



Rekayasa Menu: Penerapannya Pada Produk Kue

Irene Weenty^{1*}, Ribka Patricia², Wulanmeiaya Wowor³

^{1,2,3}Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: ¹ireneweenty@gmail.com, ²ribkapatricia31@gmail.com, ³wulan.wowor@upd.edu

Abstrak – Konsumsi makanan dan minuman jadi di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Salah satu produk yang termasuk makanan jadi yaitu roti dan kue. Pada tahun 2023, tingkat konsumsi roti dan kue di Provinsi Banten meningkat sebesar 5,83 persen. Golden Bakery merupakan salah satu usaha yang bergerak di industri roti. Golden Bakery Citra Raya menawarkan produk mulai dari roti Golden Buns yang menjadi ikon dari toko roti ini hingga beragam kue kering dan basah. Dalam penelitian ini, tujuan utama yang ingin dicapai adalah untuk menganalisa penerapan rekayasa menu pada produk kue di Golden Bakery, Citra Raya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif, di mana data dikumpulkan dengan menganalisis angka penjualan, membandingkan biaya dengan pendapatan, atau mencari tahu produk mana yang memberikan keuntungan tertinggi. Melalui analisis data dan tingkat penjualan, produk-produk diklasifikasikan ke dalam empat kategori *Menu Engineering*: *Star*, *Plow Horse*, *Puzzle*, dan *Dog*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk dalam kategori kue memiliki 1 produk dalam kategori *star*, 4 produk dalam kategori *puzzle*, dan 8 produk dalam kategori *plowhorse*. Tindakan yang diambil yaitu melakukan analisis mendalam terhadap produk, mengevaluasi *food cost*, meningkatkan posisi menu atau mengganti menu, meningkatkan strategi promosi, menyesuaikan harga jual, meningkatkan strategi promosi yang di mana hal ini disesuaikan dengan masing-masing kategori.

Kata Kunci: Rekayasa Menu, Produk Kue, Industri Roti, Strategi Promosi

Abstract - Consumption of prepared food and drinks in Indonesia has increased from year to year. One of the products included in prepared food is bread and cakes. In 2023, the level of bread and cake consumption in Banten Province has increased by 5.83 percent. Golden Bakery is a business operating in the bread industry. Golden Bakery Citra Raya offers products ranging from Golden Buns bread which is the icon of this bakery to a variety of cookies and cakes. In this research, the main objective to be achieved is to analyze the application of menu engineering to cake products at Golden Bakery, Citra Raya. This research uses a descriptive qualitative approach, where data is collected by analyzing sales figures, comparing costs with income, or finding out which products provide the highest profits. Through data analysis and sales levels, products are classified into four Menu Engineering categories: Star, Plow Horse, Puzzle, and Dog. The results of this research show that products in the cake category have 1 product in the star category, 4 products in the puzzle category, and 8 products in the plow horse category. The actions taken are carrying out in-depth analysis of the product, reducing food costs, increasing menu positions or changing menus, improving promotional strategies, adjusting selling prices, improving promotional strategies which are tailored to each category.

Keywords: Menu Engineering, Cake Products, Bakery Industry, Strategy Promotion

I. PENDAHULUAN

Meningkatnya angka konsumsi masyarakat selama beberapa tahun terakhir menjadi salah satu faktor pendorong perkembangan bisnis industri terutama di sektor makanan dan minuman (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022).

Tabel 1. Pengeluaran per Kapita Menurut Kelompok Komoditas Makanan Jadi dan Kuintil Pengeluaran Tahun 2021

Kuintil	Persentase Pengeluaran
Kuintil 1	25,37 %
Kuintil 2	27,88 %
Kuintil 3	29,70 %
Kuintil 4	31,38 %
Kuintil 5	36,50 %

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Peningkatan pendapatan yang terjadi secara perlahan mengakibatkan terjadinya pergeseran pola pengeluaran untuk komoditas makanan yang dikonsumsi, yaitu peningkatan porsi pengeluaran yang dibelanjakan untuk komoditas makanan yang lebih berkualitas. Pengeluaran untuk makanan dan minuman jadi, merupakan yang terbesar pada setiap kuintil baik pertama, kedua, sampai

dengan kuintil kelima. Pada kuintil 5, terlihat besarnya pengeluaran pada sub kelompok makanan dan minuman jadimencapai 36,50 persen menduduki peringkat pertama.

Tabel 2. Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Provinsi Banten Tahun 2022 - 2023

Kelompok Komoditas	Tahun	
	2022	2023
Makanan dan Minuman Jadi	281.437	297.845
Jumlah Makanan	830.111	847.452

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan Tabel 2, rata-rata pengeluaran per kapita dalam sebulan berdasarkan kelompok komoditas makanan dan minuman jadi di Provinsi Banten menunjukkan adanya peningkatan sebesar 5,83 persen dalam kurun waktu satu tahun. Salah satu produk dalam makanan dan minuman jadi yaitu merupakan roti. Maka dapat disimpulkan bahwa seiring dengan meningkatnya pengeluaran konsumsi makanan dan minuman jadi, konsumsi produk roti masyarakat Indonesia khususnya di Provinsi Banten juga ikut meningkat.

