berasal dari kata “*re-store*” yang memiliki arti mengembalikan atau memperbaiki kondisi setelah orang bekerja. Seseorang yang bekerja dari pagi hingga siang, mengalami kehilangan energi atau kalori yang dibutuhkan dalam upaya pemulihan dengan mengkonsumsi makanan atau minuman di suatu tempat. Kata “*Restoration*” merupakan tempat dimana seseorang dapat mengembalikan tenaga atau kalori dalam tubuh. Dalam bahasa Inggris dan istilah restoran dalam Bahasa Indonesia berubah menjadi kata “*Restaurant*”. Restoran seperti halnya dengan rumah di lingkungan keluarga, tamu yang datang kesana merasa senang dan terkesan dengan penerimaan yang ramah, hangat, dekorasi yang sesuai dan serasi, perabotan bersih, serta udara yang segar di dalam ruangan. Dari aspek kewirausahaan restoran dapat berarti suatu usaha yang komersial menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman bagi umum dan dikelola secara profesional.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia nomor 11 tahun 2014, restoran merupakan usaha penyediaan jasa makanan dan minuman, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk

proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba.

b. Klasifikasi Restoran

Menurut Rinawati & Ekawatiningsih (2020: 3-5), perkembangan restoran semakin banyak tumbuh dan berkembang, baik di kota-kota besar maupun kecil. Dilihat dari pengelolaannya dan sistem penyajian, restoran dapat diklasifikasikan menjadi tiga macam, yaitu:

1) *Formal Restaurant* (Restoran Formal)

Restoran formal adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan pelayanan yang eksklusif. Ciri-ciri restoran formal antara lain:

- a) Tamu yang datang terlebih dahulu mengikuti sistem pemesanan tempat terlebih dahulu (*reservation*).
- b) Tamu yang datang menggunakan pakaian formal.
- c) Menu pilihan yang disediakan adalah menu klasik atau menu-menu populer.
- d) Sistem pelayanan yang dipakai adalah *Russian Service* atau *French Service* dengan berbagai modifikasi antara keduanya.
- e) Disediakan ruangan *cocktail* selain ruangan jamuan makan sebagai tempat minuman beralkohol sebelum santap makan dimulai.
- f) Melayani makan malam atau makan siang, tetapi tidak menyediakan makan pagi.

- g) Menyediakan berbagai merk minuman beralkohol, seperti: *wine*, *champagne* dari berbagai negara.
- h) Penataan bangku dan kursi memiliki area yang cukup luas sehingga dapat dilewati oleh *gueridon*.
- i) Membutuhkan relatif banyak tenaga.
- j) Harga makanan atau minuman relatif mahal dibandingkan restoran informal.

2) *Informal Restaurant* (Restoran Informal)

Restoran informal adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan lebih mengutamakan pada kecepatan pelayanan, kepraktisan, dan pencapaian frekuensi yang silih berganti pada pelanggan. Ciri-ciri restoran informal sebagai berikut:

- a) Harga makanan dan minuman relatif terjangkau.
- b) Tamu tidak perlu memesan tempat sebelum datang ke restoran.
- c) Tamu bebas menggunakan pakaian tidak harus formal.
- d) Sistem penyajian makanan menggunakan *American Service*, *Self Service*, dan *Counter Service*.
- e) Penataan meja dan kursi cukup rapat antara satu dengan lainnya.
- f) Menu yang disajikan terbatas pada menu-menu yang cepat dalam penyajian.
- g) Jumlah tenaga relatif sedikit, dengan standar kebutuhan pramusaji satu orang *waiters* dapat melayani 20 orang tamu.

3) *Specialities restaurant* (Restoran Spesial)

Restoran spesial adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan menyediakan makanan khas dari suatu negara tertentu. Ciri-ciri restoran spesial sebagai berikut:

- a) Menyediakan sistem pemesanan tempat.
- b) Menyediakan menu khas suatu negara (populer atau disenangi).
- c) Sistem penyajian makanan disesuaikan dengan budaya negara asal dan dimodifikasi dengan budaya internasional.
- d) Umumnya hanya dibuka untuk menyediakan makan malam dan makan siang.
- e) Jumlah tenaga service sedang.

c. Jenis-jenis Restoran

Menurut Rinawati & Ekawatiningsih (2020: 5-6), ditinjau dari aspek bisnis restoran dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis, antara lain:

- 1) *Automat Restoran atau Vendetarian*, restoran yang memakai mesin otomatis. Seseorang dapat mengambil makanan dan minuman dengan memasukkan koin.
- 2) *Bistro, restoran kecil ala Prancis*, restoran kecil dengan jenis menu minuman anggur disertai dengan menu makanan berat yang ditawarkan secara berganti-ganti (*cycle menu*).
- 3) *Canteen*, restoran yang menyediakan makanan kecil atau *refreshment*, pada awalnya restoran ini berada dalam kampus militer.

- 4) *Cafe*, restoran kecil terutama menyediakan *cake*, *sandwiches*, *coffee*, dan teh. Pilihan makanan umumnya terbatas, tidak menyediakan minuman beralkohol.
- 5) *Cafeteria*, makanan yang disediakan terbatas pilihannya, selain makanan yang sifatnya seperti *cafe* dan juga menyediakan makanan siap saji (*fast food*), makanan yang disajikan biasanya ditata pada meja *service* dan bersifat *self service*, perhitungan harga makanan berdasarkan makanan atau minuman yang diambilnya.
- 6) *Chop Steak* atau *Steak House*, restoran yang mempunyai *special steak* atau *chop*.
- 7) *Cabaret* atau *nite club*, restoran yang mengadakan pertunjukan di samping menjual makanan dan minuman.
- 8) *Coffee pot*, restoran kecil yang murah harganya, berada di tepi jalan (warung kopi).
- 9) *Delicatessen*, restoran spesial yang menjual *delicatessen food*, seperti: *ham*, *sausage*, *bacon*, dan sebagainya.
- 10) *Dinner atau Kereta Makan*, restoran di dalam kereta api atau restoran yang berbentuk kereta.
- 11) *Drive Inn*, restaurant di *drive in theatre* mobil (teater mobil), menghidangkan makanan di mobil, kadang-kadang hanya menjual makanan kecil seperti *hot dog*, *sandwich*, *ice cream*, dan lain-lain.
- 12) *Grill*, spesial restoran untuk *steak* atau *chops*. Hidangan dibakar menurut selera tamu (*cook to order*).

- 13) *Inn*, hotel atau motel dimana harga kamar sudah termasuk dengan harga makanan dan minuman, hidangan diantar ke kamar (*room service*).
- 14) *Wagon Restaurant*, restoran dorong, biasanya menyediakan makanan kecil, seperti bakso, sate, mie, dan sebagainya.
- 15) *Tavern*, restoran kecil yang menjual *wine* dan *beer*.
- 16) *Common*, menghidangkan makanan untuk orang banyak dalam satu meja panjang, biasanya terdapat di institusi atau kampus militer.

d. Pengertian kafe (cafe)

Menurut Fauzi et al (2017), secara terminologis, kata *cafe* berasal dari bahasa Perancis yaitu: *coffee*, yang berarti kopi. Di Indonesia, kata *cafe* disederhanakan menjadi kafe. Pengertian harafiahnya mengacu pada minuman kopi, yang kemudian di Indonesia kafe lebih dikenal sebagai tempat menikmati kopi dengan berbagai jenis minuman non-alkohol lainnya seperti soft drink dengan sajian makanan ringan lainnya.

Menurut Anisailah (2017), *cafeteria* atau *cafe* adalah suatu restoran kecil yang mengutamakan penjualan *cake* (kue-kue), *sandwich* (roti isi), kopi, dan teh. Pilihan makanannya terbatas dan tidak menjual minuman beralkohol.

Menurut Sukarno & Nirawati (2016), kafe sering juga disebut *coffeehouse*, *coffee shop*, merupakan istilah yang digunakan untuk tempat yang melayani pesanan kopi atau minuman hangat lainnya.

Menurut Maulidi (2017), kafe (*cafe*) merupakan sebuah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. *Cafe* termasuk tipe restoran namun lebih

mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan alunan musik.

2.1.2 Menu

a. Pengertian Menu

Menurut Hamidah & Komariah (2018: 78), menu berasal dari bahasa Perancis yang artinya kecil atau detail. Menu merupakan suatu daftar makanan yang bisa dipesan atau daftar makanan yang akan dihidangkan. Menu juga dapat diartikan sebagai susunan makanan dan minuman yang dapat dihidangkan pada waktu makan.

Menurut Utama & Junaedi (2018:137), menu adalah sebuah daftar makanan yang telah dilengkapi dengan harga masing-masing, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberi nilai terhadap sejumlah uang terhadap makanan yang ditawarkan.

Menurut Rinawati & Ekawatiningsih (2020: 95), ada beberapa pengertian menu:

- 1) Menu merupakan sebagian susunan hidangan yang siap disajikan sebagai bahan makanan atau minuman,
- 2) Menu merupakan daftar makanan dan minuman yang bisa dipesan,
- 3) Menu merupakan makanan dan minuman yang akan dihidangkan.

Menu makanan dan minuman yang ada di restoran mempunyai makna yang berbeda jika dilihat dari sudut pandang menurut kepentingan, sebagai berikut:

- 1) Tamu, menu merupakan daftar makanan dan minuman yang dapat dipesan,
- 2) Juru masak, menu merupakan daftar makanan dan minuman yang disiapkan atau dimasak untuk disajikan kepada tamu yang memesan.
- 3) Pramusaji, menu merupakan daftar makanan dan minuman yang dapat ditawarkan kepada tamu.
- 4) Pengusaha, menu adalah daftar makanan dan minuman yang mendatangkan keuntungan.
- 5) Pemerintah, dari kacamata pemerintah, menu adalah susunan atau daftar makanan yang dapat membuka lapangan pekerjaan, dan pajak.

Dari perbedaan sudut pandang di atas, menu di restoran mempunyai persamaan yaitu daftar makanan dan minuman yang ada di restoran.

b. Jenis-jenis Menu

Menurut Wani et al (2019): pada dasarnya hanya ada dua jenis menu makanan, sebagai berikut:

1) A'la Carte

Jenis menu ini merupakan bentuk menu yang paling umum, dengan begitu tamu bebas memilih dari semua item yang ada, sesuai dengan kategori jenis atau giliran makan. Menu ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Memiliki pilihan yang lebih banyak dari pada menu *table d'hote*.

Secara tradisional menu *a'la carte* menawarkan banyak sekali

makanan pembuka, sajian aneka olahan ikan, makanan utama, dan makanan pencuci mulut,

- b) Menyajikan daftar makanan yang akan disediakan oleh koki,
- c) Semua hidangan dipersiapkan saat pemesanan,
- d) Setiap porsi sajian diberi harga yang terpisah,
- e) Menawarkan masakan spesial atau “*plat du jour*”. Ini biasanya terdiri dari satu atau dua macam, harga terpisah, secara reguler dapat berubah, seperti mingguan atau harian,
- f) Lebih sulit dikendalikan dari pada menu *table d’hote* karena porsinya, baru dimasak setelah dipesan dan permintaan yang tidak dapat dipastikan untuk setiap item.

Menu promosi khusus adalah salah satu bentuk menu *a’la carte* yang terkadang ditawarkan kepada konsumen di samping menu *a’la carte* yang sudah tersedia. Menu jenis ini bertujuan untuk menarik pelanggan, meningkatkan penjualan, dan memberikan keuntungan bagi pengusaha.

2) *Table d’hote*

Table d’hote berarti makanan dari meja tuan rumah dan biasanya menawarkan pilihan yang lebih sedikit dalam satu set dan terdiri dari dua atau tiga golongan makanan dengan harga yang telah ditetapkan untuk setiap setnya. Ciri-ciri *table d’hote* sebagai berikut:

- a) Menu terbatas,
- b) Terdiri dari dua atau tiga kelompok makanan,
- c) Pilihan yang terbatas dalam setiap kelompok makanannya,

- d) Harga jualnya telah ditetapkan,
- e) Semua hidangan telah siap pada waktu yang ditentukan.

Menu jenis ini biasanya berisi hidangan yang populer dan pengendaliannya lebih mudah, serta dengan harga yang ditetapkan untuk apapun set menu yang dipilih pelanggan. Menu *table d'hote* ini hanya menawarkan empat makanan pembuka, empat makanan utama, dan empat makanan pencuci mulut dengan harga tertentu.

c. Fungsi Menu

Menurut Hamidah & Komariah (2018: 80-82), menu merupakan petunjuk untuk semua aspek-aspek pengolahan makanan, karena itu adanya perencanaan menu berfungsi untuk:

1) Menentukan anggaran belanja dan harga

Menu dan resep dapat menjelaskan mengenai bahan makanan yang akan kita beli, berarti pula menentukan anggaran belanja yang dibutuhkan oleh menu tersebut, dalam hal ini menu dan anggaran belanja harus tetap sinkronisasi. Menu apa yang akan dibuat, untuk siapa dan bahan apa yang dibutuhkan sangat mempengaruhi anggaran yang dibutuhkan.

2) Menentukan peralatan yang dibutuhkan

Merencanakan menu berarti juga memikirkan peralatan untuk pengolahan, karena itu dengan adanya perencanaan menu berarti pula memperhitungkan peralatan apa yang dibutuhkan, bagaimana kita menggunakan peralatan tersebut dan sekaligus bagaimana merawat peralatannya.

3) Menentukan waktu pengolahan

Rencana menu yang akan dibuat erat kaitannya dengan waktu yang dibutuhkan untuk mengolah hidangan tersebut.

4) Menentukan tenaga yang dibutuhkan

Menu dapat menggambarkan banyaknya tenaga yang dibutuhkan untuk mengolah hidangan. Dalam hal ini tenaga harus dibagi antara jumlah tenaga kerja yang dipunyai oleh kafe, restoran.

5) Menentukan keterampilan yang dibutuhkan

Membuat roti memerlukan keterampilan membuat adonan dan membentuknya, begitu pula dengan hidangan-hidangan lainnya yang juga membutuhkan keterampilan-keterampilan khusus.

6) Menentukan teknik pengolahan makanan

Menentukan suatu susunan hidangan berkaitan juga dengan teknik olahannya, jangan menentukan menu sementara teknik olahannya tidak dikuasai, atau tidak ada peralatan untuk mengolah suatu hidangan dengan teknik tertentu.

7) Merepresentasikan *verbal and visual preparation*

Menu harus mempresentasikan *verbal and visual preparation* yang saat ini banyak dipaparkan di rumah makan atau restoran, misalnya: menggunakan potongan jamur dalam saus, ketika gambar yang dilihat konsumen memperlihatkan hal yang demikian, dan disajikan juga persis sama dengan gambar.

8) Menentukan siapa yang akan makan dan siapa yang akan masak

Perencanaan menu harus jeli melihat karakteristik konsumen, terkait jenis kelamin, usia, asal daerah, dan kebiasaan makannya.

2.1.3 Evaluasi Menu

Menurut Ayodya (2013: 116-117), evaluasi pada menu perlu dilakukan, sebagai berikut:

a. Evaluasi harga menu

Evaluasi yang dilakukan pada harga yang tertera pada menu, harus dilakukan evaluasinya, karena seiring berjalannya waktu, harga bahan baku berubah dan biasanya beranjak naik. Pemilik restoran, rumah makan, cafe perlu menghitung ulang biaya modal per porsi makanan dan meninjau kembali harga yang tertera pada menu selama ini. Peninjauan kembali harga pada menu dapat dilakukan setelah melakukan survei pesaing. Apabila harga terlalu tinggi maka perlu adanya peninjauan kembali mengenai kemungkinan penurunan harga.

b. Evaluasi jenis makanan

Jenis makanan pada menu beragam variasinya bergantung pada ciri tiap rumah makan. Entah karena faktor rasa, harga, ataupun selera ada di antaranya yang kurang diminati oleh konsumen. Menu yang kurang diminati oleh konsumen perlu dievaluasi dengan cara menghilangkan dan kemudian diganti dengan menu yang baru. Dapat pula digunakan cara menambahkan variasi pada menu, seperti tambahan variasi bahan baku, dan rasa yang berbeda. Contohnya, menu nasi goreng saja bisa ditambah menjadi nasi goreng *seafood*, nasi goreng pete, dan sebagainya.

c. Evaluasi desain buku menu

Buku menu dengan tampilan cantik dan menarik apalagi yang membangkitkan selera dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih menu. Terutama bagi mereka yang belum pernah mencicipi varian menu lainnya, konsumen dapat melihat melalui gambar untuk memandu mereka memilih menu makanan yang diinginkan. Apabila desain buku menu dirasa kurang menarik, hal ini akan mempengaruhi selera konsumen untuk memilih berbagai jenis menu pada restoran, rumah makan, dan cafe.