Tabel 3. Tingkat Partisipasi Konsumsi Menurut Jenis Makanan di Daerah Perkotaan dan Perdesaan



Jenis Makanan	Tahun	
	2022	2023
Roti Tawar	16,23 %	14,73 %
Roti Manis & Roti Lainnya	61,21 %	63,78 %
Kue Kering, Biskuit & Semprong	41,89 %	42,74 %
Kue Basah	57,17 %	60,42 %

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Tingkat partisipasi konsumsi merupakan perbandingan antara rumah tangga yang mengonsumsi komoditas tertentu dengan jumlah seluruh rumah tangga. Tingkat partisipasi Konsumsi di daerah Perkotaan dan Perdesaan pada tahun 2023 mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Berdasarkan Tabel 3, kategori roti tawar mengalami sedikit penurunan sebesar 1,5 persen. Kategori roti manis dan roti lainnya mengalami peningkatan sebesar 2,57 persen. Kategori kue kering, biskuit, dan semprong meningkat sebesar 0,85 persen serta kategori kue basah meningkat sebesar 3,12 persen. Maka dari itu, industri makanan dan minuman khususnya industri roti berupaya untuk meningkatkan kualitas serta efisiensi penjualan untuk meningkatkan daya saing mereka.

Industri roti sebagai salah satu penyumbang perputaran roda ekonomi yang semakin berkembang di sektor bagian makanan dan minuman. Pertumbuhan industri ini dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup, di mana masyarakat kini lebih cenderung mengonsumsi roti sebagai bagian dari sarapan, sebagai teman kopi, dan sebagainya. Peningkatan permintaan terhadap produk roti mendorong perusahaan ini untuk lebih memahami posisinya, memungkinkan pengembangan strategi yang efektif untuk bersaing dengan pesaing (Siregar, 2020). Industri roti merupakan sebuah usaha yang memanfaatkan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya yaitu dipanggang dalam oven. Dalam ilmu pangan, roti dikategorikan ke dalam produk *bakery*, bersama dengan kue, biskuit, roll, kraker, dan *pie* (Maharputrananda et al., 2022). Roti merupakan produk *bakery*, yang diperkenalkan paling pertama dan memiliki popularitas yang tinggi. Saat ini, roti sudah menjadi pola makan di masyarakat, khususnya di daerah perkotaan yang kehidupannya sibuk. Tidak jarang, roti dikonsumsi sebagai sarapan, kudapan dan makanan siap santap ketika dibutuhkan. Keberadaan roti yang mulai disukai oleh semua lapisan masyarakat menjadikan peluang usaha industri roti ini semakin menjanjikan di mana hal ini ditunjukkan dengan perkembangan pesat dalam industri roti (Oktamala, 2014).

Golden Bakery merupakan salah satu usaha yang bergerak di industri makanan dan minuman, dalam hal ini *bakery*. Golden Bakery berdiri sejak Oktober 2020 di mana awalnya bermula dari *online* store. Namun dengan seiring berjalannya waktu Golden Bakery membuka *offline* store-nya yang terletak di Citra Raya pada Agustus 2021 setelah melakukan *test market* dan mendapatkan *feedback*.

Golden Bakery kini memiliki 4 cabang *outlet* yang terletak di Citra Raya, *Food Junction* Universitas Pelita Harapan, Gading Serpong, dan kantin Universitas Tarumanegara. Golden Bakery Citra Raya beroperasi setiap harinya mulai dari pukul 06.00-21.00. Golden Bakery menyediakan berbagai jenis produk, mulai dari roti hingga kue kering yang di mana dapat dibeli langsung di toko dan juga secara *online*. Tidak hanya itu, Golden Bakery juga menerima order untuk *event-event* besar perusahaan.

Tabel 4. Kategori Produk Golden Bakery

Kategori	Total Jenis
Roti	28
Kue	13
<i>Cookies</i>	7
<i>Whole Cake</i>	12

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Golden Bakery terdiri 4 kategori produk, yaitu roti dengan jumlah 28 jenis, kue dengan jumlah 13 jenis, *cookies* dengan jumlah 7 jenis, dan *whole cake* dengan jumlah 12 jenis. Produk kategori roti terdiri dari roti asin, roti manis, dan juga roti tawar. Produk kategori kue terdiri dari 4 tipe *roll cake*, 8 *slice cake* dan *brownies*. Produk kategori *cookies* terdiri dari kue kering dengan tekstur dan yang beragam. Produk kategori *whole cake* terdiri dari kue-kue yang desainnya bervariasi dan juga menarik. Melalui data tersebut, baru kemudian akan menemukan data yang mendetail mengenai performa penjualan setiap produk, mulai dari Januari hingga Juni. Laporan ini memiliki fungsi sebagai salah satu alat untuk menentukan produk-produk atau kategori produk mana yang dapat dimasukkan kedalam rekayasa menu yang nantinya akan dianalisa.

Tabel 5. Data Penjualan Golden Bakery Periode Januari-Juni Tahun 2023

Bulan	Roti	<i>Whole Cake</i>	<i>Cookies</i>	<i>Cakes</i>
Januari	5665	171	2164	1894
Februari	5891	132	132	1542
Maret	6780	185	175	1457
April	5431	127	2382	2145
Mei	5527	185	148	1177
Juni	6567	192	144	1111
Rata-Rata Penjualan	5.976.83	165.33	857.50	1.554.33

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan Tabel 5, kategori roti memiliki rata-rata penjualan tertinggi, sedangkan kategori *whole cake* memiliki rata-rata penjualan terendah. Kategori kue memiliki rata-rata penjualan yang cukup tinggi, namun tidak dapat dipungkiri bahwa angka penjualannya mengalami penurunan selama periode Januari hingga Juni 2023. Angka penjualan dari bulan Januari ke bulan Maret mengalami penurunan sebesar 23 persen, sedangkan di



bulan April meningkat sebesar 47 persen. Namun, di bulan Mei hingga Juni penjualan menunjukkan adanya penurunan yang drastis sebesar 48 persen. Produk dalam Kategori *Cake* mengalami rata-rata penurunan sebesar 1,56 persen dalam kurun waktu enam bulan.

Berdasarkan data-data penjualan di atas, dapat dilihat bahwa preferensi konsumen berubah terus menerus mengikuti tren konsumsi atau pasar. Produk yang populer dan laris manis pada bulan tersebut tidak menjamin produk akan tetap relevan kedepannya. Maka dari itu, memiliki strategi yang tepat terhadap penawaran produk adalah kunci untuk kesuksesan sebuah usaha dalam jangka waktu yang panjang. *Rekayasa Menu* atau *Rekayasa menu* dapat diterapkan dengan melakukan analisis sebagai bentuk antisipasi terhadap menu-menu yang penjualannya kurang baik atau produk-produk yang kurang populer di kalangan pelanggan. Tidak hanya itu, *menu engineering* dapat memberikan wawasan yang diperlukan untuk membuat keputusan tersebut bukan hanya dari intuisi tetapi berdasarkan data-data yang jelas.

Rekayasa menu adalah suatu metode manajemen yang menggabungkan analisis makanan, preferensi konsumen, dan tingkat penjualan untuk melakukan pengelompokan dan meningkatkan item menu atau produk secara optimal. Meskipun *menu engineering* ini sudah cukup dikenal dalam industri makanan dan minuman, belum semua bisnis skala UMKM atau menengah memahaminya. Teknik ini terdiri dari empat kategori utama, yakni *Star*, *Plowshore*, *Puzzle*, dan *Dog*. Dengan menerapkan metode *rekayasa menu*, bisnis dapat mengidentifikasi produk yang paling menguntungkan, menentukan item yang perlu dipromosikan lebih intensif, dan mengetahui produk yang perlu dihentikan atau diperbaiki. Ide dasar dari *menu engineering* muncul karena kebutuhan untuk memahami perilaku konsumen dan dinamika penjualan dalam industri kuliner. Setiap item dalam menu memiliki peran khusus, baik sebagai bintang yang memberikan keuntungan tinggi dan permintaan tinggi, sebagai *dog* yang memiliki permintaan dan keuntungan rendah, atau bahkan sebagai *puzzle* yang memiliki permintaan tinggi namun keuntungan rendah. Dengan pemahaman terhadap kategori ini, manajemen *Golden Bakery* dapat melakukan penyesuaian strategis sesuai kebutuhan. *Golden Bakery* dikenal dengan *Golden Buns* di mana produk ini menjadi ikon dari toko roti tersebut. *Golden Buns* tersedia mulai dari roti manis, roti asin hingga roti tawar yang dimana produksi dilakukan setiap hari. Ciri khas dari *Golden Buns*, adalah isian atau filling roti di *Golden Bakery* sebagai produk yang unggul, oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui produk-produk mana saja yang populer dan yang kurang populer berdasarkan hasil analisa dengan menggunakan metode *rekayasa menu*. Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi *Golden Bakery*, dan juga bagi industri bakery secara keseluruhan di Indonesia.