2.1.4 Rekayasa Menu (*Menu Engineering*)

a. Definisi Rekayasa Menu (*Menu Engineering*)

Menurut Kasavana dan Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021), bahwa “*menu engineering is a quantitative model design to provide a business for analyzing a menu’s success both in terms of attracting clientele and in terms of profitability*”. Adapun terjemahan bebasnya adalah rekayasa menu merupakan desain model kuantitatif dalam kegiatan bisnis untuk menganalisis keberhasilan menu baik dalam hal menarik pelanggan maupun dalam hal profitabilitas. Menu engineering atau rekayasa menu pada dasarnya merupakan suatu metode untuk mengevaluasi menu secara keseluruhan dalam periode tertentu.

Sejumlah daftar makanan didalam sebuah menu yang ditawarkan kepada tamu, memiliki harga pokok (*food cost*) dengan harga jual (*selling price*) yang berbeda. Tamu yang datang ke suatu restoran akan memiliki keinginan, budget dan selera yang berbeda. Hal tersebut mengakibatkan tidak

semua menu memiliki tingkat popularitas yang sama, sehingga setiap makanan akan memiliki tingkat penjualan dan tingkat keuntungan yang berbeda dalam periode tertentu.

Menurut Kasavana dan Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021), dalam teorinya juga menyatakan bahwa menu engineering atau rekayasa menu berpedoman pada 2 hal, yaitu:

- 1) *Menu mix (MM)* adalah hasil analisis tentang tingkat kegemaran tamu terhadap makanan yang terdapat didalam sebuah menu/tingkat popularitas makanan yang terdapat didalam sebuah menu.
- 2) *Contribution Margin (CM)* adalah analisis tentang keuntungan kotor (*gross profit*) dari semua jenis makanan dalam menu.

Sumber data yang dipergunakan untuk menentukan besarnya nilai pada *Menu Mix (MM)* dan *Contribution Margin (CM)*, sebagai berikut:

- 1) *Sales History* untuk mendapatkan data *Menu Mix*,
- 2) *Standard Recipe* untuk mendapatkan data *Food Cost*,
- 3) *Menu List* untuk mendapatkan data *Selling Price*.

b. Tahap Rekayasa Menu (*Menu Engineering*)

Menurut Kasavana (1984) dalam Susila & Nugraha (2021), dalam teorinya menyatakan bahwa secara garis besar terdapat 3 kelompok kegiatan dalam rekayasa menu (*menu engineering*), sebagai berikut:

- 1) Menentukan *menu mix* atau tingkat popularitas menu.

- 2) Menentukan *contribution margin* atau tingkat keuntungan kotor (*gross profit*) dari masing-masing menu.
- 3) Keputusan dan tindak lanjut.

Ketiga kelompok kegiatan dalam rekayasa menu (*menu engineering*), kemudian dijabarkan menjadi 11 (sebelas) langkah/tahapan, sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi jenis makanan, jenis makanan diperoleh dari menu atau daftar makanan yang ditawarkan pada restoran tersebut. Semua jenis makanan (*menu item*) yang ditulis pada formulir analisis menu merupakan kelompok hidangan yang sama (*course*), seperti: *appetizer*, *soup*, *maincourse*, dan *dessert*.
- 2) Mencatat jumlah porsi makanan yang terjual, mencatat total jumlah makanan yang terjual untuk masing-masing jenis makanan (*menu item*) dalam periode tertentu.
- 3) Menghitung besarnya prosentase *menu mix* dari setiap jenis makanan. Menentukan besarnya prosentase *menu mix* dilakukan dengan membagi jumlah makanan yang terjual dengan jumlah keseluruhan makanan yang terjual dalam satu kelompok hidangan, dikalikan dengan 100%.

Rumus:

$$MM\% = \frac{\text{menu item sold}}{\text{total number sold}} \times 100\%$$

- 4) Menentukan kategori dari prosentase *menu mix* (*MM%*) masing-masing jenis makanan, yang dikategorikan menjadi *high* (tinggi) atau *low* (rendah). Menentukan nilai rata-rata dari persentase

menu mix (*AMM%*) dilakukan dengan satu dibagi dengan jumlah *menu item* yang terjual (*N*) dikalikan dengan 70%.

Rumus:

$$AMM\% = \frac{1}{N} \times 70\%$$

Adapun kriteria dalam menentukan kategori dari prosentase *menu mix* (*MM%*) dari masing-masing jenis makanan, sebagai berikut:

- a. $MM\% \geq \text{Average } MM\%$ memiliki arti *high* (tinggi).
 - b. $MM\% < \text{Average } MM\%$ memiliki arti *low* (rendah).
- 5) Menentukan harga jual makanan, menulis harga jual makanan dari masing-masing jenis makanan.
 - 6) Menentukan harga pokok makanan, merupakan hasil penjumlahan dari biaya resep baku, biaya garnish, biaya makanan penyerta.
 - 7) Menghitung *Contribution Margin* (*CM*) dari setiap jenis makanan (*menu item*), dilakukan dengan mengurangi harga jual (*selling price*) dengan harga pokok makanan (*food cost*).

Rumus:

$$CM = \text{Selling Price} - \text{Food Cost}$$

- 8) Menentukan Total *Contribution Margin* (*CM*) di setiap jenis makanan (*menu item*), dilakukan dengan mengurangi pendapatan (*menu revenue*) dengan biaya menu (*menu cost*).

Rumus:

$$\text{Total } CM = \text{Menu Revenue} - \text{Menu Cost}$$

- 9) Menghitung rata-rata *Contribution Margin (ACM)* dari setiap makanan. Menghitung *Average Contribution Margin (ACM)* adalah *total CM* (total keuntungan) dibagi dengan total item (jumlah menu dalam satu jenis menu).

Rumus:

$$ACM = \frac{\text{total CM}}{\text{total Item}}$$

- 10) Menentukan *Contribution Margin Category (CMC)* dari masing-masing menu item yang dikategorikan menjadi *high* (tinggi) atau *low* (rendah). Adapun kriteria dalam menentukan *Contribution Margin Category (CMC)* dari masing-masing jenis makanan, adalah:
- a. $CM \geq \text{Average CM}$ memiliki arti *high*.
 - b. $CM < \text{Average CM}$ memiliki arti *low*.
- 11) Menentukan keputusan dan tindak lanjut sesuai dengan hasil klasifikasi menu.

c. Klasifikasi Menu Item

Menurut Kasavana dan Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021), Rekayasa Menu (*Menu Engineering*) dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelas atau posisi, sebagai berikut:

1) *Star*

Merupakan menu dengan tingkat popularitas dan tingkat keuntungan yang tinggi.

2) *Plowhorse*

Merupakan menu yang memiliki tingkat popularitas tinggi, namun memberikan tingkat keuntungan yang rendah.

3) *Puzzle*

Merupakan menu yang memiliki tingkat popularitas rendah, namun memberikan tingkat keuntungan yang tinggi.

4) *Dog*

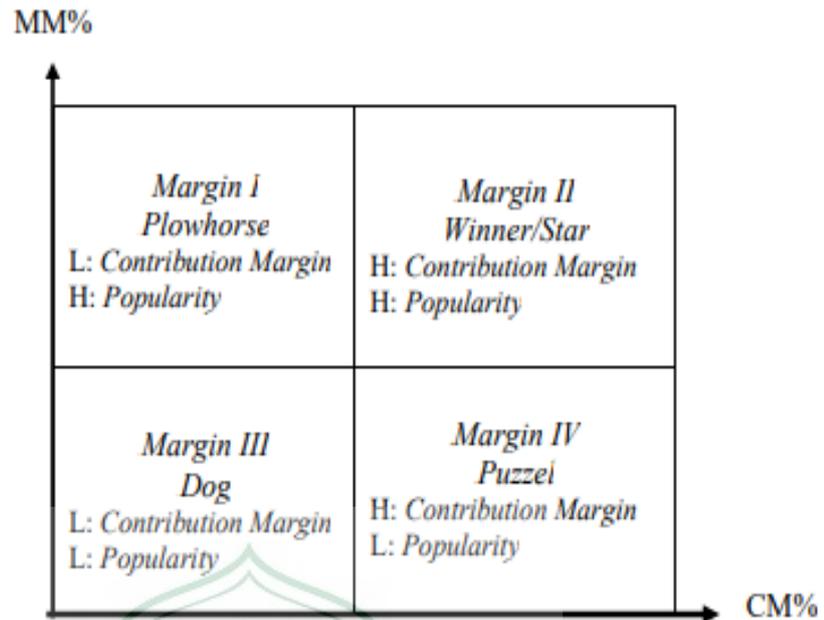
Merupakan menu dengan tingkat popularitas dan tingkat keuntungan yang rendah.

<i>CM</i> <i>Category</i>	<i>MM</i> <i>Category</i>	<i>Classification</i>	<i>Meaning</i>
<i>Low</i>	<i>High</i>	<i>Plowhorse/Margin I</i>	<i>Low profit, High popularity</i>
<i>High</i>	<i>High</i>	<i>Star/Winner/Margin II</i>	<i>High profit, High popularity</i>
<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>Dog/Margin III</i>	<i>Low profit, Low popularity</i>
<i>High</i>	<i>Low</i>	<i>Puzzle/Margin IV</i>	<i>High profit, Low popularity</i>

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

Selain hasil analisis menu dapat diuraikan dalam bentuk diagram, dimana garis vertikal yang menunjukkan tingkat popularitas (*MM%*) dan garis horizontal menunjukkan tingkat keuntungan (*CM*) seperti berikut:

Gambar 2.1: Hasil Analisis Menu



Sumber: Kasavan (1984) dalam Susila & Nugraha (2021).

Menentukan keputusan dan tindak lanjut yang diambil, adalah mempertahankan menu, mengubah harga menu, memperbaiki posisi menu ataupun mengganti menu yang dapat dibuat berdasarkan tindakan, sebagai berikut:

- a. *Plowhorse*, tindakan lanjut yang perlu diambil dari menu dengan kategori *plowhorse* yaitu:
 1. Harus mempertahankan dengan hati-hati dalam menaikkan harga jual.
 2. Posisi menu yang kurang harus disesuaikan dengan yang lain.
 3. Menggabungkan menu *plowhorse* dengan menu yang memiliki biaya makanan yang rendah sehingga dapat menaikkan *CM*.

4. Mempertimbangkan pengurangan porsi dari menu.
 5. Mengganti menu dengan menu yang lebih menguntungkan.
- b. *Winner/star*, tindakan lanjut yang perlu diambil dari menu dengan kategori *star* disarankan untuk mengambil tindakan sebagai berikut:
1. Mempertahankan kualitas jumlah dan penyajian.
 2. Menampilkan menu pada tempat yang mudah dilihat.
 3. Mengatur elastisitas harga yang ditentukan.
- c. *Dog*, menu dengan kategori *dog* disarankan untuk mengambil tindakan sebagai berikut:
1. Menghapus kategori *dog* dari menu.
 2. Mengganti menu *dog* dengan menu yang memiliki permintaan dan keuntungan yang lebih besar.
- d. *Puzzle*, menu kategori ini dapat mengambil tindakan, sebagai berikut:
1. Menghapus menu, terutama yang memiliki penjualan yang rendah.
 2. Menurunkan harga jual makanan.
 3. Menempatkan menu pada posisi yang strategis.
 4. Membatasi jumlah kategori menu *puzzle* dalam menu sebab akan mempengaruhi permintaan para pelanggan.

5. Mengganti nama makanan untuk mempengaruhi tingkat popularitasnya.

Hasil analisis menu akan dapat menjadi dasar bagi manajemen dalam menentukan tindakan-tindakan yang sesuai sehingga dapat dihasilkan menu yang digemari oleh tamu dan mampu meningkatkan keuntungan restoran.

2.2 Penelitian Terdahulu

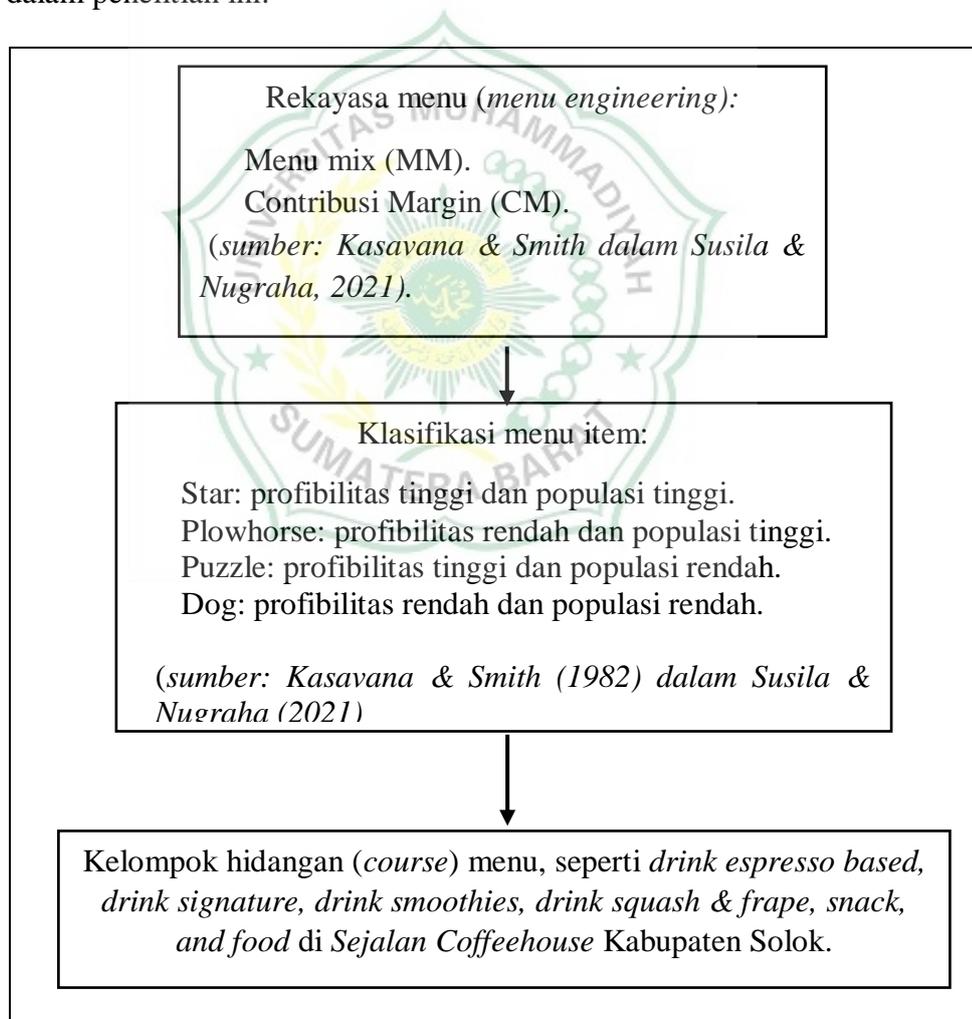
No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Metode Penelitian	Teknik Pengambilan Data	Hasil Penelitian
1.	Bagus Putu Ekadharmasusila & Surya Nugraha	Menu engineering sebagai strategi penetapan produk makanan dalam menghadapi tatanan kehidupan baru di Kopi Restaurant & bar Kuta-Bali	2021	kuantitatif	Observasi, wawancara, dokumentasi, studi kepustakaan	Berdasarkan hasil menu analisis pada masing-masing kelompok hidangan (<i>course</i>), terdapat menu pada kategori <i>plowhorse</i> 10 item, <i>star</i> 28 item, <i>dod</i> 6 item, <i>puzzle</i> 4 item, keputusan dan tindak lanjut yang akan diambil adalah dengan mempertahankan menu, mengubah harga menu, memperbaiki posisi

						menu ataupun mengganti menu berdasarkan masing-masing kategori.
2.	Imam Ardiansyah & Vania Magdalena	Strategi pengembangan bisnis berbasis Menu engineering di Kambing soon resto and cafe Bandung	2018	Metode deskriptif	Observasi langsung, wawancara, studi kepustakaan, studi dokumentasi	Kategori stars terdiri dari 7 menu dengan persentase sebesar 21,88%, Kategori plowhorses terdiri dari 11 menu dengan persentase sebesar 34,37%, Kategori puzzles terdiri dari 4 menu dengan persentase sebesar 12,50%, Kategori dogs terdiri dari 10 menu dengan persentase sebesar 31,25%. Dengan penerapan menu engineering sebagai alat untuk pemantau

						perkembangan menu setiap 6 bulan sekali sehingga dapat memantau perkembangan menu terlaksana dengan baik.
3.	Adiguna Tumpuan	Penerapan Sistem Menu Engineering Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Menu di Restoran Bintang Inti Executive Village Clubhouse	2021	Kuantitatif	Wawancara, observasi	Mengkategorikan menu yang ada di restoran BIEV Clubhouse kedalam empat kategori yaitu star 8 menu, plowhorse 5 menu, puzzle 4 menu, dog 9 menu, hasil ini akan menjadi patokan manajemen di restoran BIEV Clubhouse untuk mengambil tindakan dalam evaluasi menu.