II. KAJIAN LITERATUR

1. *Rekayasa Menu*

a) Pengertian Menu

Foskett et al. (2007), mengemukakan bahwa menu adalah daftar jenis makanan beserta harga masing-masing produk yang ditawarkan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberikan nilai terhadap sejumlah uang terhadap makanan yang disajikan.

b) Pengertian *Rekayasa Menu*

Menu merupakan alat yang paling penting yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan operasi makanan dan minuman. Ninemeier (2013), menyatakan bahwa *rekayasa menu* atau *menu engineering* adalah pendekatan yang semakin populer untuk masalah mengevaluasi menu. Hal-hal terpenting yang perlu diukur untuk menilai seberapa baik suatu item menu adalah popularitas dan profitabilitasnya. Proses *rekayasa menu* menggunakan informasi yang mudah diperoleh oleh manajer makanan dan minuman untuk melakukan pengelompokan item menu kedalam empat tipe, yaitu:

- 1) *Star*: Item yang populer dan menguntungkan
- 2) *Plowhorse*: Item yang tidak menguntungkan namun populer
- 3) *Puzzle*: Item yang menguntungkan tetapi tidak populer
- 4) *Dog*: Item yang tidak menguntungkan dan tidak populer

2. Profitabilitas

Dasar untuk mengukur tingkat profitabilitas setiap item menu adalah margin kontribusi rata-rata. Margin kontribusi yang tinggi untuk suatu item menu akan sama atau lebih besar dari margin kontribusi rata-rata untuk semua item.

$$\begin{aligned} \text{Total Kontribusi Margin} \\ &= \text{Total Pendapatan Menu} \\ &\quad - \text{Total Biaya Menu} \end{aligned}$$

Kemudian, rata-rata margin kontribusi dihitung dengan membagi total margin kontribusi menu dengan total jumlah item menu yang terjual atau dapat dirumuskan menjadi:

$$\begin{aligned} \text{Average Contribution Margin (ACM)} \\ &= \frac{\text{Total Contribution Margin}}{\text{Total Number of Items Sold}} \end{aligned}$$

Rumus untuk menghitung margin kontribusi individu untuk setiap item menu dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Margin Kontribusi Individu} \\ &= \text{Pendapatan Individu Menu} \\ &\quad - \text{Biaya Individu Menu} \end{aligned}$$

Selanjutnya, untuk melakukan evaluasi tingkat profitabilitas setiap item, dapat dilakukan perbandingan margin kontribusi individu dari masing-masing item menudengan rata-rata margin kontribusi untuk setiap item menu, dengan kriteria :



Dengan demikian, item menu dapat dianggap menguntungkan jika kontribusinya sama atau melebihi rata-rata margin kontribusi untuk semua item menu.

3. Popularitas

Dasar pengukuran tingkat popularitas setiap item menu disebut dengan indeks popularitas. Indeks ini didasarkan pada konsep popularitas yang diharapkan, dimana, untuk ujian analisis, diasumsikan bahwa setiap item menu memiliki tingkat popularitas yang sama. Hal ini berarti bahwa setiap item diharapkan memberikan kontribusi penjualan menu yang sama. Oleh karena itu, popularitas yang diharapkan dari setiap item menu dihitung dengan hanya membagi 100% (mewakili total penjualan) dengan jumlah item pada menu atau dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Expected Contribution Margin} = \frac{100\%}{\text{Jumlah Item Pada Menu}}$$

Menu Engineering mengasumsikan bahwa suatu item dianggap populer jika penjualannya mencapai 70% dari yang diharapkan. Oleh karena itu, indeks popularitas untuk item pada suatu menu didefinisikan sebagai 70% dari popularitas yang diharapkan dari setiap item pada menu tersebut. Konsep indeks popularitas memungkinkan pengukuran tingkat popularitas relatif dari setiap item yang ada dalam menu. Dengan menggunakan alat-alat menu engineering ini, manajer dapat melakukan evaluasi profitabilitas dan popularitas item menu dan mengelompokkannya sebagai stars, plowhorses, puzzles, atau dogs. Hasil evaluasi ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas menu.

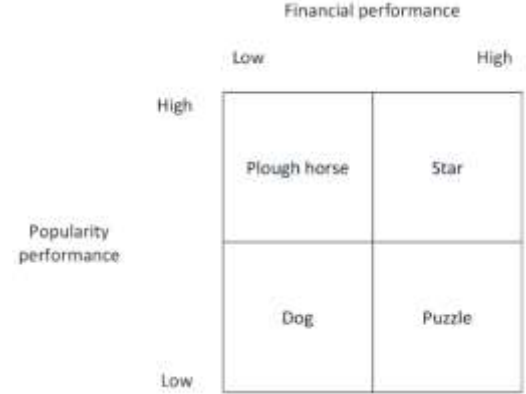
4. Mengevaluasi Item Menu

Menu Item	Menu No.	Menu Price	Menu Cost	Menu CM	Menu CM %	Menu Sales	Menu CM	Menu CM %	Menu CM %	Menu CM %	Menu CM %
Chicken Dinner	420	12.00	4.50	7.50	62.5%	1,200,000	900,000	75%	High	High	Star
Hot Dog	100	1.50	0.50	1.00	66.7%	1,000,000	1,000,000	100%	Low	Low	Dog
... (other items)

Gambar 1. Menu Engineering Worksheet. Sumber: Ninemier (2013)

- A = Menu Item
- B = Number Sold
- C = Menu Mix %
- D = Food Cost
- E = Sales Price
- F = Item Contribution Margin (E-D)
- G = Menu Cost (D*B)
- H = Total Sales (E*B)

- I = Combined Menu Cost of All Items
- J = Combined Menu Revenues of All Items
- K (Food Cost %) = I : J
- L (Menu CM) = F · B
- M = Combined Menu CM of All Items
- N = Total Items Sold
- O (Average Contribution Margin) = M : N
- P (Contribution Margin Rating) = if the item's F > O, then the item is designated a high contribution margin rating.
- Q = (I : Total Number of Menu Items) · 0.7
- R (Menu Mix Rating) = If The Item's C > Q, then the item is designated a high menu mix rating; if the item's C < Q, then is designated a low menu mix rating
- S = Menu Item Classification



Gambar 2. Matriks Menu Engineering. Sumber: Davis et al., (2018)

Keempat kotak matriks umumnya memiliki klasifikasi nama yang menunjukkan kinerja item tertentu dalam menu yaitu sebagai berikut (Davis et al., 2018).

- 1) *Star*: Item menu yang memiliki campuran menu (popularitas) yang tinggi dan juga margin kontribusinya rendah.
- 2) *Plowhorse*: Item menu yang campuran menu yang tinggi (popularitasnya) tetapi margin kontribusinya rendah.
- 3) *Puzzle*: Item menu yang campuran menu yang rendah (popularitasnya) dan margin kontribusinya tinggi.
- 4) *Dog*: Item menu yang campuran menu yang rendah (popularitasnya) dan margin kontribusinya rendah.

5. Indeks Popularitas

Menurut (Dittmer et al., 2009), indeks popularitas merupakan perbandingan penjualan suatu produk pada menu tertentu dengan total penjualan semua produk pada menu.

$$\text{Indeks Popularitas} = \frac{\text{Total Penjualan Item}}{\text{Total Penjualan Semua Item}} \times 100$$

Dengan memahami rumus ini, perusahaan makanan dan minuman dapat dengan mudah menyesuaikan dan membandingkan seberapa populer berbagai item di



menumereka. Melakukan analisis ini secara rutin dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat untuk menyesuaikan strategi bisnis.

6. Kue dan Bakery

Kue atau *cake* adalah adonan yang terbuat dari tepung terigu, gula, dan mentega yang kemudian dipanggang dengan menggunakan oven. Orang-orang dari berbagai kalangan menggemari produk kue mulai dari anak-anak hingga orang tua. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepopuleran sebuah *cake* adalah dari rasanya yang manis dan tampilannya yang menarik. *Cake* biasanya dijadikan sebagai *dessert*. Sedangkan menurut (Gisslen, 2021), kue merupakan semua produk kue panggang yang manis, kaya akan gula dan lemak. Menurut Wijaya (2019) merupakan bagian dari patiseri yang terdiri dari roti, kue, *pastry* dan *cookies*. Pengelolaan hidangan khususnya hidangan penutup atau *dessert*, dilakukan oleh bagian *pastry* dan *bakery*. *Pastry* dan *bakery* tidak hanya mengolah kue, tetapi juga meliputi es krim, puding, makanan ringan (*snack*), cokelat, permen, dan lain-lain.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deksriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian deskriptif merupakan sebuah penelitian dengan tujuan memahami nilai dari variabel mandiri baik itu dari satu variabel atau lebih (independen) tanpa melakukan perbandingan atau kaitannya dengan variabel lainnya. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang meneliti pada kondisi ilmiah yang berdasarkan padafilsafat postpositivisme, di mana dalam hal ini peneliti merupakan instrumen kunci

Menurut Sugiyono (2019), dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dalam berbagai bentuk, seperti buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar, yang berupa laporan dan keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dalam penelitian kualitatif, teknik observasi dan wawancara dilengkapi dengan adanya studi dokumentasi. Kemudian teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi yaitu gabungan antara observasi, wawancara, serta dokumentasi.

1. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data, dengan melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian

2. Wawancara

Metode wawancara bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai objek dari penelitian

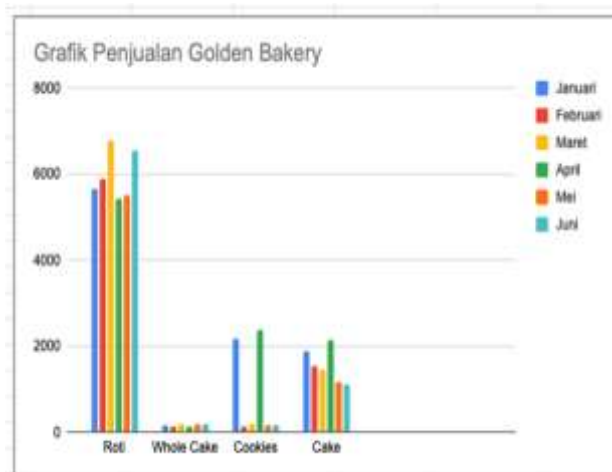
3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi biasanya berbentuk tulisan dan gambar seperti menu *history of sales* dan *food cost*