2.3 Kerangka Konseptual

Menurut Susanti et al (2021), kerangka konseptual merupakan bagian dari penelitian yang menyajikan konsep dari teori yang akan dibahas oleh peneliti, dan disajikan dalam bentuk kerangka konsep penelitian. Kerangka konsep ini dibuat dalam bentuk diagram yang isinya mengacu pada masalah (bagian-bagian) yang akan diteliti atau berhubungan dengan penelitian yang akan dikembangkan. Berikut kerangka konseptual yang penulis gunakan dalam penelitian ini:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Ho : Tidak adanya pengaruh penerapan metode rekayasa menu (*menu engineering*) untuk menentukan klasifikasi menu item pada *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok.

Ha : Adanya pengaruh penerapan metode rekayasa menu (*menu engineering*) untuk menentukan klasifikasi menu item pada *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai tipe penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian deskriptif merupakan sebuah riset yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel ataupun lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Menurut Sugiyono (2018:15), metode kuantitatif merupakan suatu metode riset yang berdasarkan filsafat positivisme (informasi atau data konkrit) bertujuan menggambarkan serta menguji hipotesis yang dibuat penulis. Penelitian kuantitatif memuat banyak angka-angka mulai dari pengumpulan data, pengolahan, serta hasil yang didominasi dengan angka.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian berlokasi di *Sejalan Coffeeshouse* Jln. Selayo Tanang Bukit Sileh, Kecamatan Lembang Jaya, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Penelitian ini dilaksanakan pada akhir bulan Maret sampai awal akhir bulan Agustus 2022. Waktu penelitian yang dilakukan penulis dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Kegiatan	Mar	April	Mei	Juni	Juli	Agust
Survey						
Penelitian						
Konsultasi						
laporan						

Sumber: Data diolah penulis (2022)

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018: 57), mengemukakan variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat, dan nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik hasil akhirnya. Variable tersebut merupakan variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat (dependent). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah rekayasa menu (*menu engineering*) (X), sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, variabel terikat penelitian ini adalah klasifikasi menu item (Y).

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Rekayasa Menu (<i>Menu Engineering</i>) (X)	Rekayasa menu (<i>menu engineering</i>), merupakan desain model kuantitatif dalam kegiatan	$MM\% = \frac{\text{menu item sold}}{\text{total number sold}} \times 100\%$ $CM = \text{selling price} - \text{food cost}$ <p>Sumber: Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha</p>	Rasio

	<p>bisnis untuk menganalisis keberhasilan menu baik dalam hal menarik pelanggan maupun dalam hal profitabilitas. Rekayasa menu (<i>menu engineering</i>) berpedoman pada 2 hal yaitu: <i>menu mix (MM)</i>, dan <i>Contribution Margin (CM)</i>. (Sumber: <i>Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021)</i>).</p>	<p>(2021)</p>	
<p>Menentukan klasifikasi menu item (Y)</p>	<p>Menentukan klasifikasi menu item dilakukan dengan membandingkan <i>contribution margin</i> dan <i>menu mix percentage</i> Sumber: <i>Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Star. 2. Plowhorse. 3. Puzzle. 4. Dog. <p>Sumber: <i>Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021)</i>.</p>	<p>Ordinal</p>

3.4 Populasi dan Sampel

Penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi objek atau topik yang akan diteliti sehingga masalah tersebut dapat dipecahkan. Populasi, sampel penelitian harus ditentukan agar penelitian yang akan dilakukan benar-benar mendapatkan data yang diharapkan.

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2018: 117), populasi merupakan bidang umum yang meliputi objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik sebuah keputusan. Populasi dari penelitian ini adalah data yang dikumpulkan berdasarkan data dari 60 item menu yang disediakan *Sejalan Coffeehouse* Kabupaten Solok.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2018: 118), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan langkah untuk menentukan besarnya ukuran sampel yang diambil pada saat melakukan suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2018), non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama untuk setiap elemen atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel. Jumlah populasi pada penelitian ini relatif sedikit, sehingga metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode total sampling. Menurut Sugiyono (2018), total sampling

merupakan teknik pengambilan sampel dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Dengan merujuk kepada pendapat Sugiyono tersebut, maka peneliti bermaksud menjadikan seluruh populasi sebagai objek penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Menurut Kriyantono (2018), wawancara adalah percakapan antara peneliti, yaitu seseorang yang berharap memperoleh informasi, dari seorang informan, yaitu orang yang diyakini memiliki informasi penting tentang suatu objek. Teknik pengumpulan data ini melalui proses tanya jawab untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Penulis melakukan wawancara ini dengan pihak *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok untuk mendapatkan informasi terkait judul dan rumusan masalah.

b. Observasi

Menurut Sugiyono (2018), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Pengamatan juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek atau benda-benda alam lainnya. Dalam melakukan pengumpulan data ini penulis melakukan observasi langsung ke *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok, pengamatan ini dilakukan bersama dengan owner dan kitchen untuk mengetahui proses dalam melakukan metode rekayasa menu (*menu engineering*).

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2019), dokumen merupakan peristiwa masa lalu. Dokumen tersebut dapat berupa artikel, gambar atau karya monumental seseorang. Dokumen berbentuk catatan tertulis misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup dan sketsa. Dokumen berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, dan film. Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengambil dokumen berbentuk tulisan atau gambar, seperti: *menu history of sales* dan *food cost*.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2019) instrumen penelitian atau alat penelitian merupakan alat atau sarana yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, lebih akurat, lengkap, dan sistematis untuk memudahkan penanganannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat penelitian berupa daftar periksa (*checklist*) terhadap menu yang disediakan, bahan-bahan yang digunakan, dan harga beli bahan, dan tabel.

Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Menu Engineering	1. Menu Mix (<i>MM</i>).	Data penjualan (<i>sales history</i>) menu.	1
	2. Contribution Margin (<i>CM</i>).	1. Data biaya menu (<i>food cost</i>).	1
		2. Data harga penjualan (<i>selling price</i>)	1
Klasifikasi Menu Item	1. Star		1
	2. Plowhorse		1
	3. Puzzle		1
	4. Dog		1

Sumber: hasil olahan penulis, 2022

3.7 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017), analisis data adalah proses sistematis mempelajari dan merencanakan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara menyusun bagian data ke dalam kategori, membaginya menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, mensintesis, menyusun ke dalam kategori, sampel, mengkategorikan apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari, dan menarik sebuah kesimpulan sehingga mudah dimengerti oleh diri sendiri dan orang lain.

Untuk menjawab permasalahan yang penulis rumuskan di bagian rumusan masalah, maka terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan untuk penerapan metode rekayasa menu (*menu engineering*) untuk menentukan klasifikasi menu item, sebagai berikut:

- a. Menentukan *Menu Mix* atau tingkat populasi menu

Adalah hasil analisis tentang tingkat kegemaran tamu terhadap makanan yang terdapat didalam sebuah menu atau tingkat popularitas makanan yang terdapat didalam sebuah menu.

- b. Menentukan kategori dari rata-rata atau *Average Menu Mix*, adapun kriteria menentukan kategori dari *Average Menu Mix* ($AMM\%$) dari masing-masing jenis makanan, adalah:

1) $MM\% < \text{Average } MM\%$ memiliki arti rendah (*low*).

2) $MM\% \geq \text{Average } MM\%$ memiliki arti tinggi (*high*).

- c. Menentukan *Contribution Margin* (CM) atau tingkat keuntungan kotor dari masing-masing menu.

- d. Menentukan total *Contribution Margin* (total CM) setiap menu dari setiap jenis makanan.

- e. Menghitung rata-rata atau *Average Contribution Margin* (ACM) dari setiap jenis menu makanan.

- f. Menentukan *Contribution Margin Category* (CMC) dari masing-masing menu item yang dikategorikan menjadi tinggi (*high*) atau rendah (*low*). Adapun kriteria dalam menentukan *Contribution Margin Category* (CMC) dari masing-masing jenis makanan, adalah:

1) $CM \geq \text{Average } CM$ memiliki arti tinggi (*high*).

2) $CM < \text{Average } CM$ memiliki arti rendah (*low*).

- g. Menentukan Klasifikasi Menu Item berdasarkan *MM Category* dan *CM Category*. Adapun kriteria dalam menentukan klasifikasi menu item dapat diuraikan pada tabel dibawah ini:

<i>CM Category</i>	<i>MM Category</i>	<i>Classification</i>	<i>Meaning</i>
<i>Low</i>	<i>High</i>	<i>Plowhorse</i>	<i>Low Profit, High Popularity.</i>
<i>High</i>	<i>High</i>	<i>Star</i>	<i>High Profit, High Popularity.</i>
<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>Dog</i>	<i>Low Profit, Low Popularity.</i>
<i>High</i>	<i>Low</i>	<i>Puzzle</i>	<i>High Profit, Low Popularity.</i>

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

Rumus perhitungan yang digunakan masing-masing langkah di atas, sebagai berikut:

- 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. $ACM = \frac{\text{total } CM}{\text{total Item}}$

BAB 1V

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

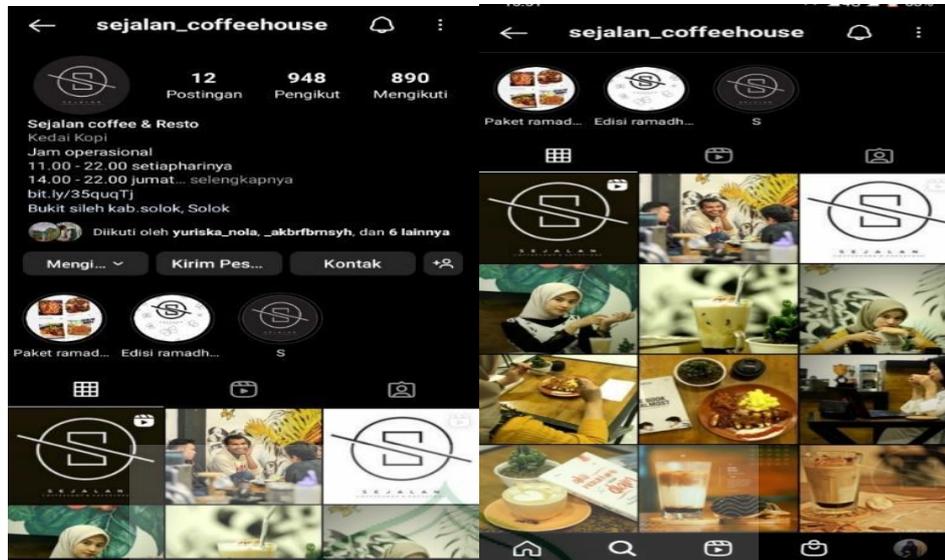
4.1.1 Profil dan Sejarah *Sejalan Coffeehouse*

Awalnya *Sejalan Coffeehouse* dikenal dengan nama *Sejalan Coffeeshop* yang merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa pelayanan pangan (makan/minum). *Sejalan Coffeeshop* berdiri pada tanggal 15 Desember 2019 yang didirikan oleh Dean Dwipa Zoni, berlokasi di Alahan Panjang tepatnya di Jln. Bukit Rampung Pasar Alahan Panjang, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok.

Pada tanggal 28 Desember 2021 berpindah tempat karena suatu dan lain hal dengan mengubah nama yang awalnya *Sejalan Coffeeshop* berubah menjadi *Sejalan Coffeehouse* yang beralamat di Jln. Selayo Tanang Bukit Sileh, Kecamatan Lembah Jaya, Kabupaten Solok. *Sejalan Coffeehouse* mengusung konsep yang instagramable untuk menarik minat para pelanggan dari semua kalangan usia, yang dapat membuat pelanggan beristirahat dari semua kesibukan.

Sejalan Coffeehouse dalam melakukan promosinya mereka memanfaatkan sosial media instagram untuk menarik pelanggan dengan mengunggah foto dan video produknya yang dikenal dengan akun @sejalan_coffeehouse sejak tahun 2020.

Gambar 4.1 Instagram *Sejalan Coffeehouse*



Sumber: Instagram Sejalan Coffeehouse

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa *Sejalan Coffeehouse* melakukan promosinya melalui media sosial instagram yang juga menampilkan jam operasionalnya mulai dari jam 11.00-22.00 (setiap harinya), dan jam 14.00-22.00 (khusus hari jum'at), agar para konsumen dapat melihat dan menyesuaikan jadwal mereka untuk dapat berkunjung ke *cafe* tersebut, dan juga menampilkan gambar dari makanan dan minuman yang mereka sediakan untuk menarik minat pelanggan yang penasaran dan akan berkunjung ke *cafe* tersebut.

Selain media promosi instagram mereka juga melakukan promosi melalui postingan whatsapp, dan juga mengadakan acara turnamen game. Fasilitas yang ditawarkan di *Sejalan Coffeehouse* kepada para pelanggan, seperti karaoke, free wifi, live musik, nonton bareng.

4.1.2 Logo, Motto, Tujuan, Visi dan Misi *Sejalan Coffeehouse*

a. Logo

Gambar 4.2 Logo *Sejalan Coffeehouse*



Sumber: *Sejalan Coffeehouse*

Line Art yang membentuk inisial huruf “S” yang mana artinya adalah “Sejalan” disatukan dengan elemen dasar desain lingkaran dan garis membentuk suatu logo baru yang utuh dan kuat dengan mempunyai 2 sisi bagian atas dan bawah yang saling berdampingan.

b. Motto : “Berkat yakin kita Sejalan”.

c. Tujuan :

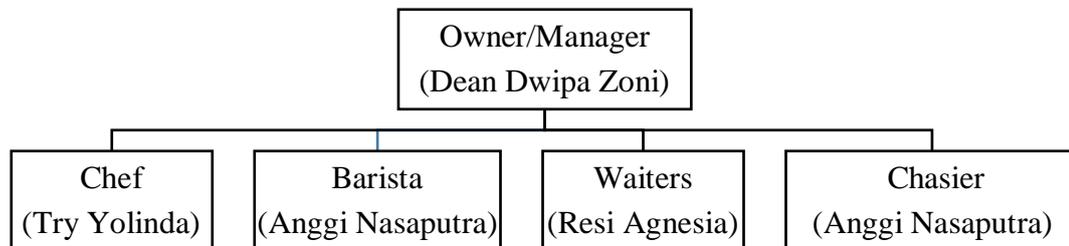
- a. Mencari keuntungan/laba secara wajar demi kelangsungan hidup dan kemajuan usaha.
- b. Menjaga citra dan nama baik *cafe*.
- c. Memberikan pelayanan yang baik demi kepuasan, kenyamanan, serta pemenuhan kebutuhan bagi konsumen.

d. Visi : “Menjadi *cafe* pilihan utama masyarakat”.

e. Misi : Menyediakan aneka rasa dan jenis makanan, dan minuman untuk pelanggan dengan pelayanan yang baik demi kepuasan pelanggan.

4.1.3 Struktur Organisasi *Sejalan Coffeehouse*

Gambar 4.3 Struktur Organisasi *Sejalan Coffeehouse*



Sumber: Sejalan Coffeehouse

4.1.4 Menu *Sejalan Coffeehouse*

Sejalan Coffeehouse menyediakan 60 item menu, mulai dari menu minuman sampai makanan, agar dapat dipilih oleh para pelanggannya, menu tersebut dapat dirinci sebagai berikut:

- a. Drink Espresso Based: jenis menu ini terdiri dari 9 item menu, sebagai berikut:
 - 1) Single Shot Espresso.
 - 2) Americano.
 - 3) Cappucino.
 - 4) Caffe Latte.
 - 5) Mochacino.
 - 6) Caramel Macchiato.
 - 7) Vanilla Latte.
 - 8) Tiramisu Latte.
 - 9) Hazelnut Latte.

b. Drink Signature: jenis menu ini terdiri dari 4 item menu, sebagai berikut:

- 1) Kopi Susu Sejalan.
- 2) Kopi Susu Regal.
- 3) Kopi Susu Oreo.
- 4) Matcha Espresso Fusion.

c. Drink Smoothies: jenis menu ini terdiri dari 11 item menu, sebagai berikut:

- 
- 1) Bubble Gum.
 - 2) Red Velvet.
 - 3) Choco Oreo.
 - 4) Creamy Chocolate.
 - 5) Dark Chocolate.
 - 6) Tiramisu.
 - 7) Hazelnut.
 - 8) Avocado Coffee.
 - 9) Coffee Caramel.
 - 10) Green Tea.
 - 11) Lemon Tea.

d. Drink Squash and Frappe: jenis menu ini terdiri dari 4 item menu, sebagai berikut:

- 1) Mojito Mind.
- 2) Blue Lagon.

3) Cookies & Cream.

4) Frappuccino.

e. Snacks: jenis menu ini terdiri dari 11 item menu, sebagai berikut:

1) Kentang Goreng.

2) Kentang Goreng+Nugget.

3) Kentang Goreng+Sosis.

4) Nugget.

5) Risoles.

6) Jamur Crispy.

7) Beef Burger.

8) Pizza.

9) Dimsum.

10) Cireng.

11) Pisang Crispy.

f. Food (Main Course): jenis menu ini terdiri dari 21 item menu, sebagai berikut:

1) Nasi Goreng Sejalan.

2) Nasi Goreng Seafood.

3) Nasi Goreng Ayam.

4) Nasi Goreng Gila.