Metode ini memiliki tujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menjawab rincian permasalahan dalam penelitian yang di mana akan meneliti seorang individu, kelompok atau kejadian semaksimal mungkin.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan mengelompokkan produk ke dalam kategori *Stars*, *Plowhorses*, *Puzzles*, dan *Dogs*, kita dapat mengidentifikasi produk yang perlu dipromosikan, ditingkatkan efisiensinya, atau bahkan dihapus dari menu. Selain itu, mempertimbangkan faktor musiman yang mempengaruhi penjualan, terutama terkait dengan hari besar, dapat membantu dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif. Rekomendasi untuk meningkatkan penjualan mencakup diversifikasi produk kue dengan varian baru, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan melakukan promosi yang disesuaikan dengan momen tertentu. Dengan demikian, penerapan *menu engineering* diharapkan dapat membantu Golden Bakery meningkatkan kinerja kategori kue secara signifikan. Terdapat 4 kategori produk yang dijual oleh Golden Bakery, yaitu roti, kue, *cookies* dan *whole cake*. Berikut adalah grafik penjualan dari masing-masing kategori tersebut:



Gambar 4. Grafik Penjualan Produk Golden Bakery
Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan grafik penjualan pada gambar diatas, kategori roti menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan dalam penjualan selama periode januari hingga juni tahun 2023. Kategori *whole cake* menunjukkan penjualan yang cukup konstan dalam periode waktu yang sama. Kategori produk *cookies* menunjukkan bahwa penjualan cenderung fluktuatif dikarenakan adanya hari besar. Kategori kue menunjukkan adanya kecenderungan penurunan dalam rata-rata penjualan yaitu sebesar 1,56 persen. Untuk mengatasi hal ini, metode menu engineering digunakan untuk menganalisis kinerja produk kue berdasarkan popularitas dan profitabilitas. Maka dari itu, kategori produk kue dipilih dalam penelitian ini dengan menggunakan *menu engineering* untuk menganalisis penjualan produk-produk dalam kategori kue. Berikut merupakan *worksheet menu engineering* di Golden Bakery:



No	Menu Item	Volume	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit	Unit
1	Brownies	654	5%	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700	32.700
2	American Chocolate Slice	210	5%	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500	10.500
3	Red Velvet Slide	150	5%	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500
4	Baked Cheesecake Slice	180	5%	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
5	Opera Slice	180	5%	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
6	Swissroll Keju	60	5%	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
7	Swissroll Cokelat	60	5%	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
8	Swissroll Talas	60	5%	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
9	Swissroll Pandan Kaya	60	5%	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
10	Rainbow Slice	150	5%	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500
11	Bolu Slice	150	5%	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500
12	Lapis Surabaya	150	5%	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500
13	Tiger Roll Mocca	150	5%	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500
14	Total CM																		
15	Total CM																		

Gambar 5. Worksheet Menu Engineering
Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

1. Indeks Popularitas

Indeks popularitas atau menu mix merupakan analisis tingkat kegemaran tamu terhadap makanan yang terdapat dalam menu atau tingkat popularitas makanan dalam menu. Dengan memahami rumus ini, perusahaan makanan dan minuman dapat dengan mudah menyesuaikan dan membandingkanseberapa populer berbagai item di menu mereka. (Dittmer et al., 2009).

- a) Menghitung *Contribution Margin* (CM)

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

Produk Brownies memiliki *selling price* Rp. 75.000 dan *Food Cost* Rp 35.000

$$CM = \text{Rp. } 75.000 - \text{Rp. } 35.000$$

$$CM = \text{Rp. } 40.000$$

- b) Menentukan Total *Contribution Margin* (Total CM)

$$\text{Total CM} = \text{CM Item} \times \text{Sold Item}$$

$$\text{Total CM} = \text{Rp. } 40.000 \times 654$$

$$\text{Total CM} = \text{Rp. } 26.160.000$$

- c) Menghitung Persentase *Contribution Margin* (CM%) dari setiap makanan

$$CM\% = \frac{CM}{\text{Total CM}} \times 100\%$$

$$CM\% = \frac{\text{Rp. } 40.000}{\text{Rp. } 26.160.000} \times 100\%$$

$$CM\% = 15\%$$

- d) Menentukan *Contribution Margin Category* (CMC) dari setiap makanan

Menentukan *contribution margin category* dengan kategorisasi *High* atau *Low* berdasarkan nilai rata-rata *contribution margin* (*average contribution margin*). Menentukan *contribution margin category* dari setiap menu dilakukan dengan menentukan nilai rata-rata *contribution margin* dengan membagi total *contribution margin* dengan total *menu sold*

$$ACM = \frac{\text{Total CM}}{\text{Total Item of Item Sold}}$$

$$ACM = \frac{\text{Rp. } 26.160.000}{3.072}$$

$$ACM = 8.515$$

$$ACM = 8.835$$

Terdapat kriteria dalam menentukan *Contribution Margin Category* dari setiap jenis makanan, yaitu:

- $CM > \text{Average CM}$ Memiliki arti *High*
 - $CM < \text{Average CM}$ Memiliki arti *Low*
- CM Brownies yaitu Rp. 45.000 lebih besar dari *average CM* Rp. 8.835. Maka dari itu, CM Brownies berarti masuk keadalam kategori *High* atau tinggi.

Tabel 7. Kontribusi Margin Produk Kue

Menu Item	CM	CMC
Brownies	Rp. 45.000	High
American Chocolate Slice	Rp. 15.000	High
Red Velvet Slide	Rp. 15.000	High
Baked Cheesecake Slice	Rp. 23.000	High
Opera Slice	Rp. 18.000	High
Swissroll Keju	Rp. 4.500	Low
Swissroll Cokelat	Rp. 4.500	Low
Swissroll Talas	Rp. 4.500	Low
Swissroll Pandan Kaya	Rp. 4.500	Low
Rainbow Slice	Rp. 5.000	Low
Bolu Slice	Rp. 4.500	Low
Lapis Surabaya	Rp. 6.000	Low
Tiger Roll Mocca	Rp. 5.000	Low

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

- e) Menentukan Klasifikasi Menu Item
- Menentukan klasifikasi menu item berdasarkan *MM % Category* (*High/Low*) dan *CM Category* (*High/Low*). Dilakukan dengan melakukan perbandingan *contribution margin* dan membandingkan menu mix percentage setiap item dengan *average menu mix percentage*. Dengan langkah-langkah yang sama, maka ditemukan hasil klasifikasi menu dari ke-13 produk dalam kategori Kue.

Tabel 8. Klasifikasi Menu Produk Kue

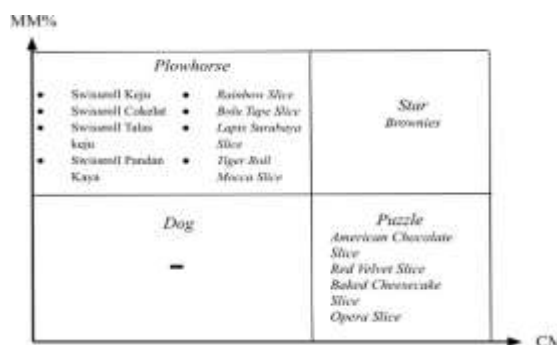
Menu Item	MMC	CMC	Klasifikasi
Brownies	High	High	Star
American Chocolate Slice	Low	High	Puzzle
Red Velvet Slide	Low	High	Puzzle
Baked Cheesecake Slice	Low	High	Puzzle
Opera Slice	Low	High	Puzzle
Swissroll Keju	High	Low	Plowhorse
Swissroll Cokelat	High	Low	Plowhorse



Swissroll Talas Keju	High	Low	Plowhorse
Swissroll Pandan Kaya	High	Low	Plowhorse
Rainbow Slice	High	Low	Plowhorse
Bolu Slice	High	Low	Plowhorse
Lapis Surabaya Slice	High	Low	Plowhorse
Tiger Roll Mocca Slice	High	Low	Plowhorse

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Menu *mix percentage* (MM) dan *contribution margin* (CM), setiap item dapat diklasifikasikan ke dalam 4 kategori, yaitu *Star*, *Puzzle*, *Plowhorse*, dan *Dog*. Berikut merupakan matriksnya:



Gambar 6. Matriks Rekayasa Menu.

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan analisa di atas, ditemukan hasil sebagai berikut.

- 1) Kategori *Stars*: *High MM* dan *high CM*. Produk *stars* terdiri dari 1 item menudengan persentasi 7,69% yaitu produk brownies.
- 2) Kategori *Puzzle*: *Low MM* dan *high CM*. Produk *puzzle* terdiri dari 4 item menudengan persentasi 30,76% yaitu produk *American Chocolate Slice*, *Red Velvet Slice*, *Baked Cheesecake Slice*, *Opera Slice*.
- 3) Kategori *Plowhorse*: *High MM* dan *low CM*. Produk *Plowhorse* terdiri dari 8 item menu dengan persentasi 61,53% yaitu produk *Swissroll Keju*, *Swissroll Cokelat*, *Swissroll Talas Keju*, *Swissroll Pandan Kaya*, *Rainbow Slice*, *Bolu Tape Slice*, *Lapis Surabaya Slice*, & *Tiger Roll Mocca Slice*.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan terhadap produk kue di Golden Bakery, dapat disimpulkan bahwa terdapat variasi dalam kinerja penjualan yang signifikan di antara produk-produk yang ditawarkan. Penggunaan metode rekayasa menu telah memungkinkan identifikasi yang jelas mengenai kategori produk berdasarkan popularitas dan profitabilitasnya. Dari analisis yang dilakukan, produk brownies muncul sebagai

kategori "Star," yang menunjukkan permintaan tinggi dan margin kontribusi yang baik. Sementara itu, produk dalam kategori "Puzzle" seperti *American Chocolate Slice*, *Red Velvet Slice*, *Baked Cheesecake Slice*, dan *Opera Slice* menunjukkan potensi keuntungan yang tinggi tetapi kurang populer, yang perlu ditingkatkan melalui strategi pemasaran yang lebih efektif.