5) Nasi Goreng Hongkong.

6) Nasi Goreng Chinese Food.

7) Mie Rebus.

- 8) Mie Rebus Spesial.
- 9) Mie Goreng.
- 10) Mie Becek.
- 11) Udang Saos Padang.
- 12) Udang Bakar Madu.
- 13) Ayam Rica-rica.
- 14) Ayam Lada Hitam.
- 15) Ayam Geprek.
- 16) Chicken Katsu.
- 17) Ayam Bakar Madu.
- 18) Ayam Goreng Tepung.
- 19) Ayam Pedas Keju.
- 20) Spaghetti Bolognese.
- 21) Spaghetti Carbonara.

4.2 Hasil Analisis

a. *Menu Mix* (Tingkat Popularitas)

Menu-menu makanan yang akan di evaluasi menggunakan metode rekayasa menu (*menu engineering*) pada *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok, terdiri dari 60 pilihan item menu, yang meliputi drink *espresso based*, *drink signature*, *drink smoothies*, *drink squash and frappe*, *snacks*, *food (main course)*. Untuk mengevaluasi menu tersebut diperlukan data hasil penjualan minuman dan makanan (*sales history*) pada *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok periode Januari-Juni 2022, disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1								
Sales History Produk Makanan dan minuman di <i>Sejalan Coffeehouse</i> Kabupaten Solok								
Periode Januari-Juni 2022								
No	Jenis Makanan	Bulan						Total
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	
Drink Espresso Based								
1	Single Shot Espresso	2	1	7	5	5	6	26
2	Americano	4	5	3	9	7	10	38
3	Cappucino	20	15	10	14	12	20	91
4	Caffe Latte	11	8	5	7	8	10	49
5	Mochacino	5	5	2	8	10	7	37
6	Caramel Machiato	12	14	9	10	11	9	65
7	Vanilla Latte	17	12	10	15	10	10	74
8	Tiramisu Latte	9	10	8	11	15	9	62
9	Hazelnut Latte	10	4	11	5	6	12	48
Total								490
Drink Signature								
1	Kopi Susu Sejalan	13	10	12	9	12	10	66
2	Kopi Susu Regal	9	5	10	10	7	10	51
3	Kopi Susu Oreo	5	3	8	10	8	11	45
4	Matcha Espresso Fusion	2	5	5	3	7	4	26
Total								188
Drink Smoothies								
1	Buble Gum	8	10	5	5	6	8	42
2	Red Velvet	5	2	6	7	7	5	32
3	Choco Oreo	7	7	10	12	10	9	55
4	Creamy Chocolate	10	9	16	15	10	9	69
5	Dark Chocolate	12	16	11	15	11	14	79
6	Tiramisu	5	5	7	8	7	9	41
7	Hazelnut	10	5	8	4	11	7	45
8	Avocado Coffee	1	4	8	9	5	5	32
9	Coffee Caramel	3	1	5	9	7	8	33
10	Green Tea	12	10	15	10	9	8	64
11	Lemon Tea	10	5	4	1	4	5	29
Total								521
Drink Squash and Frappe								
1	Mojito Mind	5	2	5	7	6	4	29
2	Blue Lagon	3	6	8	5	4	7	33
3	Cookies & Cream	4	3	7	3	5	6	28
4	Frappucino	2	3	5	4	3	4	21
Total								111
Snacks								
1	Kentang Goreng	10	14	18	15	20	25	102
2	Kentang Goreng+Nugget	10	9	10	9	10	18	66
3	Kentang Goreng+Sosis	5	6	11	9	7	10	48
4	Nugget	8	5	5	12	9	9	48
5	Risoles	16	11	15	20	21	17	100
6	Jamur Crispy	2	2	3	4	3	5	19
7	Beef Burger	2	4	5	2	2	2	17
8	Pizza	2	3	3	2	4	3	17
9	Dimsum	10	12	10	12	10	10	64
10	Cireng	5	8	10	6	10	9	48
11	Pisang Crispy	5	2	3	7	4	6	27
Total								556
Food (Main Course)								
1	Nasi Goreng Sejalan	22	22	23	22	20	22	131
2	Nasi Goreng Seafood	10	12	14	10	12	15	73
3	Nasi Goreng Ayam	18	12	22	14	20	17	103
4	Nasi Goreng Gila	5	5	9	10	8	9	46
5	Nasi Goreng Hongkong	8	10	5	7	6	7	43
6	Nasi Goreng Chinese Food	5	4	7	6	10	8	40
7	Mie Rebus	20	15	25	22	20	20	122
8	Mie Rebus Spesial	13	15	13	14	11	10	76
9	Mie Goreng	14	15	17	22	20	25	113
10	Mie Becek	10	11	12	15	10	12	70
11	Udang Saos Padang	10	15	10	20	21	18	94
12	Udang Bakar Madu	9	8	9	10	7	11	54
13	Ayam Rica-rica	12	17	15	10	15	17	86
14	Ayam Lada Hitam	8	8	11	13	9	10	59
15	Ayam Geprek	20	25	28	25	22	20	140
16	Chicken Katsu	10	14	13	11	10	10	68
17	Ayam Bakar Madu	9	7	8	10	9	8	51
18	Ayam Goreng Tepung	2	4	2	5	3	3	19
19	Ayam Pedas Keju	6	8	9	5	5	7	40
20	Spaghetti Bolognese	5	8	5	4	5	6	33
21	Spaghetti Carbonara	4	3	6	4	5	5	27
Total								1488

Sumber: *Sejalan Coffeehouse* dan data diolah penulis, 2022

Menu mix (tingkat popularitas) tersebut dapat dicari dengan perhitungan sebagai berikut:

$$MM\% = \frac{\text{menu item sold}}{\text{total number sold}} \times 100\%$$

Keterangan:

MM% : *menu mix* (tingkat popularitas).

Menu item sold : jumlah makanan yang terjual (per item menu).

Total number sold : jumlah keseluruhan makanan (total item menu) yang terjual dalam satu kelompok hidangan.

Average Menu Mix (AMM %), dapat dihitung dengan perhitungan sebagai berikut:

$$AMM\% = \frac{1}{N} \times 70\%$$

Keterangan:

AMM% : Rata-rata dari *MM%*.

N : jumlah keseluruhan menu dalam satu kelompok.

apabila hasil perhitungan dari *menu mix %* suatu menu dalam kategori tersebut melebihi *prosentase menu mix (AMM%)*, maka menu tersebut dapat digolongkan populer (*high*), namun jika lebih rendah menu tersebut dikategorikan kurang populer (*low*).

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan penulis berdasarkan acuan rumus diatas, berikut tabel perhitungan kategori *menu mix* dan *average menu mix* setiap menu minuman dan makanan di *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok periode Januari-Juni 2022

Tabel 4.2				
Kategori Menu Mix "Drink Espresso Based"				
Periode Januari-Juni 2022				
No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
1	Single Shot Espresso	26	5%	Low
2	Americano	38	8%	Low
3	Cappucino	91	19%	High
4	Caffe Latte	49	10%	High
5	Mochacino	37	8%	Low
6	Caramel Machiato	65	13%	High
7	Vanilla Latte	74	15%	High
8	Tiramisu Latte	62	13%	High
9	Hazelnut Latte	48	10%	High
	Total	490	100%	
	Average Menu Mix (AMM %)		8%	

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dapat dilihat pada tabel diatas dari 9 item menu *Drink Espresso Based* periode Januari-Juni 2022 memiliki rata-rata tingkat kepopuleran (AMM%) sebesar 8%, terdapat 6 item menu kategori populer atau tinggi (*high*) yaitu cappucino menu yang paling populer dari kelima menu lainnya sebesar 19%, vanilla latte sebesar 15%, caramel machiato dan tiramisu latte sebesar 13%, coffee latte dan hazelnut latte sebesar 10%. Dan 3 item menu dengan kategori kurang populer atau rendah (*low*) yaitu americano dan mochacino sebesar 8%, sedangkan single shot espresso menu yang paling sedikit peminatnya sebesar 5%.

Tabel 4.3				
Kategori Menu Mix "Drink Signature"				
Periode Januari-Juni 2022				
No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
1	Kopi Susu Sejalan	66	35%	High
2	Kopi Susu Regal	51	27%	High
3	Kopi Susu Oreo	45	24%	High
4	Matcha Espresso Fusion	26	14%	Low
	Total	188	100%	
	Average Menu Mix (AMM%)		18%	

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 4 item menu *Drink Signature* periode Januari-Juni 2022, memiliki rata-rata tingkat kepopuleran (AMM%) sebesar 18%, ada 3 item menu kategori tingkat kepopuleran (MM category) tinggi (*high*) yaitu menu kopi susu sejalan memiliki angka tingkat kepopuleran yang paling tinggi sebesar 35%, kopi susu regal sebesar 27%, dan kopi susu oreo sebesar 24%, sedangkan matcha espresso fusion merupakan menu dengan kategori kurang populer (*low*) atau dibawah rata-rata tingkat kepopuleran sebesar 14%.

Tabel 4.4				
Kategori Menu Mix "Drink Smoothies"				
Periode Januari-Juni 2022				
No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
1	Buble Gum	42	8%	High
2	Red Velvet	32	6%	Low
3	Choco Oreo	55	11%	High
4	Creamy Chocolate	69	13%	High
5	Dark Chocolate	79	15%	High
6	Tiramisu	41	8%	High
7	Hazelnut	45	9%	High
8	Avocado Coffee	32	6%	Low
9	Coffee Caramel	33	6%	Low
10	Green Tea	64	12%	High
11	Lemon Tea	29	6%	Low
	Total	521	100%	
	Average Menu Mix (AMM%)		6%	

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat popularitas (AMM%) jenis menu *Drink Smoothies* periode Januari-Juni 2022 sebesar 6%, dimana terdapat 7 item menu dengan kategori tingkat popularitas tinggi (*high*) yaitu bubble gum dan tiramisu sebesar 8%, hazelnut sebesar 9%, choco oreo sebesar 11%, creamy chocolate sebesar 13%, green tea sebesar 12%, dan creamy chocolate merupakan menu yang paling populer atau memiliki nilai tingkat kepopuleran jauh diatas rata-rata sebesar 15%, sedangkan 4 item menu lagi termasuk kedalam kategori kurang populer (*low*) atau dibawah rata-rata tingkat popularitas yaitu red velvet, avocado coffee, coffee caramel, dan lemon tea sebesar 6%

Tabel 4.5				
Kategori Menu Mix "Drink Squash and Frape"				
Periode Januari-Juni 2022				
No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
1	Mojito Mind	29	26%	High
2	Blue Lagon	33	30%	High
3	Cookies & Cream	28	25%	High
4	Frappucino	21	19%	High
	Total	111	100%	
	Average Menu Mix (AMM%)		18%	

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa ke-4 item menu *Drink Squash and Frape* periode Januari-Juni 2022, memiliki kategori tingkat popularitas yang tinggi (*high*) karena berada diatas nilai rata-rata tingkat popularitas sebesar 18%. Blue lagon merupakan menu yang paling populer karena memiliki nilai diatas rata-rata tingkat popularitas sebesar 30%, mojito mind sebesar 26%, cookies & cream sebesar 25%, dan frappucino sebesar 19%.

Tabel 4.6				
Kategori Menu Mix "Snacks"				
Periode Januari-Juni 2022				
No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
1	Kentang Goreng	102	18%	High
2	Kentang Goreng+Nugget	66	12%	High
3	Kentang Goreng+Sosis	48	9%	High
4	Nugget	48	9%	High
5	Risoles	100	18%	High
6	Jamur Crispy	19	3%	Low
7	Beef Burger	17	3%	Low
8	Pizza	17	3%	Low
9	Dimsum	64	12%	High
10	Cireng	48	9%	High
11	Pisang Crispy	27	5%	Low
	Total	556	100%	
	Average Menu Mix (AMM%)		6%	

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat popularitas (*AMM%*) 11 item menu *Snack* periode Januari-Juni 2022 sebesar 6%, terdapat 7 item menu yang memiliki kategori tingkat popularitas yang tinggi (*high*) yaitu kentang goreng dan risoles merupakan menu yang paling populer dengan tingkat popularitas sebesar 18%, kentang goreng+nugget dan dimsum sebesar 12%, kentang goreng+sisis, nugget, dan cireng sebesar 9%, sedangkan 4 item menu kategori kurang populer (*low*) yaitu pisang crispy sebesar 5%, dan jamur crispy, beef burger, pizza memiliki persentase yang paling rendah sebesar 3%.

Tabel 4.7
Kategori Menu Mix "Food (Main Course)"
Periode Januari-Juni 2022

No	Menu Item Name	Number Sold	Menu Mix (%)	MM Category
1	Nasi Goreng Sejalan	131	9%	High
2	Nasi Goreng Seafood	73	5%	High
3	Nasi Goreng Ayam	103	7%	High
4	Nasi Goreng Gila	46	3%	Low
5	Nasi Goreng Hongkong	43	3%	Low
6	Nasi Goreng Chinese Food	40	3%	Low
7	Mie Rebus	122	8%	High
8	Mie Rebus Spesial	76	5%	High
9	Mie Goreng	113	8%	High
10	Mie Becek	70	5%	High
11	Udang Saos Padang	94	6%	High
12	Udang Bakar Madu	54	4%	High
13	Ayam Rica-rica	86	6%	High
14	Ayam Lada Hitam	59	4%	High
15	Ayam Geprek	140	9%	High
16	Chicken Katsu	68	5%	High
17	Ayam Bakar Madu	51	3%	High
18	Ayam Goreng Tepung	19	1%	Low
19	Ayam Pedas Keju	40	3%	Low
20	Spaghetti Bolognese	33	2%	Low
21	Spaghetti Carbonara	27	2%	Low
	Total	1488	100%	
	Average Menu Mix (<i>AMM%</i>)		3%	

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dapat dilihat pada tabel 4.7 bahwa terdapat 21 item menu *Food (main course)* periode Januari-Juni 2022, memiliki nilai rata-rata tingkat popularitasnya sebesar 3%, dimana terdapat 14 item dengan kategori tingkat popularitasnya tinggi (*high*) yaitu nasi goreng sejalan dan ayam geprek merupakan menu paling populer dengan tingkat popularitas sebesar 9%, nasi goreng seafood, mie rebus spesial, mie becek, dan chicken katsu sebesar 5%, nasi goreng ayam sebesar 7%, mie rebus, dan mie goreng sebesar 8%, udang saos padang, dan ayam rica-rica sebesar 6%, udang bakar madu, dan ayam lada hitam sebesar 4%, dan ayam bakar madu sebesar 3%, sedangkan 7 item menu lainnya memiliki tingkat kurang populer (*low*) yaitu nasi goreng gila, nasi goreng hongkong, nasi goreng chinese food, dan ayam pedas keju sebesar 3%, spaghetti bolognese, dan spaghetti carbonara sebesar 2%, dan ayam goreng tepung merupakan menu yang paling rendah peminatnya sebesar 1%.

b. Contribution Margin (Tingkat Keuntungan)

Contribution Margin (CM) merupakan analisis tentang keuntungan kotor (*gross profit*) dari semua jenis minuman dan makanan dalam menu. Dalam *contribution margin* ada dua sumber data penentu yaitu: data *food cost*, dan data *selling price*.

Untuk menghitung *contribution margin (CM)* dari setiap jenis makanan (*menu item*) dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Item CM} = \text{selling price} - \text{food cost}$$

Keterangan:

Item *CM* : tingkat keuntungan.

Selling price : harga jual.

Food cost : harga pokok makanan.

Setelah menghitung *contribution margin* dari masing-masing menu, selanjutnya adalah menghitung *total Contribution Margin* terlebih dahulu dilakukan perhitungan menu *cost* dan menu *revenue* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Menu Cost} = \text{food cost} \times \text{number sold}$$

$$\text{Menu Revenue} = \text{selling price} \times \text{number sold}$$

$$\text{Total CM} = \text{menu revenue} - \text{menu cost}$$

Jika total CM sudah didapatkan maka langkah selanjutnya mencari *Average Contribution Margin (ACM)*, dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$ACM = \frac{\text{total CM}}{\text{total item}}$$

Keterangan:

ACM : rata-rata contribution keuntungan.

total CM : total keuntungan.

total item : jumlah menu dalam satu jenis menu yang disediakan.

Jika *Contribution Margin (CM)* suatu item lebih rendah dari contribution margin rata-rata (*ACM*), maka dapat dikategorikan dengan *Low* (rendah), sebaliknya jika *contribution margin* suatu item lebih tinggi dari contribution rata-rata (*ACM*), maka dapat dikategorikan sebagai *High* (tinggi).

Berikut ini merupakan data hasil olahan penulis terkait dengan *contribution margin (CM)* dari menu makanan dan minuman yang ada di *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok pada periode Januari-Juni 2022:

Tabel 4.8
Contribution Margin "Drink Espresso Based"
Periode Januari-Juni 2022

No	Menu Item Name	Number Sold	Food Cost (Rp)	Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Total CM (Rp)	CM Category
1	Single Shot Espresso	26	Rp 4.000	Rp 10.000	Rp 6.000	Rp 104.000	Rp 260.000	Rp 156.000	Low
2	Americano	38	Rp 5.000	Rp 17.000	Rp 12.000	Rp 190.000	Rp 646.000	Rp 456.000	High
3	Cappucino	91	Rp 7.000	Rp 18.000	Rp 11.000	Rp 637.000	Rp 1.638.000	Rp 1.001.000	Low
4	Caffe Latte	49	Rp 7.000	Rp 18.000	Rp 11.000	Rp 343.000	Rp 882.000	Rp 539.000	Low
5	Mochacino	37	Rp 5.000	Rp 18.000	Rp 13.000	Rp 185.000	Rp 666.000	Rp 481.000	High
6	Caramel Machiato	65	Rp 7.000	Rp 19.000	Rp 12.000	Rp 455.000	Rp 1.235.000	Rp 780.000	High
7	Vanilla Latte	74	Rp 5.000	Rp 19.000	Rp 14.000	Rp 370.000	Rp 1.406.000	Rp 1.036.000	High
8	Tiramisu Latte	62	Rp 5.000	Rp 19.000	Rp 14.000	Rp 310.000	Rp 1.178.000	Rp 868.000	High
9	Hazelnut Latte	48	Rp 5.000	Rp 19.000	Rp 14.000	Rp 240.000	Rp 912.000	Rp 672.000	High
	Total	490				Rp 2.834.000	Rp 8.823.000	Rp 5.989.000	
	Average CM				Rp 11.889				

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 9 item menu *Drink Espresso Based* periode Januari-Juni 2022 memiliki total *menu cost* (biaya menu) sebesar Rp. 2.834.000 dengan total penjualan (*menu revenue*) sebesar Rp. 8.823.000 dan mampu menghasilkan laba kotor atau keuntungan (*total CM*) sebesar Rp. 5.989.000 dengan rata-rata keuntungan (*Average CM*) sebesar Rp. 11.889. Dari ke 9 item menu tersebut terdapat 6 item menu yang memiliki kategori tingkat keuntungan (*CM category*) yang tinggi (*high*) yaitu americano sebesar Rp. 456.000, mochacino sebesar Rp. 481.000, caramel macchiato sebesar Rp. 780.000, vanilla latte sebesar Rp. 1.036.000, tiramisu latte sebesar Rp. 868.000, dan hazelnut latte sebesar Rp. 672.000, sedangkan ada 3 item

menu lainnya yang memiliki kategori tingkat keuntungan (*CM category*) rendah (*low*) yaitu single shot espresso sebesar Rp. 156.000, cappucino sebesar Rp. 1.001.000, dan *caffè latte* sebesar Rp. 539.000.

Tabel 4.9
Contribution Margin "Drink Signature"
Periode Januari-Juni 2022

No	Menu Item Name	Number Sold	Food Cost (Rp)	Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Total CM (Rp)	CM Category
1	Kopi Susu Sejalan	66	Rp 9.000	Rp 17.000	Rp 8.000	Rp 594.000	Rp 1.122.000	Rp 528.000	Low
2	Kopi Susu Regal	51	Rp 11.000	Rp 18.000	Rp 7.000	Rp 561.000	Rp 918.000	Rp 357.000	Low
3	Kopi Susu Oreo	45	Rp 11.000	Rp 18.000	Rp 7.000	Rp 495.000	Rp 810.000	Rp 315.000	Low
4	Matcha Espresso Fusion	26	Rp 10.000	Rp 20.000	Rp 10.000	Rp 260.000	Rp 520.000	Rp 260.000	High
	Total	188				Rp 1.910.000	Rp 3.370.000	Rp 1.460.000	
	Average CM				Rp 8.000				

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 4 item menu *Drink Signature* periode Januari-Juni 2022 memiliki total *menu cost* (biaya menu) sebesar Rp. 1.910.000 dengan total penjualan (*menu revenue*) sebesar Rp. 3.370.000, dan mampu menghasilkan laba kotor atau keuntungan (*total CM*) sebesar Rp. 1.460.000 dengan rata-rata keuntungan (*Average CM*) sebesar Rp. 8.000. Dari ke-4 menu tersebut hanya matcha espresso fusion yang memiliki kategori tingkat keuntungan yang tinggi (*high*) sebesar Rp. 260.000, sedangkan 3 menu lainnya memiliki kategori tingkat keuntungan (*CM category*) rendah (*low*) yaitu kopi susu sejalan sebesar Rp. 528.000, kopi susu regal sebesar Rp. 357.000, dan kopi susu oreo sebesar Rp. 315.000.

No	Menu Item Name	Number Sold	Food Cost (Rp)	Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Total CM (Rp)	CM Category
1	Buble Gum	42	Rp 3.000	Rp 10.000	Rp 7.000	Rp 126.000	Rp 420.000	Rp 294.000	Low
2	Red Velvet	32	Rp 5.000	Rp 15.000	Rp 10.000	Rp 160.000	Rp 480.000	Rp 320.000	High
3	Choco Oreo	55	Rp 5.000	Rp 15.000	Rp 10.000	Rp 275.000	Rp 825.000	Rp 550.000	High
4	Creamy Chocolate	69	Rp 5.000	Rp 15.000	Rp 10.000	Rp 345.000	Rp 1.035.000	Rp 690.000	High
5	Dark Chocolate	79	Rp 5.000	Rp 15.000	Rp 10.000	Rp 395.000	Rp 1.185.000	Rp 790.000	High
6	Tiramisu	41	Rp 5.000	Rp 15.000	Rp 10.000	Rp 205.000	Rp 615.000	Rp 410.000	High
7	Hazelnut	45	Rp 5.000	Rp 15.000	Rp 10.000	Rp 225.000	Rp 675.000	Rp 450.000	High
8	Avocado Coffee	32	Rp 7.000	Rp 15.000	Rp 8.000	Rp 224.000	Rp 480.000	Rp 256.000	Low
9	Coffee Caramel	33	Rp 5.000	Rp 15.000	Rp 10.000	Rp 165.000	Rp 495.000	Rp 330.000	High
10	Green Tea	64	Rp 5.000	Rp 10.000	Rp 5.000	Rp 320.000	Rp 640.000	Rp 320.000	Low
11	Lemon Tea	29	Rp 5.000	Rp 10.000	Rp 5.000	Rp 145.000	Rp 290.000	Rp 145.000	Low
	Total	521				Rp 2.585.000	Rp 7.140.000	Rp 4.555.000	
	Average CM				Rp 8.636				

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat dari 11 item menu *Drink Smoothies* periode Januari-Juni 2022 memiliki total *menu cost* (biaya menu) sebesar Rp. 2.585.000 dengan total penjualan (*menu revenue*) sebesar Rp. 7.140.000, dan mampu menghasilkan laba kotor atau keuntungan (*total CM*) sebesar Rp. 4.555.000 dengan rata-rata keuntungan (*Average CM*) sebesar Rp. 8.636. Dari ke-11 item menu tersebut terdapat 7 item menu dengan kategori tingkat keuntungan (*CM category*) tinggi (*high*) yaitu red velvet sebesar Rp. 320.000, choco oreo sebesar Rp. 550.000, creamy chocolate sebesar Rp. 690.000, dark chocolate sebesar Rp. 790.000, tiramisu sebesar Rp. 410.000, hazelnut sebesar Rp. 450.000, dan coffee caramel sebesar Rp. 330.000, sedangkan 4 item menu lainnya memiliki kategori tingkat keuntungan (*CM category*) yang rendah

(low), yaitu bubble gum sebesar Rp. 294.000, avocado coffee sebesar Rp. 256.000, green tea sebesar Rp. 320.000, dan lemon tea sebesar Rp. 145.000.

No	Menu Item Name	Number Sold	Food Cost (Rp)	Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Total CM (Rp)	CM Category
1	Mojito Mind	29	Rp 5.000	Rp 15.000	Rp 10.000	Rp 145.000	Rp 435.000	Rp 290.000	Low
2	Blue Lagon	33	Rp 5.000	Rp 15.000	Rp 10.000	Rp 165.000	Rp 495.000	Rp 330.000	Low
3	Cookies & Cream	28	Rp 7.000	Rp 18.000	Rp 11.000	Rp 196.000	Rp 504.000	Rp 308.000	High
4	Frappucino	21	Rp 7.000	Rp 18.000	Rp 11.000	Rp 147.000	Rp 378.000	Rp 231.000	High
	Total	111				Rp 653.000	Rp 1.812.000	Rp 1.159.000	
	Average CM				Rp 10.500				

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 4 item menu *Drink Squash and Frappe* periode Januari-Juni 2022 memiliki total *menu cost* (biaya menu) sebesar Rp. 653.000 dengan total penjualan (*menu revenue*) sebesar 1.812.000, dan mampu menghasilkan laba kotor atau keuntungan (*total CM*) sebesar 1.159.000 dengan rata-rata keuntungan (*Average CM*) sebesar Rp. 10.500. Dari ke-4 item menu tersebut terdapat 2 item menu dengan kategori tingkat keuntungan (*CM category*) rendah (*low*), yaitu mojito mind sebesar Rp. 290.000, dan blue lagon sebesar Rp. 330.000, sedangkan 2 item menu lainnya memiliki kategori tingkat keuntungan (*CM category*) tinggi (*high*), yaitu cookies & cream sebesar Rp. 308.000, dan frappucino sebesar Rp. 231.000.

No	Menu Item Name	Number Sold	Food Cost (Rp)	Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Total CM (Rp)	CM Category
1	Kentang Goreng	102	Rp 5.000	Rp 12.000	Rp 7.000	Rp 510.000	Rp 1.224.000	Rp 714.000	High
2	Kentang Goreng+Nugget	66	Rp 8.000	Rp 15.000	Rp 7.000	Rp 528.000	Rp 990.000	Rp 462.000	High
3	Kentang Goreng+Sosis	48	Rp 8.000	Rp 15.000	Rp 7.000	Rp 384.000	Rp 720.000	Rp 336.000	High
4	Nugget	48	Rp 5.000	Rp 12.000	Rp 7.000	Rp 240.000	Rp 576.000	Rp 336.000	High
5	Risoles	100	Rp 5.000	Rp 10.000	Rp 5.000	Rp 500.000	Rp 1.000.000	Rp 500.000	Low
6	Jamur Crispy	19	Rp 5.000	Rp 10.000	Rp 5.000	Rp 95.000	Rp 190.000	Rp 95.000	Low
7	Beef Burger	17	Rp 7.000	Rp 15.000	Rp 8.000	Rp 119.000	Rp 255.000	Rp 136.000	High
8	Pizza	17	Rp 10.000	Rp 17.000	Rp 7.000	Rp 170.000	Rp 289.000	Rp 119.000	High
9	Dimsum	64	Rp 8.000	Rp 15.000	Rp 7.000	Rp 512.000	Rp 960.000	Rp 448.000	High
10	Cireng	48	Rp 9.000	Rp 15.000	Rp 6.000	Rp 432.000	Rp 720.000	Rp 288.000	Low
11	Pisang Crispy	27	Rp 7.000	Rp 15.000	Rp 8.000	Rp 189.000	Rp 405.000	Rp 216.000	High
	Total	556				Rp 3.679.000	Rp 7.329.000	Rp 3.650.000	
	Average CM				Rp 6.727				

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat dari 11 item menu *Snacks* periode Januari-Juni 2022 memiliki total *menu cost* (biaya menu) sebesar Rp. 3.679.000, dengan total penjualan (*menu revenue*) sebesar Rp. 7.329.000, dan mampu menghasilkan laba kotor atau keuntungan (*total CM*) sebesar Rp. 3.650.000 dengan rata-rata keuntungan (*Average CM*) sebesar Rp. 6.727. Dari ke-11 item menu tersebut terdapat 8 item menu dengan kategori tingkat keuntungan (*CM category*) tinggi (*high*), yaitu kentang goreng sebesar Rp. 714.000, kentang goreng+nugget sebesar Rp. 462.000, kentang goreng+sosis dan nugget sebesar Rp. 336.000, beef burger sebesar Rp. 136.000, pizza sebesar Rp. 119.000, dimsum sebesar Rp. 418.000, dan pisang crispy sebesar Rp. 216.000, sedangkan 3 item menu lainnya memiliki kategori tingkat keuntungan (*CM*

category) rendah (*low*), yaitu risoles sebesar Rp. 500.000, jamur crispy sebesar Rp. 95.000, dan cireng sebesar Rp. 288.000.

Tabel 4.13									
Contribution Margin "Food (Main Course)"									
Periode Januari-Juni 2022									
No	Menu Item Name	Number Sold	Food Cost (Rp)	Selling Price (Rp)	Item CM (Rp)	Menu Cost (Rp)	Menu Revenue (Rp)	Total CM (Rp)	CM Category
1	Nasi Goreng Sejalan	131	Rp 8.000	Rp 23.000	Rp 15.000	Rp 1.048.000	Rp 3.013.000	Rp 1.965.000	High
2	Nasi Goreng Seafood	73	Rp 9.000	Rp 20.000	Rp 11.000	Rp 657.000	Rp 1.460.000	Rp 803.000	High
3	Nasi Goreng Ayam	103	Rp 8.000	Rp 18.000	Rp 10.000	Rp 824.000	Rp 1.854.000	Rp 1.030.000	Low
4	Nasi Goreng Gila	46	Rp 12.000	Rp 23.000	Rp 11.000	Rp 552.000	Rp 1.058.000	Rp 506.000	High
5	Nasi Goreng Hongkong	43	Rp 12.000	Rp 23.000	Rp 11.000	Rp 516.000	Rp 989.000	Rp 473.000	High
6	Nasi Goreng Chinese Food	40	Rp 12.000	Rp 23.000	Rp 11.000	Rp 480.000	Rp 920.000	Rp 440.000	High
7	Mie Rebus	122	Rp 5.000	Rp 12.000	Rp 7.000	Rp 610.000	Rp 1.464.000	Rp 854.000	Low
8	Mie Rebus Spesial	76	Rp 7.000	Rp 15.000	Rp 8.000	Rp 532.000	Rp 1.140.000	Rp 608.000	Low
9	Mie Goreng	113	Rp 5.000	Rp 12.000	Rp 7.000	Rp 565.000	Rp 1.356.000	Rp 791.000	Low
10	Mie Becek	70	Rp 8.000	Rp 20.000	Rp 12.000	Rp 560.000	Rp 1.400.000	Rp 840.000	High
11	Udang Saos Padang	94	Rp 12.000	Rp 23.000	Rp 11.000	Rp 1.128.000	Rp 2.162.000	Rp 1.034.000	High
12	Udang Bakar Madu	54	Rp 12.000	Rp 23.000	Rp 11.000	Rp 648.000	Rp 1.242.000	Rp 594.000	High
13	Ayam Rica-rica	86	Rp 10.000	Rp 20.000	Rp 10.000	Rp 860.000	Rp 1.720.000	Rp 860.000	Low
14	Ayam Lada Hitam	59	Rp 10.000	Rp 20.000	Rp 10.000	Rp 590.000	Rp 1.180.000	Rp 590.000	Low
15	Ayam Geprek	140	Rp 8.000	Rp 17.000	Rp 9.000	Rp 1.120.000	Rp 2.380.000	Rp 1.260.000	Low
16	Chicken Katsu	68	Rp 9.000	Rp 20.000	Rp 11.000	Rp 612.000	Rp 1.360.000	Rp 748.000	High
17	Ayam Bakar Madu	51	Rp 10.000	Rp 18.000	Rp 8.000	Rp 510.000	Rp 918.000	Rp 408.000	Low
18	Ayam Goreng Tepung	19	Rp 9.000	Rp 18.000	Rp 9.000	Rp 171.000	Rp 342.000	Rp 171.000	Low
19	Ayam Pedas Keju	40	Rp 10.000	Rp 23.000	Rp 13.000	Rp 400.000	Rp 920.000	Rp 520.000	High
20	Spaghetti Bolognese	33	Rp 10.000	Rp 20.000	Rp 10.000	Rp 330.000	Rp 660.000	Rp 330.000	Low
21	Spaghetti Carbonara	27	Rp 10.000	Rp 23.000	Rp 13.000	Rp 270.000	Rp 621.000	Rp 351.000	High
	Total	1488				Rp 12.983.000	Rp 28.159.000	Rp 15.176.000	
	Average CM				Rp 10.381				

Sumber: *Sejalan Coffeeshouse* dan data diolah penulis, 2022

Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa dari 21 item menu *food (main course)* periode Januari-Juni 2022 memiliki total *menu cost* (biaya menu) sebesar Rp. 12.983.000 dengan total penjualan (*menu revenue*) sebesar Rp. 28.159.000, dan mampu menghasilkan laba kotor atau keuntungan (*total CM*) sebesar Rp. 15.176.000 dengan rata-rata keuntungan (*Average CM*) sebesar Rp. 10.381. Dari ke-21 item menu tersebut terdapat 11 item menu yang memiliki kategori tingkat keuntungan (*CM category*) tinggi (*high*), yaitu nasi goreng sejalan sebesar Rp. 1.965.000, nasi goreng seafood sebesar Rp. 803.000, nasi goreng gila sebesar Rp. 506.000, nasi goreng hongkong sebesar Rp. 473.000, nasi goreng chinese food sebesar Rp. 440.000, mie becek sebesar Rp. 840.000, udang saos padang sebesar Rp. 1.034.000, udang bakar madu sebesar Rp. 594.000, chicken katsu sebesar Rp. 748.000, ayam pedas keju sebesar Rp. 520.000, dan spaghetti carbonara sebesar Rp. 351.000, sedangkan 10 item menu lainnya memiliki kategori tingkat keuntungan (*CM category*) rendah (*low*), yaitu nasi goreng ayam sebesar Rp. 1.030.000, mie rebus sebesar Rp. 854.000, mie rebus spesial sebesar Rp. 608.000, mie goreng sebesar Rp. 791.000, ayam rica-rica sebesar Rp. 860.000, ayam lada hitam sebesar Rp. 590.000, ayam geprek sebesar Rp. 1.260.000, ayam bakar madu sebesar Rp. 408.000, ayam goreng tepung sebesar Rp. 171.000, spaghetti bolognese sebesar Rp. 330.000.

c. Menentukan Klasifikasi Menu

Data yang diperlukan dalam menentukan klasifikasi menu item yaitu berdasarkan *MM category* (tingkat popularitas) dan *CM category* (tingkat keuntungan). Setiap item menu akan diklasifikasikan menjadi 4 jenis, sebagai berikut:

Tabel 4.14

Klasifikasi Menu Item

CM Category	MM Category	Classification
High	High	Star
Low	High	Plowhorse
High	Low	Puzzle
Low	Low	Dog

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

Berdasarkan ketentuan klasifikasi menu item di atas dengan metode rekayasa menu (*menu engineering*), berikut hasil analisis mengenai klasifikasi menu item di *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok:

Menu	Menu Item Name	CM Category	MM Category	Klasifikasi Menu Item	
Drink Espresso Based	Single Shot Espresso	Low	Low	Dog	
	Americano	High	Low	Puzzle	
	Cappucino	Low	High	Plowhorse	
	Caffè Latte	Low	High	Plowhorse	
	Mochacino	High	Low	Puzzle	
	Caramel Machiato	High	High	Star	
	Vanilla Latte	High	High	Star	
	Tiramisu Latte	High	High	Star	
Drink Signature	Hazelnut Latte	High	High	Star	
	Kopi Susu Sejalan	Low	High	Plowhorse	
	Kopi Susu Regal	Low	High	Plowhorse	
	Kopi Susu Oreo	Low	High	Plowhorse	
Drink Smoothies	Matcha Espresso Fusion	High	Low	Puzzle	
	Buble Gum	Low	High	Plowhorse	
	Red Velvet	High	Low	Puzzle	
	Choco Oreo	High	High	Star	
	Creamy Chocolate	High	High	Star	
	Dark Chocolate	High	High	Star	
	Tiramisu	High	High	Star	
	Hazelnut	High	High	Star	
	Avocado Coffee	Low	Low	Dog	
	Coffee Caramel	High	Low	Puzzle	
	Green Tea	Low	High	Plowhorse	
Drink Squash and Frappe	Lemon Tea	Low	Low	Dog	
	Mojito Mind	Low	High	Plowhorse	
	Blue Lagon	Low	High	Plowhorse	
	Cookies & Cream	High	High	Star	
Snacks	Frappucino	High	High	Star	
	Kentang Goreng	High	High	Star	
	Kentang Goreng+Nugget	High	High	Star	
	Kentang Goreng+Sosis	High	High	Star	
	Nugget	High	High	Star	
	Risoles	Low	High	Plowhorse	
	Jamur Crispy	Low	Low	Dog	
	Beef Burger	High	Low	Puzzle	
	Pizza	High	Low	Puzzle	
	Dimsum	High	High	Star	
	Cireng	Low	High	Plowhorse	
	Pisang Crispy	High	Low	Puzzle	
	Food (Main Course)	Nasi Goreng Sejalan	High	High	Star
		Nasi Goreng Seafood	High	High	Star
Nasi Goreng Ayam		Low	High	Plowhorse	
Nasi Goreng Gila		High	Low	Puzzle	
Nasi Goreng Hongkong		High	Low	Puzzle	
Nasi Goreng Chinese Food		High	Low	Puzzle	
Mie Rebus		Low	High	Plowhorse	
Mie Rebus Spesial		Low	High	Plowhorse	
Mie Goreng		Low	High	Plowhorse	
Mie Becek		High	High	Star	
Udang Saos Padang		High	High	Star	
Udang Bakar Madu		High	High	Star	
Ayam Rica-rica		Low	High	Plowhorse	
Ayam Lada Hitam		Low	High	Plowhorse	
Ayam Geprek		Low	High	Plowhorse	
Chicken Katsu		High	High	Star	
Ayam Bakar Madu		Low	High	Plowhorse	
Ayam Goreng Tepung		Low	Low	Dog	
Ayam Pedas Keju		High	Low	Puzzle	
Spaghetti Bolognese		Low	Low	Dog	
Spaghetti Carbonara	High	Low	Puzzle		

Sumber: Data diolah penulis, 2022

Dari tabel 4.15 dapat dilihat bahwa melalui tahapan tersebut, maka dari 6 jenis menu yang terbagi menjadi 60 item menu dapat menghasilkan klasifikasi menu item pada periode Januari-Juni 2022, yang dirinci sebagai berikut:

a. Star

kelompok ini merupakan menu yang memiliki tingkat popularitas (*Menu Mix*) tinggi dan tingkat keuntungan (*Contribution Margin*) tinggi juga, yaitu sebagai berikut:

- 1) Drink Espresso Based, terdapat 4 item menu yaitu caramel machiato, vanilla latte, tiramisu latte, dan hazelnut latte.
- 2) Drink Smoothies, terdapat 5 item menu yaitu choco oreo, creamy chocolate, dark chocolate, tiramisu, dan hazelnut.
- 3) Drink Squash and Frappe, terdapat 2 item menu yaitu cookies & cream, dan frappuccino.
- 4) Snacks, terdapat 5 item menu yaitu kentang goreng, kentang goreng+nugget, kentang goreng+sisis, nugget, dimsum.
- 5) Food (main course), terdapat 6 item menu yaitu nasi goreng sejalan, nasi goreng seafood, mie becek, udang saos padang, udang bakar madu, chicken katsu.

b. Plowhorse

Merupakan kelompok menu yang memiliki tingkat popularitas (*Menu Mix*) tinggi, tetapi tingkat keuntungan (*Contribution Margin*) rendah, terbagi sebagai berikut:

- 1) Drink Espresso Based, terdapat 2 item menu yaitu cappucino, dan coffee latte.
- 2) Drink Signature, terdapat 3 item menu yaitu kopi susu sejalan, kopi susu regal, dan kopi susu oreo.
- 3) Drink Smoothies, terdapat 2 item menu yaitu bubble gum, dan green tea.
- 4) Drink Squash and Frappe, terdapat 2 item menu yaitu mojito mint, dan blue lagon.
- 5) Snacks, terdapat 2 item menu yaitu risoles, dan cireng.
- 6) Food (main course), terdapat 8 item menu yaitu nasi goreng ayam, mie rebus, mie rebus spesial, mie goreng, ayam rica-rica, ayam lada hitam, ayam geprek, dan ayam bakar madu.

c. Puzzle

Kelompok ini merupakan menu yang memiliki tingkat popularitas (*Menu Mix*) rendah, tetapi tingkat keuntungan (*Contribution Margin*) tinggi, terbagi sebagai berikut:

- 1) Drink Espresso Based, terdapat 2 item menu yaitu mochacino, dan americano.
- 2) Drink Signature, terdapat 1 item menu yaitu matcha espresso fusion.
- 3) Drink Smoothies, terdapat 2 item menu yaitu red velvet, dan coffee caramel.

- 4) Snacks, terdapat 3 item menu yaitu beef burger, pizza, dan pisang crispy.
- 5) Food (main course), terdapat 5 item menu yaitu nasi goreng gila, nasi goreng hongkong, nasi goreng chinese food, ayam pedas keju, dan spaghetti bolognese.

d. Dog

Merupakan kelompok menu yang memiliki tingkat popularitas (*Menu Mix*) rendah, dan tingkat keuntungan (*Contribution Margin*) rendah juga, terbagi sebagai berikut:

- 1) Drink Espresso Based, terdapat 1 item menu yaitu single shot espresso.
- 2) Drink Smoothies, terdapat 2 item menu yaitu avocado coffee, dan lemon tea.
- 3) Snacks, terdapat 1 item menu yaitu jamur crispy.
- 4) Food (main course), terdapat 2 item menu yaitu ayam goreng tepung, spaghetti bolognese.

d. Kesimpulan Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis evaluasi menu dengan metode rekayasa menu (*menu engineering*) terhadap menu-menu makanan dan minuman di *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok periode Januari-Juni 2022, yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan dari 60 item menu tersebut yang merupakan bagian dari 6 jenis menu makanan dan minuman yang berbeda, sebagai berikut:

Jenis menu yang pertama yaitu Drink Espresso Based, memiliki 9 item menu dengan total *cost* sebesar Rp. 2.843.000 dan total penjualan sebesar Rp. 8.823.000 mampu menghasilkan laba kotor (*Contribution Margin*) sebesar Rp. 5.989.000 dengan rata-rata laba kotor untuk masing-masing menu (*Average CM*) sebesar Rp. 11.889 (tabel 4.8), dan rata-rata jumlah terjual (*Procentase Menu Mix* atau *AMM%*) sebesar 8% (tabel 4.2).

Jenis menu yang kedua Drink Signature, memiliki 4 item menu dengan total *cost* sebesar Rp. 1.910.000 dan total penjualan sebesar Rp. 3.370.000 mampu menghasilkan laba kotor (*Contribution Margin*) sebesar Rp. 1.460.000 dengan rata-rata laba kotor untuk masing-masing menu (*Average CM*) sebesar Rp. 8.000 (tabel 4.9), dan rata-rata jumlah terjual (*Procentase Menu Mix* atau *AMM%*) sebesar 18% (tabel 4.3).

Jenis menu ketiga yaitu Drink Smoothies, memiliki 11 item menu dengan total *cost* sebesar Rp. 2.585.000 dan total penjualan sebesar Rp. 7.140.000 mampu menghasilkan laba kotor (*Contribution Margin*) sebesar Rp. 4.555.000 dengan rata-rata laba kotor untuk masing-masing menu (*Average CM*) sebesar Rp.8.636 (tabel 4.10), dan rata-rata jumlah terjual (*Prosentase Menu Mix* atau *AMM%*) sebesar 6% (tabel 4.4).

Jenis menu keempat yaitu Drink Squash and Frape, memiliki 4 item menu dengan total *cost* sebesar Rp. 653.000 dan total penjualan sebesar Rp. 1.812.000 mampu menghasilkan laba kotor (*Contribution Margin*) sebesar Rp. 1.159.000 dengan rata-rata laba kotor untuk masing-masing menu (*Average*

CM) sebesar Rp. 10.500 (tabel 4.11), dan rata-rata jumlah terjual (*Prosentase Menu Mix* atau *AMM%*) sebesar 18% (tabel 4.5).

Jenis menu kelima yaitu Snacks, memiliki 11 item menu dengan total *cost* sebesar Rp. 3.679.000 dan total penjualan sebesar Rp. 7.329.000 mampu menghasilkan laba kotor (*Contribution Margin*) sebesar Rp. 3.650.000 dengan rata-rata laba kotor untuk masing-masing menu (*Average CM*) sebesar Rp. 6.727 (tabel 4.12), dan rata-rata jumlah terjual (*Procentase Menu Mix* atau *AMM%*) sebesar 6% (tabel 4.6).

Jenis menu keenam yaitu food (main course), memiliki 21 item menu dengan total *cost* sebesar Rp. 12.983.000 dan total penjualan sebesar Rp. 28.159.000 mampu menghasilkan laba kotor (*Contribution Margin*) sebesar Rp. 15.176.000 dengan rata-rata laba kotor untuk masing-masing menu (*Average CM*) sebesar Rp. 10.381 (tabel 4.13), dan rata-rata jumlah terjual (*Prosentase Menu Mix* atau *AMM%*) sebesar 3% (tabel 4.7).

Dari ke-6 jenis menu yang tersedia di *Sejalan Coffeeshouse* dapat ditentukan klasifikasi menu item terhadap menu yang dianalisis, sebagai berikut:

a. Stars

Diantara keempat menu Drink Espresso Based yang masuk kategori stars, vanilla latte merupakan menu yang paling populer dan disukai para pelanggan dengan *MM%* yang paling tinggi sebesar 15%, dan memberikan tingkat keuntungan (*CM*) yang tinggi sebesar Rp. 14.000. Caramel machiato memiliki tingkat kepopuleran (*MM%*) sebesar 13%, dan

memberikan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp.14.000, hazelnut latte memiliki tingkat kepopuleran (*MM%*) yang paling rendah dari menu lainnya sebesar 10% dan memberikan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 14.000, sedangkan caramel machiato memiliki tingkat kepopuleran (*MM%*) sebesar 13% dengan tingkat keuntungan (*CM*) paling rendah dari menu dalam kategori stars ini.

Diantara kelima menu Drink smoothies yang masuk kategori stars, dark chocolate merupakan menu yang paling populer dan disukai oleh para pelanggan dengan *MM%* yang paling tinggi sebesar 15%, creamy chocolate tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 13%, choco oreo dengan tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 11%, hazelnut tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 9%, dan tingkat popularitas paling rendah pada menu ini yaitu tiramisu, dari keempat menu diatas memiliki tingkat keuntungan (*CM*) yang sama, sebesar Rp. 10.000.

Diantara kedua menu drink Squash and Frape yang masuk kategori stars, cookies & cream merupakan menu yang paling populer (*MM%*) sebesar 25%, dan frappucino memiliki tingkat kepopuleran sebesar 19%, kedua menu ini memiliki tingkat keuntungan (*CM*) yang sama sebesar Rp. 11.000.

Diantara kelima menu Snacks yang masuk kategori stars, kentang goreng merupakan menu yang paling populer dengan *MM%* sebesar 18%, populer kedua kentang goreng+nugget, dan dimsum dengan tingkat kepopuleran sebesar 12%, dan tingkat populer yang terakhir dari menu ini

yaitu kentang goreng+sosis, dan nugget sebesar 9%, keempat menu ini memiliki tingkat keuntungan (*CM*) yang sama sebesar Rp. 7.000.

Diantara kelima menu food (main course) yang masuk kedalam kategori stars, nasi goreng sejalan merupakan menu yang paling populer dengan *MM%* sebesar 9% dengan tingkat keuntungan (*CM*) yang paling tinggi sebesar Rp. 15.000, udang saos padang memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 6%, dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 11.000, nasi goreng seafood, chicken katsu memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 5%, dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 11.000, mie becek memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 5%, dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 12.000, dan udang bakar madu merupakan menu dengan tingkat terakhir dalam kategori ini yang memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 4%, dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 11.000.

b. Plowhorse

Jenis menu Drink Espresso Based yang masuk kedalam kategori plowhorse ini ada 2 item yaitu cappucino dengan tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 19%, sedangkan caffe latte tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 10%, kedua menu ini sama-sama menghasilkan tingkat keuntungan (*CM*) yang sama sebesar Rp. 11.000.

Kopi susu sejalan mempunyai tingkat popularitas (*MM%*) dan tingkat keuntungan (*CM*) yang paling tinggi yang masuk kedalam kategori ini dari jenis menu Drink Signature sebesar 35% dan Rp. 8.000, kopi susu

regal memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 27%, kopi susu oreo memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 24%, sedangkan untuk tingkat keuntungan (CM) kedua menu ini sama memberikan keuntungan sebesar Rp. 7.000.

Untuk jenis menu Drink Smoothies memiliki 2 item menu pada kategori plowhorse dengan tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 12% dan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 10.000 dari item menu green tea, sedangkan item menu bubble gum memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 8% dimana menghasilkan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 7.000.

Dari menu drink Squash and Frappe terdapat 2 item menu pada kategori ini yaitu blue lagon memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 30% dengan angka yang lebih tinggi dari mojito mind sebesar 26%, sedangkan kedua menu ini sama-sama memberikan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 10.000.

Jenis menu snacks terdapat 2 item menu pada klasifikasi ini yaitu risoles dengan tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 18% mampu menghasilkan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 5.000, dan cireng memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 9% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 6.000.

Untuk menu food (main course) memiliki 8 item menu pada klasifikasi plowhorse lebih banyak dibandingkan dari jenis menu lainnya, nasi goreng sejalan memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 9%

tingkat keuntungannya (*CM*) sebesar Rp. 15.000, ayam geprek memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 9% dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 9.000, mie rebus dan mie goreng sama memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 8% dengan tingkat keuntungan (*CM*) yang sama sebesar Rp. 7.000, ayam rica-rica memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 6% dengan tingkat keuntungan sebesar Rp. 10.000, mie rebus spesial memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 5% dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 8.000, ayam lada hitam memiliki tingkat popularitas sebesar 4% dengan tingkat keuntungan sebesar Rp. 10.000, dan ayam bakar madu memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 3% dengan tingkat keuntungan sebesar Rp. 8.000.

c. Puzzle

Jenis menu Drink Espresso Based memiliki 2 item menu pada klasifikasi ini yaitu americano dengan tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 8%, tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 12.000, dan mochacino dengan tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 8%, tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 13.000.

Matcha espresso fusion satu-satunya menu drink signature yang masuk kedalam klasifikasi ini dengan tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 14% menghasilkan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 10.000.

Pada jenis menu Drink Smoothies memiliki 2 item menu yang masuk klasifikasi ini sama-sama memiliki tingkat popularitas (*MM%*)

sebesar 6% dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 10.000 yaitu red velvet, dan coffee caramel.

Di Dalam jenis menu Snack terdapat 3 item menu yang masuk klasifikasi ini dimana menu beef burger memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 3% dengan keuntungan (*CM*) sebesar Rp.8.000, pizza memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 3% dengan keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 7.000, dan pisang crispy pada klasifikasi jenis menu ini dengan tingkat popularitas(*MM%*) tinggi dibandingkan ke-2 menu lainnya sebesar 5% dengan keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 8.000.

Terdapat 5 item menu yang memiliki klasifikasi puzzle didalam menu food (main course), yaitu nasi goreng gila, nasi goreng hongkong, nasi goreng chinese food ketiga menu ini sama-sama memberikan keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 11.000 dengan tingkat popularitas (*MM%*) di angka 3%, ayam pedas keju memberikan keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 13.000 dengan tingkat kepopuleran sebesar 3%, dan spaghetti bolognese memberikan keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 10.000 dengan tingkat popularitas sebesar 2%.

d. Dog

Jenis menu drink espresso based memiliki satu item menu klasifikasi dog yaitu single shot espresso dengan tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 5% dan menghasilkan keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 10.000.

Jenis menu drink smoothies juga memiliki 2 item menu klasifikasi ini yaitu avocado coffee dengan keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 8.000

dengan popularitas ($MM\%$) sebesar 6%, dan lemon tea memberikan keuntungan (CM) sebesar Rp. 5.000 dengan tingkat populer ($MM\%$) sebesar 6%.

Pada jenis menu snacks terdapat satu item menu klasifikasi ini yaitu jamur crispy dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 5.000 dan tingkat kepopulerannya ($MM\%$) sebesar 3%.

Terakhir jenis menu food (main course) memiliki 2 item menu pada klasifikasi ini yaitu spaghetti bolognese dengan tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 2% memberikan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 10.000, sedangkan menu ayam goreng tepung memberikan keuntungan sebesar Rp. 9.000, dengan tingkat popularitas ($MM\%$) paling rendah dari keseluruhan menu lainnya sebesar 1%.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan penulis terhadap 60 item menu yang dikelompokkan menjadi 6 jenis menu makanan dan minuman pada *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok periode Januari-Juni 2022, dapat dipahami dalam pembahasan berikut ini:

a. Metode Rekayasa Menu (Menu Engineering)

Dalam rekayasa menu terdapat 2 (dua) tahapan, yaitu:

1) Menu Mix (Tingkat Popularitas)

Berdasarkan 6 jenis menu yang dikelompokkan di *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok periode Januari-Juni 2022, terdapat 4 jenis kelompok

minuman, 1 jenis kelompok snack, dan 1 jenis kelompok makanan, tingkat popularitasnya sebagai berikut:

a) Kelompok minuman, sebagai berikut:

- 1) Drink Based Espresso, terbagi menjadi 9 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling tinggi (*high*) yaitu menu cappucino sebesar 19%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling rendah (*low*) yaitu single shot espresso sebesar 5% (tabel 4.2).
- 2) Drink Signature, terbagi menjadi 4 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling tinggi (*high*) yaitu kopi susu sejalan sebesar 35%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling rendah (*low*) yaitu matcha espresso fusion sebesar 14% (tabel 4.3).
- 3) Drink Smoothies, terbagi menjadi 11 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) yang paling tinggi (*high*) yaitu dark chocolate sebesar 15%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) yang paling rendah (*low*) yaitu lemon tea sebesar 6% dengan jumlah penjualan sebesar 29 porsi (tabel 4.4).
- 4) Drink Squash and Frappe, terbagi menjadi 4 item menu, dari ke-empat menu ini semua menyua termasuk kedalam kategori tingkat popularitas (*MM Category*) tinggi (*high*) dengan jumlah paling tinggi

yaitu sebesar 30% yaitu menu blue lagon dan yang rendah yaitu frappuccino sebesar 19% (tabel 4.5).

- b) Kelompok Snacks, terdapat 11 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) yang paling tinggi (*high*) yaitu menu kentang goreng sebesar 18%, dan menu yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling rendah (*low*) yaitu beef burger dan pizza sebesar 3% dengan jumlah penjualan sebesar 17 porsi (tabel 4.6).
- c) Kelompok Makanan (Food), terbagi menjadi 21 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki kategori tingkat popularitas (*MM Category*) paling tinggi (*high*) yaitu menu ayam geprek sebesar 9% dengan jumlah penjualan 140 porsi, dan menu yang memiliki kategori tingkat penjualan (*MM Category*) paling rendah (*low*) yaitu ayam goreng tepung sebesar 1% (tabel 4.7).

2) Contribution Margin (Tingkat Keuntungan)

Berdasarkan 6 jenis menu yang dikelompokkan di *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok periode Januari-Juni 2022, terdapat 4 jenis kelompok minuman, 1 jenis kelompok snacks, dan 1 jenis kelompok makanan, tingkat keuntungannya sebagai berikut:

- a) Kelompok minuman, sebagai berikut:
- 1) Drink Espresso Based, terbagi menjadi 9 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (*total CM*) paling besar yaitu vanilla latte sebesar Rp. 1.036.000 dengan jumlah penjualan

sebesar 74 porsi, dan menu yang paling kecil total tingkat keuntungannya (total *CM*) yaitu single shot espresso sebesar Rp. 156.000 dengan jumlah penjualan sebesar 26 porsi (tabel 4.8).

- 2) Drink Signature, terdapat 4 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total *CM*) paling besar yaitu kopi susu sejalan sebesar Rp. 528.000 dengan kategori tingkat keuntungan (*CM category*) paling rendah (*low*) sebesar Rp. 8.000, sedangkan matcha espresso based memiliki kategori tingkat keuntungan (*CM category*) paling tinggi (*high*) sebesar Rp. 10.000 dengan total tingkat keuntungan (total *CM*) paling kecil sebesar Rp. 260.000 (tabel 4.9).
- 3) Drink Smoothies, terdapat 11 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 dark chocolate sebesar Rp. 790.000, dan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total *CM*) kecil dan juga kategori tingkat keuntungannya (*CM category*) rendah (*low*) yaitu menu lemon tea sebesar Rp. 145.000 (tabel 4.10).
- 4) Drink Squash and Frappe, memiliki 4 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total *CM*) paling besar tetapi kategori tingkat keuntungannya (*CM category*) rendah (*low*) yaitu menu blue lagon sebesar Rp. 330.000, sedangkan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total *CM*) kecil dan kategori tingkat

keuntungannya (*CM category*) tinggi (*high*) yaitu frappucino sebesar Rp. 231.000 (tabel 4.11).

- b) Kelompok Snack, terdapat 11 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total *CM*) paling besar dan kategori tingkat keuntungannya (*CM category*) tinggi (*high*) yaitu kentang goreng sebesar Rp. 714.000, sedangkan menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total *CM*) kecil dan kategori tingkat keuntungannya (*CM category*) rendah (*low*) yaitu jamur crispy sebesar Rp. 95.000.
- c) Kelompok Makanan (Food), terdapat 21 item menu, dari menu-menu ini yang memiliki total tingkat keuntungan (total *CM*) paling besar dan kategori tingkat keuntungannya (*CM category*) tinggi (*high*) yaitu nasi goreng sejalan sebesar Rp. 1.965.000, sedang menu yang memiliki total tingkat keuntungan (total *CM*) paling kecil dan kategori tingkat keuntungan (*CM category*) rendah (*low*) yaitu menu ayam goreng tepung sebesar Rp. 171.000.

b. Klasifikasi Menu Item Kategori Star

Berdasarkan hasil analisis menu yang memiliki kategori ini terdapat pada 5 jenis kelompok menu di *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok periode Januari-Juni, sebagai berikut:

- 1) Kelompok Minuman, terbagi sebagai berikut:
 - a) Drink Based Espresso, pada kategori star terdapat 4 item menu, menu yang memiliki tingkat popularitas (*MM%*) dan tingkat keuntungan (*CM*) yang paling tinggi yaitu vanilla latte sebesar 15% dan Rp.

1.036.000, sedangkan yang memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) dan tingkat keuntungan (CM) yang rendah pada kategori star dari jenis menu ini yaitu hazelnut latte sebesar 10% dan Rp. 672.000.

b) Drink Smoothies, dalam kategori star ini terdapat 5 item menu, menu yang memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) paling tinggi dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu dark chocolate sebesar 15% dan Rp. 790.000, sedangkan menu pada kategori ini yang memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) paling rendah dan juga tingkat keuntungan (CM) yang kecil yaitu tiramisu sebesar 8% dan Rp. 410.000.

c) Drink Squash and Frappe, dalam kelompok menu ini terdapat 2 item menu pada kategori star, yaitu cookies & cream yang merupakan menu dengan tingkat popularitas ($MM\%$) paling tinggi sebesar 25% dan tingkat keuntungan (CM) yang paling besar sebesar Rp. 308.000, sedangkan menu frappuccino menu yang berada pada kategori star dengan tingkat popularitas ($MM\%$) dan tingkat keuntungan (CM) yang paling rendah sebesar 19% dan rp. 231.000.

2) Kelompok Snacks, yang berda pada kategori star terdiri dari 5 item menu. Menu yang paling tinggi tingkat popularitas ($MM\%$) dan tingkat keuntungannya (CM) pada kategori ini yaitu kentang goreng sebesar 18% dan Rp. 714.000, sedang menu yang paling rendah tingkat popularitas ($MM\%$) dan tingkat keuntungan (CM) pada kategori ini yaitu kentang goreng+sisis dan nugget sebesar 9% dan Rp. 336.000.

3) Kelompok Makanan (Food), pada kategori star kelompok menu ini memiliki 6 item menu. Menu yang memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) paling tinggi sebesar 9% dan tingkat keuntungan (CM) paling besar sebesar Rp. 1.965.000 yaitu menu nasi goreng sejalan, sedang menu yang memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) paling rendah sebesar 4% dengan tingkat keuntungan (CM) paling kecil sebesar Rp. 594.000 pada kategori ini yaitu menu udang bakar madu.

Dari 60 item menu hanya 22 item menu yang dapat dikategorikan *star*, menu tersebut adalah caramel machiato, vanilla latte, tiramisu latte, hazelnut, choco oreo, creamy chocolate, dark chocolate, tiramisu, hazelnut, cookies & cream, frappuccino, kentang goreng, kentang goreng+nugget, kentang goreng+sisis, nugget, dimsum, nasi goreng sejalan, nasi goreng seafood, mie becek, udang saos padang, udang bakar madu, dan chicken katsu. Menu ini harus dipertahankan dalam kelompok jenis menu *Sejalan Coffeeshouse*, maka dapat dikatakan menu ini merupakan menu yang populer dan tingkat keuntungannya besar, sehingga menu ini menguntungkan bagi *Sejalan Coffeeshouse*. hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021), bahwa menu pada kategori *star* memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) dan tingkat keuntungan (CM) yang tinggi, menu ini disarankan untuk dipertahankan kualitas makanan dan penyajiannya.

c. Klasifikasi Menu Item Kategori *Plowhorse*

Berdasarkan hasil analisis menu yang berada pada kategori ini, terdapat 6 kelompok menu di *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok periode

Januari-Juni 2022, dapat bdirinci sebagai berikut:

1) Kelompok minuman, terbagi sebagai berikut:

- a) Drink Espresso Based, pada kategori ini terdapat 2 item menu, yaitu cappucino yang paling tinggi sebesar 19% dan Rp. 1.001.000, sedangkan yang paling rendah menu caffe latte sebesar 10% dan Rp. 539.000.
- b) Drink Signature, dalam kategori ini terdapat 3 item menu. Menu yang paling diandalkan pada kategori ini yaitu kopi susu sejalan sebesar 35% dengan total keuntungan sebesar Rp. 520.000 dan menu yang paling rendah pada kategori ini yaitu kopi susu oreo sebesar 24% dengan total penjualan sebesar Rp. 315.000.
- c) Drink Smoothies, terdapat 2 item menu pada kategori ini yaitu menu green tea yang memiliki tingkat popularitas dan keuntungan yang tinggi dalam kategori ini sebesar 12% dan Rp. 320.000, sedangkan menu bubble gum memiliki tingkat popularitas yang rendah dalam kategori plowhorse sebesar 8% dengan jumlah keuntungan sebesar Rp. 294.000.
- d) Drink Squash and Frappe, didalam kelompok ini terdapat 2 item menu kategori plowhorse, menu yang memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) paling tinggi yaitu blue lagon sebesar 30% dengan tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 330.000, sedangkan menu mojito

mind memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) yang rendah dalam kategori ini sebesar 26% dengan tingkat keuntungan sebesar Rp. 290.000.

- 2) Kelompok snacks, dalam kategori plowhorse kelompok menu ini terdapat 2 item menu yaitu yang paling tinggi tingkat popularitasnya ($MM\%$) yaitu menu risoles sebesar 18% dengan keuntungan (CM) sebesar Rp. 500.000, sedangkan yang paling rendah pada kategori ini yaitu menu cireng yang memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 9% dengan total tingkat keuntungan (CM) sebesar Rp. 288.000.
- 3) Kelompok makanan (*Food*), terdapat 8 item menu dalam kelompok ini yang masuk kategori plowhorse, menu ayam geprek merupakan yang paling populer dalam kategori plowhorse dengan tingkat popularitas ($MM\%$) paling tinggi sebesar 9% dan total keuntungan (CM) sebesar Rp. 1.260.000, sedang yang paling rendah dalam kategori ini yaitu menu ayam bakar madu memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) sebesar 3% dengan total keuntungan (CM) sebesar Rp. 408.000.

Dari 60 item menu hanya 19 item menu yang dapat dikategorikan *plowhorse*, menu tersebut adalah cappucino, caffe latte, kopi susu sejalan, kopi susu regal, kopi susu oreo, bubble gum, green tea, mojito mint, blue lagon, risoles, cireng, nasi goreng ayam, mie rebus, mie rebus spesial, mie goreng, ayam rica-rica, ayam lada hitam, ayam geprek, dan ayam bakar madu. Menu ini harus menaikkan harga secara bertahap disetiap kelompok jenis menu *Sejalan Coffeehouse*, maka dikatakan menu ini merupakan menu yang tidak

populer tetapi tingkat keuntungannya besar, sehingga menu disukai oleh para pelanggan *Sejalan Coffeehouse*. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021), bahwa menu pada kategori *plowhorse* memiliki tingkat popularitas ($MM\%$) tinggi dan tingkat keuntungan (CM) rendah, menu ini disarankan harus menaikkan harga secara bertahap dengan mempertimbangkan pengurangan porsi dari menu.

d. Klasifikasi Menu Item Kategori *Puzzle*

Berdasarkan hasil analisis menu yang berada pada kategori *puzzle* di *Sejalan Coffeehouse* periode Januari-Juni 2022, sebagai berikut:

- 1) Kelompok minuman, pada kelompok ini terdapat 4 jenis minuman yaitu Drink Espresso Based, Drink Signature, Drink Smoothies, dan Drink Squash and Frappe terdapat 5 item menu pada kategori *puzzle*. Dari keempat jenis minuman ini yang memiliki total tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu dari jenis menu Drink Espresso yaitu menu machiato sebesar Rp. 481.000, sedang yang paling rendah total tingkat keuntungan (CM) dalam kategori *puzzle* terdapat pada jenis menu Drink Signature sebesar yaitu menu matcha espresso fusion sebesar Rp. 260.000.
- 2) Kelompok snacks, terdapat 3 item menu pada kategori *puzzle*, yang memiliki total tingkat keuntungan (CM) yang paling besar yaitu menu pisang crispy sebesar Rp. 216.000, sedangkan menu beef burger yang memiliki total tingkat keuntungan (CM) paling rendah sebesar Rp. 136.000.

3) Kelompok makanan (*Food*), pada kategori puzzle terdapat 5 item menu, dimana menu ayam pedas keju yang memiliki total tingkat keuntungan (*CM*) yang paling besar sebesar Rp. 520.000, sedangkan menu spaghetti carbonara merupakan menu pada kategori ini yang paling rendah total tingkat keuntungannya (*CM*) sebesar Rp. 351.000.

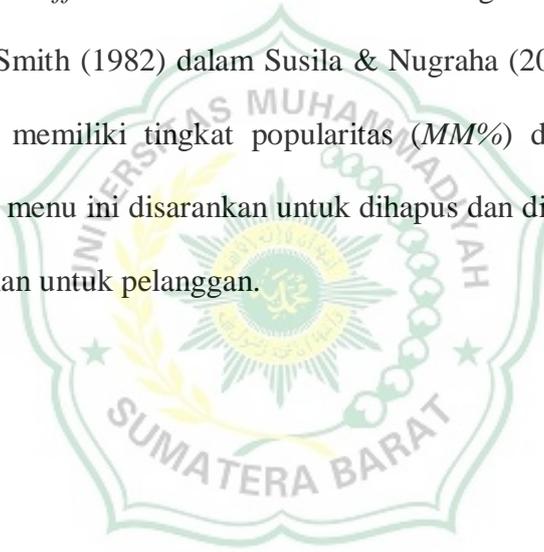
Dari 60 item menu hanya 13 item menu yang dapat dikategorikan *puzzle* yaitu mochacino, americano, matcha espresso fusion, red velvet, coffee caramel, beef burger, pizza, pisang crispy, nasi goreng gila, nasi goreng hongkong, nasi goreng chinese food, ayam pedas keju, dan spaghetti bolognese. Menu ini harus disusun pada posisi yang strategis dalam setiap kelompok jenis menu *Sejalan Coffeeshouse*, maka dapat dikatakan menu ini tidak populer tetapi memberikan keuntungan yang besar bagi *Sejalan Coffeeshouse*. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021), bahwa menu pada kategori *puzzle* memiliki tingkat popularitas (*MM%*) rendah dan tingkat keuntungan (*CM*) tinggi, menu ini disarankan untuk diletakkan pada posisi yang strategis dalam buku menu, dan memberikan potongan harga.

e. Klasifikasi Menu Item Kategori *Dog*

Berdasarkan hasil analisis menu yang berada pada kategori *dog* di *Sejalan Coffeeshouse* periode Januari-Juni diperoleh sebanyak 6 item menu dari 6 jenis kelompok menu pada kategori ini, dimana menu yang memiliki keuntungan (*CM*) paling tinggi pada kelompok ini yaitu menu spaghetti bolognese sebesar Rp. 330.000, sedangkan yang paling rendah tingkat

keuntungan (*CM*) pada kategori ini yaitu menu jamur crispy sebesar Rp. 95.000.

Dari 60 item menu terdapat 6 item menu yang dapat dikategorikan *dog*, menu tersebut adalah single shot espresso, avocado coffee, lemon tea, jamur crispy, ayam goreng tepung, dan spaghetti bolognese. Menu ini harus dihapus dari daftar menu pada tiap-tiap kelompok jenis menu *Sejalan Coffeeshouse*, maka dapat dikatakan menu ini tidak populer dan juga tidak menguntungkan bagi *Sejalan Coffeeshouse*. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Kasavana & Smith (1982) dalam Susila & Nugraha (2021), bahwa menu pada kategori *dog* memiliki tingkat popularitas (*MM%*) dan tingkat keuntungan (*CM*) rendah, menu ini disarankan untuk dihapus dan dibuang dari daftar menu yang disediakan untuk pelanggan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan penulis lakukan terhadap 60 item menu periode Januari-Juni 2022, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Dari 60 item menu dapat dilihat hasilnya yaitu pada jenis menu *Drink Espresso Based* mempunyai 9 item menu yang memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 8% dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 5.989.000, jenis menu *Drink Signature* mempunyai 4 item menu yang memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 18% dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 1.460.000, jenis menu *Drink Smoothies* mempunyai 11 item menu yang memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 6% dengan memberikan keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 4.555.00, jenis menu *Drink Squash and Frappe* mempunyai 4 item menu yang memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 18% dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 1.159.000, jenis menu *Snacks* mempunyai 11 item menu yang memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 6% dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 3.650.000, dan jenis menu *Food (main course)* mempunyai 21 item menu yang memiliki tingkat popularitas (*MM%*) sebesar 3% dengan tingkat keuntungan (*CM*) sebesar Rp. 15.176.000.

- b. Dari 60 item menu tersebut, klasifikasi ke dalam posisi *Star* terbagi menjadi 22 item menu yaitu *Caramel Machiato, Vanilla Latte, Tiramisu Latte, Hazelnut Latte, Choco Oreo, Creamy Chocolate, dark Chocolate, Tiramisu, Hazelnut, Cookies & Cream, Frappuccino, Kentang Goreng, Kentang Goreng+Nugget, Kentang Goreng+Sosis, Nugget, Dimsum, Nasi Goreng Sejalan, Nasi Goreng Seafood, Mie Becek, Udang Saos Padang, Udang Bakar Madu, dan Chicken Katsu.*
- c. Posisi *Plowhorse* terbagi menjadi 19 item menu yaitu *Cappucino, Caffe Latte, Kopi Susu Sejalan, Kopi Susu Regal, Kopi Susu Oreo, Bubble Gum, Green Tea, Mojito Mint, Blue Lagon, Risoles, Cireng, Nasi Goreng Ayam, Mie Rebus, Mie Rebus Spesial, Mie Goreng, Ayam Rica-rica, Ayam Lada Hitam, Ayam Geprek, dan Ayam Bakar Madu.*
- d. Posisi *Puzzle* terbagi menjadi 13 item menu yaitu *Mochacino, Americano, Matcha Espresso Fusion, Red Velvet, Coffee Caramel, Beef Burger, Pizza, Pisang Crispy, Nasi Goreng Gila, Nasi Goreng Hongkong, Nasi Goreng Chinese Food, Ayam Pedas Keju, dan Spaghetti Carbonara.*
- e. Sedangkan yang termasuk kedalam posisi *Dog* terbagi atas 6 item menu yaitu *Single Shot Espresso, Avocado Coffee, Lemon Tea, Jamur Crispy, Ayam Goreng Tepung, dan Spaghetti Bolognese.*

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Pihak *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok perlu melakukan evaluasi terhadap menu yang disediakan kepada para pelanggan dengan metode rekayasa menu (*menu engineering*) setiap enam bulan sekali. Dengan metode ini pihak cafe juga dapat melihat menu-menu apa saja yang populer dan kurang populer, serta untuk dapat mengetahui seberapa besar keuntungan dari menu-menu yang disediakan. Hal ini dapat membantu owner dalam meningkatkan keuntungan penjualan dan menentukan tingkat kepopuleran menu-menu yang disediakan, demi menjadikan cafe tersebut sebagai tujuan para pengunjung dari semua kalangan usia.
- b. Pihak *Sejalan Coffeeshouse* Kabupaten Solok perlu melakukan perhitungan dan pembukuan penjualan (*Sales History*) per item untuk tiap jenis kelompok menu yang disediakan agar lebih memudahkan untuk perhitungan evaluasi menggunakan metode rekayasa menu (*menu engineering*).
- c. Untuk menu-menu pada posisi *Star*, pihak *cafe* perlu mempertahankan faktor-faktor pendukung yang membuat menu-menu tersebut dapat bertahan pada posisi *Star*, dan selalu melakukan peningkatan kualitas menjadi yang lebih baik, sebab

konsumen cafe yang selalu berubah dan berbeda dari waktu ke waktu.

- d. Untuk menu-menu yang berada pada posisi *Plowhorse*, pihak *cafe* dapat melakukan strategi yang tepat untuk menaikkan harga jual secara bertahap, agar pindah ke posisi star.
- e. Menu-menu pada posisi *Puzzle*, pihak *cafe* perlu memperkenalkan menu-menu tersebut kepada konsumen, untuk menarik perhatian konsumen dengan memberikan potongan harga, dan selalu melakukan pengawasan kualitas menu makanan untuk terus ditingkatkan.
- f. Untuk kategori menu-menu yang berada di posisi *Dog*, pihak *cafe* dapat menghapus daftar menu tersebut dari daftar menu makanan dan minuman, dan mengganti dengan menu baru yang dapat menarik perhatian konsumen yang datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisailah, R. (2017). Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Barista di Krema Koffie Pekanbaru. *Jom Fisip*, 1-6.
- Ardiansyah, I., & Magdalena, V. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Berbasis Menu Engineering di Kambing Soon Resto and Cafe Bandung. *Jurnal Fame*.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayodya, R. W. (2013). *Usaha Rumah Makan Laris Manis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmu Sosial*.
- Hamidah, S., & Komariah, K. (2018). *Resep & Menu*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hermawan, B. (2022). *Analisis Oprasional Hotel*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Indonesia, R. (2014). *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 11 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran*. Jakarta: Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kriyantono, R. (2018). *Teknik Praktisi Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif disertai Contoh Praktisi Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset*

Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Pemasaran.

Rawamangun: Prenadamedia Group.

Revida, E., Gaspersz, S., Ukhtolseja, L. J., Nurmiati, & Alwi, M. H. (2020).

Pengantar Pariwisata. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Rinawati, W., & Ekawatiningsih, P. (2020). *Manajemen Pelayanan Makanan dan Minuman.* Yogyakarta: UNY Press.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D .* Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sukarno , G., & Nirawati, L. (2016). Kontribusi Human Capital dan Customer Capital dalam Menaggapai Kinerja Cafe dan Resto di Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial.*

Susanti, R., Indriawati, R., Panma, Y., Hanaruddin, D. Y., Adhiwijaya, A., Akbar, H., & agustiawan. (2021). *Metodologi Penelitian .* Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Susila, B. P., & Nugraha, S. (2021). Menu Engineering sebagai Strategi Penetapan Produk Makanan dalam Menghadapi Tatanan Kehidupan baru di Kopi Restaurant & Bar Kuta-Bali . *Journal of Applled Management and Accounting Solence (JAMAS)*, 14-27.

Tumpuan, A. (2021). Penerapan Sistem Menu Engineering dalam Upaya Peningkatan Kualitas Menu di Restoran Bintang Inti Executive Village Clubhouse. *Jurnal UGM*.

Utama, I. B., & Junaedi, I. R. (2018). *Membangun Pariwisata Dari Desa*. Yogyakarta: Deepublish.

Wani, Y. A., Tanuwijaya, L. K., & Arfiani, E. P. (2019). *Manajemen Operasional, Penyelenggaraan Makanan Massal*. Malang: UB Press.





LAMPIRAN 1

Surat Observasi Awal


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS PARIWISATA
 Jl. By Pass Km.1. No. 09. Aur Kuning, Bukittinggi, Sumatera Barat. Kode Pos 26131
 Telp/Fax : 0752 6481949 . Website : www.umsh.ac.id. Email : fparumsh@yahoo.com

Nomor : 291/II.3.AU/F/ 2022
 Lamp : -
 Hal : Permohonan Observasi Awal

Kepada Yth,
Duener Cafe Sejalan
Sejaya Tarang Bukit Sileh

Di Tempat

Assalamu'alaikum wr wb

Seiring salam di atas kami do akan semoga Bapak/Ibu selalu dalam lindungan Allah SWT dan sukses menjalankan aktifitas sehari-hari. Amin

Selubungan akan dilaksanakannya proses penentuan Proposal Proyek Akhir guna menyelesaikan studi pada Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami atas nama

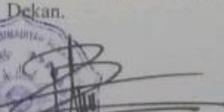
Nama : Siti Mirza Hamadiyah
 NIM : 181000293302014
 Program Studi : Perhotelan

Maka kami mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan observasi awal penelitian dalam rangka menyusun Proposal Proyek Akhir di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr wb

Bukittinggi : 07 dzulqa'idah 1443 H
 : 07 Juni 2022 M

Dekan.

Rozatuliani, S.ST.Par., M.M.
 NBM. 1208526



Dipindai dengan CamScanner

LAMPIRAN 2

Surat Permohonan Izin Penelitian


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS PARIWISATA
 Jl. By Pass Km.1, No. 09, Air Kuning, Bukittinggi, Sumatera Barat. Kode Pos 26151
 Telp/Fax : 0752.6481949 . Website : www.umsh.ac.id. Email : fparumsh@yahoo.com

Nomor : 46/IL3.AU/F/ 2022
 Lamp : -
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
 Owner
Sejalan Coffeehouse

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr Wb,
 Sehubungan akan dilaksanakannya proses pembelanjain Proyek Akhir guna menyelesaikan studi pada program D-IV Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami :

Nama : Siti Milla Hafifah
 NIM : N81000293302014
 Program Studi : Perhotelan
 Judul Proyek Akhir : Penerapan metode rekayasa menu (menu engineering) untuk menentukan klasifikasi menu item pada Sejalan Coffeehouse Kabupaten Solok.

Waktu Penelitian : 04 Agustus 2022/d/10 Agustus 2022

Maka kami mohon kerjasamanya Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan proses penelitian dan pengambilan data sesuai dengan judul yang akan diteliti guna membantu menyelesaikan Proyek Akhir yang bersangkutan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Bukittinggi : 03 *Hiriyah 1443 H*
 03 Agustus 2022 M


 Rizki Miliani, S.ST.Par., M.M
 NPM. 1208526

LAMPIRAN 3**Foto Sejalan Coffeehouse**

Sumber: *Sejalan Coffeehouse*



Sumber: *Sejalan Coffeehouse*



Sumber: *Sejalan Coffeehouse*



LAMPIRAN 4

Foto Buku Menu *Sejalan Coffeehouse*

Single Shot Espresso	-	10K
Double Shot Espresso	-	14K
Americano	Hot / Ice	15 / 17K
Americano Rum	Hot / Ice	17K / 19K
Cappucino	Hot / Ice	16 / 18K
Caffe Latte	Hot / Ice	16 / 18K
Mochacino	Hot / Ice	17 / 18K
Affogato	- / Ice	18K
Caramel Macchiato	Hot / Ice	17 / 19K
Tiramisu Latte	Hot / Ice	17 / 19K
Vanilla Latte	Hot / Ice	17 / 19K
Hazelnut Latte	Hot / Ice	17 / 19K

DRINKS
ESPRESSO
BASED

SEJALAN COFFEEHOUSE

VARIAN SMOOTHIES		M	L
Bubble Gum	Hot / Ice	10 K	15 K
Taro	Hot / Ice	10 K	15 K
Vanilla	Hot / Ice	10 K	15 K
Vanilla Blue	Hot / Ice	10 K	15 K
Tiramisu	Hot / Ice	10 K	15 K
Red Velvet	Hot / Ice	10 K	15 K
Hazelnut	Hot / Ice	10 K	15 K

VARIAN CHOCOLATE		M	L
Choco Oreo	Hot / Ice	10 K	15 K
Choco Almond	Hot / Ice	10 K	15 K
Cadbury	Hot / Ice	15 K	20 K
Creamy Chocolate	Hot / Ice	10 K	15 K
Dark Chocolate	Hot / Ice	10 K	15 K

DRINKS
SMOOTHIES

SEJALAN COFFEEHOUSE

VARIAN COFFEE		M	L
Vanilla Latte	Hot / Ice	10 K	15 K
Mochacino	Hot / Ice	10 K	15 K
Caramel Machiato	Hot / Ice	10 K	15 K
Cappucino	Hot / Ice	10 K	15 K
Avocado Coffee	Hot / Ice	10 K	15 K
Coffee Caramel	Hot / Ice	10 K	15 K

VARIAN TEE		M	L
Green Tea	Hot / Ice	10 K	15 K
Lemon Tea	Hot / Ice	10 K	15 K

DRINKS SMOOTHIES
SEJALAN COFFEEHOUSE

++++

Kopi Susu	- / Ice	15K
Kopi Susu Sejalan	- / Ice	17K
Kopi Susu Regal	- / Ice	18K
Kopi Susu Oreo	- / Ice	18K
Kopi Susu Rum	- / Ice	18K
Espresso Milo	- / Ice	15K
Avocado Coffee	- / Ice	20K
Matcha Espresso Fusion	- / Ice	20K
Red Fusion	- / Ice	20K
Kopi Soda Lemon	- / Ice	18K

DRINKS SIGNATURE
SEJALAN COFFEEHOUSE

++++

SQUASH

Mojito Mind	15K
Blue Lagon	15K
Lemonade	15k
Leci	15k
Strawbery	15k
Strawbery wild mind	15k

STRAWBERRY FRESHMILK 15K

FRAPE

Chokies & Cream	18K
Frappuccino	18K
Caramel Frappuccino	20k
Choccocino Frape	18k
Macha Frape	18k

**DRINKS
SQUASH & FRAPE**

SEJALAN COFFEES

++++

SNACK

Kentang Goreng	12K
Kentang Goreng + Nugget	15K
Kentang Goreng + Sosis	15K
Nugget	12K
Risole	10K
Jamu Crispy	10K
Sosis Nugget Kentang	20K
Sosis	12K
Pisang Crispy	15K
Chiken Burger	15K
Beef Burger	15k

PIZZA 17K

Beef Chesse 20-K

Dim Sum 15-K

Cireng 15-K

**SNACKS
SNACKS**

SEJALAN COFFEEHOUSE

++++



Sumber: *Sejalan Coffeeshouse*