Berdasarkan hasil analisa pada pembahasan diatas, dapat kita ketahui bahwa indeks popularitas produk kue ditentukan dengan menggunakan perhitungan menu mix dari 13 produk kue yang ada. Dari hasil yang didapatkan, ditemukan bahwa terdapat 9 produk yang merupakan produk dengan indeks popularitas tertinggi, dan 4 produk merupakan produk dengan indeks popularitas terendah. Klasifikasi produk kue ditentukan dengan menggunakan *contribution margin* dan *menu mix* dari 13 produk kue yang ada. Dari hasil yang didapatkan, klasifikasi produk kue meliputi 3 klasifikasi, yaitu *star* terdiri dari 1 produk, *plowhorse* terdiri dari 8 item, dan *puzzle* terdiri dari 4 item.

Adapun saran yang diberikan untuk produk kue dengan indeks popularitas rendah dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produk kue di Golden Bakery, Citra Raya, antara lain seperti melakukan analisis yang mendalam terhadap penjualan dan tingkat popularitas produk tersebut. Mendengarkan review atau *feedback* dari pelanggan mengenai produk kue. Mengembangkan inovasi produk kue sesuai tren, seperti *cromboloni* yang saat ini sedang viral. Menyertakan menu dari produk kue dalam program promosi dengan *advertising* melalui menggunakan media sosial. Memperhatikan tata letak produk di toko, disarankan untuk produk kue tersebut untuk diletakkan di area yang lebih baik dan mudah dilihat oleh pelanggan. Pemanfaatan pesanan secara *online* juga dapat dilakukan melalui aplikasi *delivery* serta membuat program loyalitas pelanggan. Evaluasi terhadap penjualan dan popularitas produk sebaiknya dilakukan secara berkala dengan menyesuaikan strategi berdasarkan respon pasar saat ini

Secara keseluruhan, Golden Bakery memiliki kesempatan untuk meningkatkan penjualan kategori kue dengan melakukan diversifikasi produk, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan melakukan promosi yang terfokus pada produk yang kurang populer. Penerapan strategi rekayasa menu ini tidak hanya akan membantu dalam meningkatkan daya saing, tetapi juga dalam merespons perubahan preferensi konsumen secara lebih efektif. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi Golden Bakery dalam pengembangan strategi bisnis yang lebih berkelanjutan dan adaptif terhadap dinamika pasar.

VI. REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia per Provinsi Maret 2022* (Vol. 3). Badan Pusat Statistik RI.
- Badan Pusat Statistik. (2023a). *Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia Maret 2023* (Vol. 27). Badan Pusat Statistik RI.

- Badan Pusat Statistik. (2023b). *Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia per Provinsi Maret 2023* (Vol. 27). Badan Pusat Statistik RI.
- Hutami, N. D., Priyatama, A. N., & Satwika, P. A. (2020). Kepuasan konsumen dan intensi pembelian ulang produk kue artis pada mahasiswa. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 25(1), 73-84.
- Ishak, R., Widyastuti, H., & Setiaji, S. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Kue Dan Roti Berbasis Web Pada Yuki Bakery Jakarta. *Swabumi*, 6(1), 27-34.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022). *Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Maharputrananda, T. K., Febriana, R., & Priyono, P. (2022). Pengembangan aplikasi perhitungan harga jual berbasis Android pada bidang usaha roti. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 9(2), 232–244. <https://doi.org/10.21831/jitp.v9i2.52346>
- Mulyani, Y., & Tuatul, T. (2015). Analisis Menu Engineering Hotel Grand Jatra Balikpapan Sebagai Langkah Penetapan Menu Cycle Praktikum Patiseri Program Studi Tata Boga Politeknik Negeri Balikpapan. *JST (Jurnal Sains Terapan)*, 1(1)
- Nugroho, A., & Meisak, D. (2023). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Toko Kue JP Bakery And Cake. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Komputer (JAKAKOM)*, 3(1), 491-500.
- Oktamala, T. D. (2014). *Hubungan Penguasaan Pengolahan Roti Terhadap Kepercayaan Diri Karyawan Di Toko Aroma Bakery Medan*. Universitas Negeri Medan.
- Osama, M. F., Purnamasari, I., & Mayasari, R. (2023). Rancang Bangun Aplikasi Pemesanan Kue Berbasis Multiplatform untuk Mendukung Langkah Ekonomi Digital. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(4), 2877-2883.
- Siregar, A. P. H. (2020). Analisis Strategi Bersaing Toko Roti X Berdasarkan IE- Matriks. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 1–20.
- Setyabudhi, A. L. (2021). Analisis Korelasi Peningkatan Kapasitas Penjualan Terhadap Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Pada Toko Bahan Kue Lestari Batam. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 7(1), 33-37
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta