ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol.5, No.11, Oktober 2026

Analisis Menu Engineering Makanan dan Minuman pada *Restaurant C*

Tiara Novita Dewi[1], I Gusti Agung Wiryanata[2], Ni Luh Riska Yusmarisa[3]
[1,2,3]Manajemen Akuntansi Hospitaliti, Politeknik Pariwisata Bali, Indonesia
E-mail: tiarand2004@gmail.com[1], agugwiryanata@ppb.ac.id[2], niluhriska@ppb.ac.id[3]

Article History:
Received: 28 Juli 2026
Revised: 20 September 2026
Accepted: 08 Oktober 2026

Keywords: *Menu Engineering, Margin Kontribusi, Restaurant, Volume Penjualan.*

Abstrak: *Tujuan penelitian ini adalah menganalisis menu engineering makanan dan minuman pada Restaurant C. Penelitian dilatarbelakangi oleh ketidaksesuaian antara margin laba dan volume penjualan menu, di mana menu dengan volume penjualan tinggi justru memiliki margin laba rendah, sementara menu dengan margin laba tinggi hanya memiliki volume penjualan rendah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi data penjualan, harga pokok produksi, serta harga jual periode Desember 2025. Analisis data dilakukan melalui empat tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Perhitungan menu engineering menggunakan margin kontribusi dan volume penjualan dengan ambang batas 70 persen. Hasil penelitian menunjukkan Restaurant C memiliki 38 menu Stars, 41 menu Puzzles, 47 menu Plowhorses, dan 54 menu Dogs. Peneliti merekomendasikan perbaikan menu Dogs, penurunan harga terbatas pada menu Puzzles, serta pengembangan menu baru untuk menciptakan menu Stars.*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya di Provinsi Bali. Perkembangan industri pariwisata meningkatkan aktivitas ekonomi pada berbagai sektor pendukung, seperti hotel, restoran, transportasi, dan jasa lainnya. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali menunjukkan bahwa inflasi *year-on-year* pada Februari 2025 mencapai 1,21% dengan Indeks Harga Konsumen (IHK) meningkat dari 105,95 pada Februari 2024 menjadi 107,23 pada Februari 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi di Bali terus berkembang seiring meningkatnya permintaan terhadap barang dan jasa, termasuk jasa akomodasi dan restoran (BPS Provinsi Bali, 2025). Putra et al. (2024) menyatakan bahwa perkembangan pariwisata perlu dikelola secara berkelanjutan agar mampu menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya, dan kelestarian lingkungan.

Restoran menjadi salah satu sektor pendukung pariwisata yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan wisatawan akan makanan, minuman, dan pengalaman bersantap yang berkualitas. Nugraheni dan Aliyah (2021) menjelaskan bahwa perkembangan sektor pariwisata

mendorong pertumbuhan industri hotel dan restoran sebagai penyumbang pendapatan daerah. Saniantara dan Widiastini (2023) menambahkan bahwa keberhasilan restoran tidak hanya ditentukan oleh kualitas makanan dan minuman yang disajikan, tetapi juga oleh kualitas pelayanan serta efektivitas pengelolaan operasional restoran. Pengadaan bahan makanan yang baik juga mempengaruhi penetapan standar *food cost* yang pada akhirnya mempengaruhi laba departemen makanan dan minuman (Wiryanata, 2022). Oleh karena itu, restoran perlu menerapkan strategi pengelolaan yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus profitabilitas usaha.

Manajemen menu merupakan salah satu strategi yang digunakan restoran untuk mengoptimalkan penjualan dan keuntungan. Wiyasa (2014) menjelaskan bahwa manajemen menu bertujuan mengendalikan harga pokok makanan serta mengoptimalkan margin kontribusi melalui analisis kinerja setiap item menu. Salah satu teknik yang banyak diterapkan adalah *menu engineering*, yaitu metode analisis yang mengelompokkan menu berdasarkan tingkat popularitas dan margin kontribusinya. Miranti et al. (2025) menyatakan bahwa *menu engineering* membantu manajemen restoran menentukan menu yang perlu dipertahankan, dipromosikan, dimodifikasi, atau dihapus sehingga pengelolaan menu menjadi lebih efektif dan efisien.

Penetapan harga turut memengaruhi keberhasilan penerapan *menu engineering* dalam meningkatkan profitabilitas restoran. Eriswanto dan Kartini (2019) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing di pasar. Nawangsari (2022) menjelaskan bahwa harga jual harus mampu menutup seluruh biaya produksi maupun nonproduksi sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang optimal. Oleh karena itu, analisis margin kontribusi setiap menu menjadi dasar penting dalam penyusunan strategi penjualan dan pengambilan keputusan manajerial.

Restaurant C masih menghadapi permasalahan dalam pengelolaan portofolio menu berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan. Beberapa menu memiliki volume penjualan tinggi tetapi menghasilkan margin kontribusi yang rendah, sedangkan menu lain memiliki margin kontribusi tinggi namun kurang diminati pelanggan. Hasil wawancara dengan pihak manajemen juga menunjukkan bahwa restoran masih menerapkan target *yield cost* yang berbeda pada setiap kelompok minuman sehingga perhitungan margin kontribusi belum seragam. Kondisi tersebut menyebabkan proporsi menu kategori *dogs* masih relatif tinggi dibandingkan hasil penelitian terdahulu sehingga diperlukan evaluasi terhadap penerapan *menu engineering* sebagai dasar penyusunan strategi pengelolaan menu yang lebih efektif.

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan *menu engineering* pada *Restaurant C* dengan mengidentifikasi tingkat popularitas dan margin kontribusi setiap item menu serta merumuskan strategi pengelolaan menu yang dapat meningkatkan profitabilitas restoran. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen restoran dan menjadi masukan praktis bagi manajemen *Restaurant C* dalam mengoptimalkan kinerja penjualan menu di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif.

LANDASAN TEORI

KONSEP HARGA JUAL

Harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung dari biaya-biaya produksi ditambah biaya non-produksi dan ditambahkan dengan laba yang diharapkan (Deri et al., 2023). Empat metode penentuan harga jual yang biasanya digunakan oleh perusahaan yaitu penentuan harga jual dalam keadaan normal, penentuan harga jual dalam *cost type contract*, penentuan harga jual pesanan khusus, dan penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah (Evi & Richad, 2020).

Harga jual produk merupakan nilai tukar yang diberikan oleh produsen kepada konsumen sebagai patokan harga yang harus dibayar nantinya. Strategi harga jual dibagi menjadi dua, antara lain yaitu *skimming pricing*. Dalam strategi ini, perusahaan memberikan harga yang tinggi pada suatu produk ketika produk tersebut baru pertama kali diluncurkan. *Penetration pricing* merupakan strategi penetapan harga yang rendah dengan tujuan memperoleh pangsa pasar yang luas. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan yang sistematis dan informatif dalam menetapkan harga jual (Salwa et al., 2022).

HARGA POKOK PRODUKSI (HPP)

Harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa selama periode bersangkutan. Harga pokok produksi merupakan biaya untuk memperoleh barang jadi yang siap dijual (Deri et al., 2023). Perhitungan harga pokok produksi yang kurang tepat akan menyebabkan harga barang menjadi terlalu rendah sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk perusahaan. Namun, apabila kondisi tersebut terus berlangsung, perusahaan berpotensi mengalami kerugian bahkan kebangkrutan. Oleh karena itu, perhitungan harga pokok produksi sangat penting dilakukan karena harga pokok produksi yang tepat dapat mencegah terjadinya *overcost* maupun *undercost* pada produk (Aningsih & Diyani, 2018).

MANAJEMEN MENU

Manajemen menu merupakan salah satu aspek penting dalam operasional restoran yang bertujuan mengoptimalkan pendapatan melalui pengelolaan penjualan makanan. Pengelolaan makanan yang ditawarkan kepada pelanggan tidak hanya berfokus pada variasi menu, tetapi juga pada analisis kinerja setiap item menu agar mampu memberikan keuntungan yang optimal. Menurut Wiyasa (2014), manajemen menu bertujuan mengendalikan harga pokok makanan sehingga menghasilkan margin kontribusi yang optimal melalui analisis terhadap kinerja penjualan makanan.

Dalam penerapannya, manajemen menu menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan matriks dan pendekatan non-matriks. Pendekatan matriks merupakan metode analisis yang mengelompokkan setiap item menu berdasarkan dua kriteria tertentu ke dalam sebuah matriks empat kuadran. Pendekatan ini membantu manajemen dalam menentukan strategi harga, promosi, maupun penyesuaian menu secara lebih terstruktur. Pendekatan matriks terdiri atas tiga metode, yaitu pendekatan margin kontribusi dan popularitas (*menu engineering*) untuk mengidentifikasi tingkat popularitas dan margin kontribusi setiap menu, pendekatan persentase harga pokok dan popularitas yang mengombinasikan tingkat popularitas dengan persentase harga pokok, serta pendekatan margin kontribusi rata-rata tertimbang dan persentase harga pokok yang menganalisis hubungan antara rata-rata margin kontribusi dan biaya produksi setiap menu.

Selain pendekatan matriks, manajemen menu juga menerapkan pendekatan non-matriks yang dikenal sebagai *Goal Value Analysis*. Pendekatan ini dikembangkan untuk mengatasi keterbatasan pendekatan matriks yang hanya mempertimbangkan beberapa variabel, seperti margin kontribusi, volume penjualan, dan harga pokok. *Goal Value Analysis* menggunakan analisis yang lebih komprehensif sehingga dapat memberikan dasar yang lebih baik dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan menu. Dengan demikian, penerapan kedua pendekatan tersebut diharapkan mampu membantu restoran mengendalikan biaya, meningkatkan profitabilitas, serta mengoptimalkan pendapatan melalui pengelolaan menu yang lebih efektif (Wiyasa, 2014).

MENU ENGINEERING

Menu engineering merupakan salah satu pendekatan matriks dalam manajemen menu yang dikembangkan berdasarkan analisis portofolio *Boston Consulting Group* (BCG). Menurut Kasavana dan Smith, *menu engineering* mengombinasikan dua variabel utama, yaitu volume penjualan dan margin kontribusi, untuk mengevaluasi kinerja setiap item menu. Margin kontribusi didefinisikan sebagai selisih antara harga jual dengan harga pokok makanan yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk. Melalui kombinasi kedua variabel tersebut, manajemen dapat mengidentifikasi menu yang memberikan keuntungan tinggi sekaligus memiliki tingkat penjualan yang baik sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis terkait pengelolaan menu (Sandeep & Vinti, n.d.).

Kasavana dan Smith mengelompokkan setiap item menu ke dalam empat kategori, yaitu *stars, puzzles, plowhorses,* dan *dogs*. Kategori *stars* merupakan menu yang memiliki tingkat penjualan tinggi dan margin kontribusi tinggi sehingga menjadi menu yang paling menguntungkan dan perlu dipertahankan. Kategori *puzzles* terdiri atas menu dengan margin kontribusi tinggi, tetapi volume penjualannya rendah sehingga memerlukan strategi promosi atau penyesuaian agar lebih diminati pelanggan. Kategori *plowhorses* mencakup menu yang memiliki volume penjualan tinggi, namun margin kontribusinya rendah sehingga perlu dilakukan evaluasi terhadap harga jual maupun biaya produksinya. Sementara itu, kategori *dogs* merupakan menu yang memiliki volume penjualan dan margin kontribusi yang sama-sama rendah sehingga perlu dipertimbangkan untuk dimodifikasi atau bahkan dihapus dari daftar menu apabila tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan restoran (Sandeep & Vinti, n.d.).

Dalam analisis *menu engineering*, volume penjualan menunjukkan jumlah item menu yang berhasil terjual selama periode tertentu, sedangkan margin kontribusi dihitung dari selisih antara harga jual dan harga pokok setiap menu. Menurut Wiyasa (2014), penentuan kategori setiap menu dilakukan dengan membandingkan volume penjualan terhadap nilai batas (*cut-off*) sebesar 70% dari rata-rata penjualan seluruh item menu. Sementara itu, margin kontribusi diperoleh dengan mengurangkan harga jual dengan harga pokok produk. Hasil analisis kedua variabel tersebut menjadi dasar bagi manajemen restoran dalam mengevaluasi kinerja menu serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan profitabilitas dan efektivitas pengelolaan menu.

LAPORAN LABA RUGI

Laporan laba rugi adalah laporan yang disusun secara sistematis untuk mencatat kinerja keuangan suatu perusahaan selama periode tertentu. Laporan ini memuat rincian penghasilan yang diperoleh perusahaan, yang kemudian dikurangi dengan beban-beban atau biaya-biaya yang timbul selama periode tersebut. Penghasilan mencakup semua bentuk pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan operasional utama, seperti penjualan produk atau jasa. Sementara itu, beban mencakup berbagai biaya operasional, seperti biaya produksi, biaya administrasi, biaya pemasaran, dan beban pajak.

Hasil akhir dari laporan laba rugi ini adalah laba bersih atau rugi bersih, yang menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan keuntungan setelah memperhitungkan semua pengeluaran. Laporan laba rugi memberikan informasi penting bagi pemangku kepentingan, seperti manajemen, investor, dan kreditor, untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dan membuat keputusan bisnis yang tepat (Sa'id & Handayani, 2024). Laba adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari interaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang memengaruhi badan usaha selama suatu periode, kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemilik (Sari et al.,

2023).

Laporan laba rugi menjelaskan rincian mengenai informasi tentang pendapatan usaha, biaya yang berhubungan dengan laba atau rugi bersih dari usaha, serta operasi usaha (Rahayu et al., 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis penerapan *menu engineering* pada *Restaurant C*. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan kualitatif yang diperoleh melalui hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan *Department Head Accounting*, *Bar Manager*, dan *Head Chef* untuk memperoleh informasi mengenai proses penetapan harga, perhitungan harga pokok, serta penerapan *menu engineering*. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses penyusunan menu, perhitungan harga pokok, penentuan harga jual, dan pengelolaan penjualan pada bagian *kitchen* dan *bar*. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung berupa faktur pembelian, *standard recipe*, daftar harga, dan daftar menu yang digunakan dalam analisis penelitian.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan mengacu pada tahapan analisis data Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi, tabel, dan hasil analisis *menu engineering* untuk memudahkan interpretasi. Tahap akhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah diverifikasi menggunakan berbagai sumber data sehingga diperoleh temuan penelitian yang valid dan dapat dipercaya (Sugiyono, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL WAWANCARA

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan pihak manajemen *Restaurant C*, diperoleh data bahwa restoran ini memiliki enam belas kategori makanan dan tujuh kategori minuman. Total penjualan makanan selama periode Desember 2025 mencapai 12.474 porsi, sedangkan total penjualan minuman mencapai 6.155 porsi. Pihak manajemen menjelaskan bahwa dalam menentukan harga jual, *Restaurant C* selama ini menggunakan teknik perhitungan *yield cost*, yaitu penetapan harga jual berdasarkan persentase biaya pokok produksi terhadap harga jual dengan target keseluruhan sebesar 30 persen.

Peneliti menemukan bahwa penerapan *yield cost* di restoran ini masih bersifat diferensial atau tidak seragam, di mana untuk *cocktail* ditargetkan di bawah 25 persen, untuk bir dan *wine* antara 35 hingga 50 persen, serta untuk minuman *non-alcoholic* di bawah 30 persen. Kondisi ini menyebabkan ketidakseragaman dalam perhitungan margin kontribusi antar menu. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode *menu engineering* untuk menyempurnakan dan menyeragamkan perhitungan pada setiap menu sehingga seluruh item menu dapat dievaluasi berdasarkan standar yang sama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Head Chef*, diketahui bahwa menu makanan yang paling laris adalah menu-menu yang bersifat umum dan mudah diterima oleh berbagai kalangan tamu, seperti nasi goreng dan hidangan *main course* lainnya. Menu yang kurang laris adalah menu *starter* seperti *Caesar Salad Chicken* dan berbagai hidangan pembuka lainnya, karena sebagian besar tamu restoran adalah wisatawan asal Australia (sekitar 90 persen) yang saat ini tidak lagi mengikuti budaya makan secara berurutan dari *starter, main course*, hingga *dessert*. Selain itu,

porsi hidangan di restoran ini tergolong besar sehingga tamu cenderung memilih langsung *main course* tanpa memesan *starter* terlebih dahulu.

Head Chef juga menjelaskan bahwa penetapan harga jual tidak dilakukan secara seragam untuk semua menu. Pihak manajemen terlebih dahulu menetapkan target persentase *food cost* secara keseluruhan, misalnya sebesar 40 persen. Berdasarkan target tersebut, *Head Chef* menghitung harga jual setiap menu dengan memberikan kelonggaran sekitar 2 persen sebagai antisipasi terhadap fluktuasi harga bahan baku akibat pergantian musim. Revisi harga menu untuk makanan dilakukan secara berkala setiap tiga sampai empat bulan sekali, atau setara dengan tiga kali dalam satu tahun, yaitu pada bulan Mei untuk menyambut *summer season*, bulan September untuk menghadapi *low season*, dan bulan Desember untuk musim dingin. Menu yang tidak laku dan merugi akan segera diganti dalam periode tiga hingga empat bulan tanpa harus menunggu jadwal pergantian menu reguler.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Bar Manager*, diketahui bahwa menu minuman yang paling laris adalah minuman beralkohol, khususnya *cocktails* seperti *Margarita, Mojito,* dan *Daiquiri*. Kelompok menu tersebut selalu laku karena didukung oleh promosi dan sesuai dengan preferensi mayoritas tamu. Menu yang tidak laris adalah minuman *non-alcoholic*, seperti *milkshake* dan *smoothie*, karena sebagian besar tamu restoran adalah wisatawan asal Australia yang datang untuk berlibur dan lebih memilih minuman beralkohol. Selain itu, tamu anak-anak yang menjadi target pasar *milkshake* dan *smoothie* sangat jarang hadir di restoran tersebut.

Bar Manager menjelaskan bahwa penetapan harga jual untuk minuman tidak memiliki standar persentase keuntungan yang baku. Pihak pengelola membuat daftar harga jual, kemudian mengusulkannya kepada *General Manager* (GM) untuk mendapatkan persetujuan. Prinsip utamanya adalah menjaga persentase harga pokok tetap sesuai target (misalnya 30% secara keseluruhan). Jika biaya bahan baku naik, harga jual akan disesuaikan naik agar persentase biaya pokok tetap terjaga. Revisi harga menu untuk minuman cenderung lebih jarang dibandingkan dengan menu makanan dari dapur karena harga bahan baku minuman lebih stabil.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Department Head Accounting*, diketahui bahwa sistem pencatatan harga jual pada setiap menu di *Restaurant C* tidak dilakukan secara *per item menu* secara langsung oleh bagian akuntansi. Pencatatan yang dilakukan bersifat global, yaitu berdasarkan laporan penjualan total. Sistem yang digunakan tidak menghubungkan secara otomatis antara stok barang dengan setiap menu yang terjual. Dengan demikian, bagian akuntansi hanya dapat melihat jumlah total penjualan secara keseluruhan, bukan pencatatan harga jual per menu secara terperinci.

Department Head Accounting juga menjelaskan bahwa perencanaan biaya dari bahan baku hingga menjadi makanan siap jual sepenuhnya menjadi tanggung jawab *Head Chef* dan *Bar Manager*, bukan bagian akuntansi. *Head Chef* bertugas untuk melakukan survei harga pasar, menyusun daftar kebutuhan bahan baku, serta memesan barang. Bagian akuntansi baru terlibat pada tahap penerimaan faktur setelah barang diterima. Pemantauan keuntungan dari masing-masing menu tidak dilakukan secara *per item menu*, melainkan secara global dengan metode perhitungan stok, yaitu stok awal ditambah pembelian dikurangi stok akhir. Selisihnya kemudian dibandingkan dengan total penjualan untuk mendapatkan persentase keuntungan secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga narasumber, diketahui bahwa *Restaurant C* belum pernah menerapkan analisis *menu engineering* secara formal dan sistematis. Pihak manajemen mengakui bahwa selama ini evaluasi menu hanya dilakukan berdasarkan pengalaman dan data penjualan global tanpa adanya klasifikasi menu berdasarkan margin kontribusi dan

popularitas secara terstruktur.

Berdasarkan hasil analisis *menu engineering* yang telah dilakukan dengan batas volume makanan 75 porsi dan minuman 68 porsi, ditemukan bahwa rata-rata margin kontribusi makanan sebesar Rp74.002 per porsi dan minuman sebesar Rp102.442 per porsi. Hasil klasifikasi menunjukkan bahwa *Restaurant C* memiliki beberapa menu dalam kategori *stars, puzzles, plowhorses,* dan *dogs*. Namun, kategori *dogs* masih sangat mendominasi keseluruhan menu.

ANALISIS KATEGORI MENU BERDASARKAN *MENU ENGINEERING*

Berdasarkan hasil perhitungan volume penjualan, margin kontribusi per porsi, rata-rata volume penjualan, dan rata-rata margin kontribusi, peneliti mengklasifikasikan seluruh menu makanan dan menu minuman (dalam kategori yang ditentukan) ke dalam empat kategori *menu engineering*, yaitu *Stars, Puzzles, Plowhorses,* dan *Dogs*.

a. Klasifikasi Seluruh Menu Makanan

Restaurant C menyediakan enam belas kategori makanan dengan total item menu makanan yang beragam. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, ambang batas popularitas untuk menu makanan adalah 75 porsi per bulan dan ambang batas margin kontribusi adalah Rp74.002 per porsi.

Hasil klasifikasi terhadap seluruh menu makanan menunjukkan hal-hal berikut:

1) Kategori *Stars* (Margin Tinggi dan Popularitas Tinggi)

Peneliti menemukan sebanyak 24 item menu makanan yang termasuk dalam kategori *Stars*, yaitu menu dengan margin kontribusi tinggi (≥ Rp74.002) dan popularitas tinggi (≥ 75 porsi per bulan). Peneliti menemukan sebanyak 14 item menu minuman yang termasuk dalam kategori *Stars*, yaitu menu dengan margin kontribusi tinggi (≥ Rp102.442) dan popularitas tinggi (≥ 68 porsi per bulan). Menu-menu dalam kategori ini merupakan aset berharga bagi restoran karena memberikan keuntungan besar sekaligus diminati oleh banyak pelanggan. Contoh menu yang termasuk dalam kategori ini adalah:

Tabel. 1 Klasifikasi Menu Makanan dan Minuman Kategori *Stars*

Menu Makanan	Sushi and Sashimi: Prawn Tempura Burger and Sandwiches: Crispy Chicken Burger, Chez Gado-Gado Burger, Moster Burger, Steak Sandwich Beef Pizza: Hawaiian Pizza, Pepperoni Pizza, Meat Lover, Spicy Chicken Pizza Pasta: Spaghetti Bolognese, Penne Carbonara, Fettucine Chicken Mushroom, Beef Lasagna, Parwn Liguine Meat & Grill: Bbq Pork Rib (P), Steak and Fries, Chicken Souvlaki Skewer Main Courses: Chicken Parmigiana, Fish and Chip, Crispy Fried Chicken, Pan Seared Salmon, Crispy Duck, Grilled Jumbo Parwn, Chicken Curry.
Menu Minuman	Cocktails: Mojito Classic, Margarita Classic, Long Island Iced Tea, Margarita Classic, Lychee Martini, Espresso Martini, Pina Colada, Daiquiri Strawberry, Bloody Mary, Whisky Sour, Sunset Sea Breeze, Passion Mint, Paradise Island Punch, Mango Madness, Moscow Mule

Sumber: Data Klasifikasi Menu Makanan dan Minuman Kategori *Stars* (data diolah)

2) Kategori *Puzzles* (Margin Tinggi tetapi Popularitas Rendah)

Peneliti menemukan sebanyak 25 item menu makanan yang termasuk dalam kategori *Puzzles*, yaitu menu dengan margin kontribusi tinggi (≥ Rp74.002) tetapi popularitas rendah (< 75 porsi per bulan). Peneliti menemukan sebanyak 16 item menu minuman yang termasuk dalam kategori *Puzzles*, yaitu menu dengan margin kontribusi tinggi (≥ Rp102.442) tetapi popularitas rendah (< 68 porsi per bulan).

Menu dalam kategori ini memiliki potensi keuntungan yang besar karena margin kontribusinya berada di atas rata-rata, namun belum mampu menarik minat pelanggan dalam jumlah yang signifikan. Contoh menu dalam kategori ini adalah:

Tabel. 2 Klasifikasi Menu Makanan dan Minuman Kategori *Puzzles*

Menu Makanan	Nusantara: Sate Karangan Starters: Cheese Platters Sushi and Sashimi: New York Roll, Crispy Skin Salmon Sushi Roll, Spicy Tuna Roll, Uramaki Tuna Roll, Spicy Salmon Roll, Double Salmon Sushi Roll, Sunset Platters Burger and Sandwiches: Crispy Fish Burger Pizza: Chicken Parmigiana Pizza, Gado-Gado Pizza, Cheese Burger Pizza, Marinara Pizza, Quatro Formagie, Tuna and Sweet Corn, Okonomiyaki Style Pizza Pasta: Fetucine Marinara, Penne Salmon, Risotto Prawn, Salmon Ravioli Meat & Grill: Grille Tenderloin, Mix and Grill Platers Main Courses: Grill Mahi Mahi, Lamb Shank, Pork Belly
Menu Minuman	Cocktails: Strawberry Mojito, Margarita Strawberry, Cosmopolitan, Daiquiri Classic, Godfather, Sour Berries, Toblerone, Gin & Apple Spiced, Illusion, Apple Martini, Old Fashioned, Tom Collin, Kiwi Mule, Spiced Mojito, Mai Tai, Tropical Island

Sumber: Data Klasifikasi Menu Makanan dan Minuman Kategori *Puzzles* (data diolah)

Rendahnya volume penjualan dapat disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain harga jual yang terlalu tinggi dibandingkan nilai yang dirasakan pelanggan, kurangnya promosi yang efektif, posisi menu yang tidak strategis dalam daftar menu, atau lemahnya rekomendasi dari staf pelayanan. Menu *Puzzles* merupakan peluang besar bagi restoran karena dengan peningkatan volume penjualan yang relatif kecil, menu-menu ini dapat memberikan kontribusi keuntungan yang jauh lebih besar.

3) Kategori *Plowhorses* (Margin Rendah tetapi Popularitas Tinggi)

Peneliti menemukan sebanyak 34 item menu makanan yang termasuk dalam kategori *Plowhorses*, yaitu menu dengan margin kontribusi rendah (< Rp74.002) tetapi popularitas tinggi (≥ 75 porsi per bulan). Peneliti menemukan sebanyak 13 item menu minuman yang termasuk dalam kategori *Plowhorses*, yaitu menu dengan margin kontribusi rendah (< Rp102.442) tetapi popularitas tinggi (≥ 68 porsi per bulan).

Menu dalam kategori ini sangat populer di kalangan pelanggan, namun belum memberikan keuntungan yang memadai bagi restoran. Contoh menu dalam kategori ini adalah:

Tabel. 3 Klasifikasi Menu Makanan dan Minuman Kategori *Plowhorses*

Menu Makanan	Ocean Medley: Fresh Oyster, Grilled Oysters, Oyster Rockefeller Starters: Tom Yum Soup, Calamari Fritti, Ceasar Salad Chicken (P), Garlic Parwn, Mezze Platters, Watermelon and Fetta Cheese Salad Sushi and Sashimi: California Roll Sashimi: Raw fish salmon - 2 slice Tapas: Chicken Spring Roll, Buffalo Wing, Chicken Satay, Chicken Gyosa, Chicken Quesadilla, Chicken Tacos, Pork Belly Boritos Burger and Sandwiches: Club Sandwich (P) Pizza: Margherita (V) Pasta: Spaghetti Aglio E Olio Main Courses: Nasi Goreng Chicken, Grill Yelow Fin Tuna, Beef Rendang Sharing: Ikan Bakar Dabu Dabu, Gado-Gado Side: Steam Rice, Fries, Home Made Potato Wedges, Garlic Bread Asian Sreed Food Instan Noodles: Mie Goreng Rice Bowl: Ikan Bakar Rice Bowl, Beef Teriyaki Rice Bowl, Balinese Rice Bowl
Menu Minuman	Coffee: Cappucino Coffee, Café Latte Milkshakes: Vanilla Milkshakes, Chocolate Milkshakes Juice: Orange Juice, Mango Juice Mocktails: Virgin Mojito, Berry Soda, Minty Lemonade, Pinapple Crused, Mango & Pineapple

Sumber: Data Klasifikasi Menu Makanan dan Minuman Kategori *Plowhorses* (data diolah)

Restoran dapat meningkatkan keuntungan dari menu *Plowhorses* dengan cara menaikkan harga jual secara bertahap, menekan biaya pokok produksi melalui efisiensi, atau mengurangi ukuran porsi secara halus. Karena menu ini sudah populer, kenaikan harga yang moderat kemungkinan besar tidak akan menyebabkan penurunan permintaan yang signifikan.

4) Kategori *Dogs* (Margin Rendah dan Popularitas Rendah)

Peneliti menemukan sebanyak 34 item menu makanan yang termasuk dalam kategori *Dogs*, yaitu menu dengan margin kontribusi rendah (< Rp74.002) dan popularitas rendah (< 75 porsi per bulan). Peneliti menemukan sebanyak 20 item menu minuman yang termasuk dalam kategori *Dogs*, yaitu menu dengan margin kontribusi rendah (< Rp102.442) dan popularitas rendah (< 68 porsi per bulan).

Menu dalam kategori ini merupakan beban bagi restoran karena tidak memberikan keuntungan yang signifikan dan juga kurang diminati oleh pelanggan. Contoh menu dalam kategori ini adalah:

Tabel. 4 Klasifikasi Menu Makanan dan Minuman Kategori *Dogs*

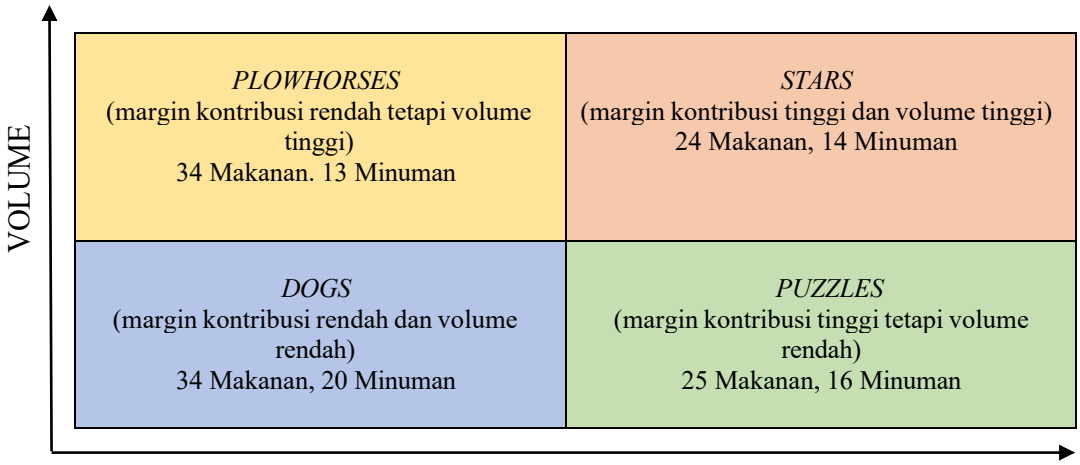
Menu Makanan	Ocean Medley: Oyster Tempura, Roasted Oyster Starters: Tuna Tartar, Thuny Taco, Greek Salad, Tuna Nicoise Salad, Salmon Carpacio Sashimi: Raw Fish Tuna – 2 Slice Nigiri: Raw fish on rice tuna - 2 pcs, Raw fish on rice prawn - 2 pcs, Raw fish on rice salmon - 2 pcs Tapas: Crispy Chicken Skin, Vagetable Samosa, Angry Potato (P), Tuna Taco, Mini Pork Sliders (P), Shrimp Croquettes, Beef Bitterballen Burger and Sandwiches: Falafel Burger Pizza: Vegetarian Pizza Sharing: Ayam Bumbu Bali, Green Curry Seafood Side: Vegetable Urab, Mashed Potato, Sauteed Brocholi and Garlic, Pita Bread, Garden Salad Asian Street Food Instant Noodles: Mie Original, Mie Soto, Mie Curry Rice Bowl: Chez Gado-Gado Rice Bowl, Tuna Poke Bowl
Menu Minuman	Coffee: Macchiao Iced, Black Coffee, Coffee Almond, Coffee Caramel, Coffee Hazelnut, Coffee Vanilla Tea: English Breakfast Tea, Sencha Tea, Jasmine Tea, Chamomile Tea, Oolong Tea Milkshakes: Almond Milkshakes, Banana Milkshakes, Caramel Milkshakes, Hazelnut Milkshakes, Strawberry Milkshakes Smoothies: Banana Smoothies, Banana Superfood Smoothies, Green Superfood Smoothies Juice: Strawberry Juice

Sumber: Data Klasifikasi Menu Makanan dan Minuman Kategori *Dogs* (data diolah)

Teori *menu engineering* merekomendasikan reformulasi resep atau penggantian total terhadap menu dalam kategori ini. Restoran perlu segera melakukan evaluasi ulang terhadap menu-menu *Dogs* untuk memutuskan apakah menu tersebut dipertahankan dengan perbaikan, dihapus, atau diganti dengan menu baru yang lebih potensial.

MATRIKS *MENU ENGINEERING* SESUAI DENGAN (KASAVANA & SMITH)

Kasavana dan Smith mengembangkan model matriks *menu engineering* sebagai alat analisis untuk mengevaluasi kinerja setiap item menu di restoran. Model ini mengklasifikasikan item menu ke dalam empat kategori berdasarkan dua variabel utama, yaitu margin kontribusi (profitabilitas) dan volume penjualan (popularitas). Margin kontribusi merupakan selisih antara harga jual suatu menu dengan harga pokok produksi per porsi. Volume penjualan merupakan jumlah porsi yang terjual dari suatu menu dalam periode tertentu. Keempat kategori hasil klasifikasi tersebut adalah *Stars, Puzzles, Plowhorses,* dan *Dogs*.



Gambar 1. Klasifikasi *Menu Engineering* Pada Menu Di *Restaurant C*

a. Kategori *Stars*

Merupakan menu yang memiliki *margin contribution* tinggi dan volume penjualan tinggi. Menu dalam kategori ini memberikan keuntungan yang besar bagi restoran karena setiap porsi yang terjual menghasilkan *margin contribution* di atas rata-rata. Selain itu, menu ini juga sangat populer di kalangan pelanggan karena volume penjualannya mencapai atau melampaui ambang batas yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil analisis, *Restaurant C* memiliki 38 item menu (24 makanan dan 14 minuman) yang termasuk dalam kategori *Stars*. Menu-menu ini harus dipertahankan dan menjadi prioritas utama dalam pengelolaan menu karena berfungsi sebagai sumber pendapatan utama restoran.

b. Kategori *Puzzles*

Merupakan menu yang memiliki *margin contribution* tinggi tetapi volume penjualan rendah. Menu dalam kategori ini sebenarnya sangat menguntungkan karena setiap porsi yang terjual menghasilkan *margin contribution* di atas rata-rata. Namun, menu ini kurang populer di kalangan pelanggan karena volume penjualannya masih di bawah ambang batas.

Berdasarkan hasil analisis, *Restaurant C* memiliki 41 item menu (25 makanan dan 16 minuman) yang termasuk dalam kategori *Puzzles*. Menu-menu ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi *Stars* karena *margin contribution*-nya sudah tinggi. Yang diperlukan hanyalah peningkatan volume penjualan melalui berbagai strategi, seperti penurunan harga secara terbatas, peningkatan promosi, atau perubahan posisi dalam daftar menu.

c. Kategori *Plowhorses*

Merupakan menu yang memiliki *margin contribution* rendah tetapi volume penjualan tinggi. Menu dalam kategori ini sangat populer di kalangan pelanggan karena volume penjualannya mencapai atau melampaui ambang batas. Namun, menu ini tidak memberikan keuntungan yang memadai bagi restoran karena *margin contribution* per porsinya masih di bawah rata-rata.

Berdasarkan hasil analisis, *Restaurant C* memiliki 47 item menu (34 makanan dan 13 minuman) yang termasuk dalam kategori *Plowhorses*. Restoran dapat meningkatkan keuntungan dari menu *Plowhorses* dengan cara menaikkan harga jual secara bertahap, menekan biaya pokok

produksi melalui efisiensi, atau mengurangi ukuran porsi secara halus.

d. Kategori *Dogs*

Merupakan menu yang memiliki *margin contribution* rendah dan volume penjualan rendah. Menu dalam kategori ini tidak memberikan keuntungan yang berarti bagi restoran dan juga kurang diminati oleh pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis, *Restaurant C* memiliki 54 item menu (34 makanan dan 20 minuman) yang termasuk dalam kategori *Dogs*. Restoran sangat disarankan untuk menghapus menu *Dogs* dari daftar menu, mengubah resepnya secara menyeluruh, atau menggantinya dengan menu baru yang lebih potensial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa portofolio menu pada *Restaurant C* sudah cukup seimbang dengan adanya menu *Stars* dan *Plowhorses* yang signifikan. Komposisi menu pada *Restaurant C* adalah 21,11% *Stars*, 22,78% *Puzzles*, 26,11% *Plowhorses*, dan 30,00% *Dogs*. Kondisi ini jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kinerja *menu engineering* pada *Restaurant C* berada pada posisi yang cukup baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Diana (2017) di Olla Restoran Hotel Granada Johor Bahru, Malaysia menemukan komposisi menu 20% *Stars*, 41% *Plowhorses*, 19% *Puzzles*, dan 20% *Dogs*. Penelitian yang dilakukan oleh Suarthana dkk. (2020) di Loloan Restaurant Kuta, Bali menemukan komposisi 40% *Stars*, 28% *Plowhorses*, 15% *Puzzles*, dan 19% *Dogs*. Penelitian yang dilakukan oleh Octaviana et al. (2020) di Seasalt Restaurant Alila Seminyak menemukan komposisi 26,7% *Stars*, 29,3% *Plowhorses*, 21,3% *Puzzles*, dan 22,7% *Dogs*.

Penelitian yang dilakukan oleh Wibawa dan Rachman (2023) di Café Kopi Kisah Manis menemukan komposisi 29,5% *Stars*, 19,6% *Plowhorses*, 18% *Puzzles*, dan 22,9% *Dogs*. Penelitian yang dilakukan oleh Miranti et al. (2025) di Restoran Senja Eatery Labuan Bajo melaporkan komposisi 4,8% *Stars*, 42,8% *Plowhorses*, 23,8% *Puzzles*, dan 28,6% *Dogs*. Penelitian yang dilakukan oleh Hendrawan dan Sarudin (2024) di Restoran XYZ menemukan komposisi 23,73% *Stars*, 33,90% *Plowhorses*, 10,17% *Puzzles*, dan 32,20% *Dogs*.

Berdasarkan perbandingan tersebut, komposisi menu pada *Restaurant C* sudah tergolong seimbang dan setara dengan restoran-restoran lain yang telah menerapkan *menu engineering* secara baik. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan batas volume yang tepat (75 porsi untuk makanan dan 68 porsi untuk minuman), restoran berhasil mengidentifikasi menu-menu unggulan yang selama ini tersembunyi. Namun demikian, masih diperlukan upaya perbaikan untuk meningkatkan proporsi *Stars* dan *Plowhorses* serta menurunkan proporsi *Dogs* agar portofolio menu menjadi lebih seimbang dan menguntungkan.

STRATEGI PERBAIKAN MENU

Berdasarkan hasil analisis klasifikasi *menu engineering* dan kesenjangan antara temuan dengan teori Kasavana dan Smith, peneliti merumuskan sejumlah strategi perbaikan menu yang dapat diterapkan oleh manajemen *Restaurant C*.

a. Strategi Perbaikan pada Menu *Stars*

Kategori *Stars* merupakan menu dengan *margin contribution* tinggi dan popularitas tinggi. Berdasarkan temuan penelitian, *Restaurant C* telah memiliki 38 item menu dalam kategori ini. Strategi utama yang harus dilakukan adalah mempertahankan dan mengoptimalkan menu *Stars* yang sudah ada.

1. Strategi pertama dapat dilakukan dengan cara mempertahankan kualitas dan konsistensi rasa menu *Stars* agar pelanggan tetap loyal.
2. Strategi kedua dapat dilakukan dengan cara mempertahankan ketersediaan bahan baku agar

menu *Stars* selalu dapat dipesan oleh pelanggan tanpa mengalami kekosongan (*stock out*).

3. Strategi ketiga dapat dilakukan dengan cara memberikan rekomendasi menu (*menu recommendation*) melalui staf pelayanan untuk meningkatkan peluang penjualan dan menjaga posisi menu *Stars* sebagai menu unggulan restoran.

b. Strategi Perbaikan pada Menu *Puzzles*

Kategori *Puzzles* merupakan menu dengan *margin contribution* tinggi tetapi popularitas rendah. Berdasarkan temuan penelitian, *Restaurant C* memiliki 41 item menu dalam kategori ini. Menu-menu ini memiliki potensi keuntungan yang besar, tetapi masih kurang diminati oleh pelanggan. Strategi utama untuk menu *Puzzles* adalah meningkatkan volume penjualan dengan tetap mempertahankan *margin contribution* yang tinggi.

1. Strategi pertama dapat dilakukan dengan cara mempertahankan kualitas dan konsistensi rasa menu *Puzzles* agar pelanggan tetap memperoleh pengalaman yang baik ketika mencoba menu tersebut.
2. Strategi kedua dapat dilakukan dengan cara mengubah resep dan menggantikan bahan baku impor yang mahal menggunakan bahan baku lokal yang memiliki kualitas sama untuk menekan biaya pokok produksi.
3. Strategi ketiga dapat dilakukan dengan cara meningkatkan promosi dan edukasi kepada pelanggan mengenai keunikan serta keunggulan menu *Puzzles*.
4. Strategi keempat dapat dilakukan dengan cara mengubah status menu menjadi menu musiman (*seasonal menu*) apabila setelah berbagai upaya dilakukan tetapi jumlah penjualan masih tetap rendah.

c. Strategi Perbaikan pada Menu *Plowhorses*

Kategori *Plowhorses* merupakan menu dengan popularitas tinggi tetapi *margin contribution* rendah. Berdasarkan temuan penelitian, *Restaurant C* memiliki 47 item menu dalam kategori ini. Menu *Plowhorses* menunjukkan bahwa menu tersebut sangat disukai oleh pelanggan, namun tidak memberikan keuntungan yang memadai bagi restoran. Strategi utama untuk menu *Plowhorses* adalah meningkatkan *margin contribution* tanpa menurunkan popularitas.

1. Strategi pertama dapat dilakukan dengan cara menaikkan harga jual secara bertahap karena menu yang sudah laris cenderung tidak ditinggalkan pelanggan.
2. Strategi kedua dapat dilakukan dengan cara menekan biaya pokok produksi melalui negosiasi harga dengan pemasok atau penggantian bahan baku dengan produk sejenis yang memiliki harga lebih rendah.
3. Strategi ketiga dapat dilakukan dengan cara mengurangi ukuran porsi secara halus untuk menekan biaya produksi tanpa menaikkan harga jual.
4. Strategi keempat dapat dilakukan dengan cara menghapus menu dan menggantinya dengan menu baru yang lebih efisien dari sisi biaya apabila setelah berbagai upaya dilakukan tetapi keuntungan masih tetap rendah.

d. Strategi Perbaikan pada Menu *Dogs*

Kategori *Dogs* merupakan menu dengan *margin contribution* rendah dan popularitas rendah. Berdasarkan temuan penelitian, *Restaurant C* memiliki 54 item menu dalam kategori ini. Menu *Dogs* merupakan beban bagi restoran. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan untuk menu *Dogs* harus lebih tegas dan berorientasi pada tindakan korektif yang mendasar, seperti penghapusan, reformulasi, atau penggantian.

1. Strategi pertama dapat dilakukan dengan cara menghitung ulang biaya pokok produksi untuk mengidentifikasi pemborosan atau inefisiensi.
2. Strategi kedua dapat dilakukan dengan cara menurunkan harga jual secara signifikan untuk

menguji apakah peningkatan volume penjualan dapat mengompensasi penurunan *margin contribution*.

3. Strategi ketiga dapat dilakukan dengan cara mengubah resep dan konsep menu secara menyeluruh untuk meningkatkan daya tarik pelanggan.
4. Strategi keempat dapat dilakukan dengan cara menghapus menu yang tidak menunjukkan perbaikan setelah periode evaluasi selama tiga bulan, terutama menu yang tidak memiliki tingkat penjualan yang memadai.
5. Strategi kelima dapat dilakukan dengan cara mengganti menu yang dihapus dengan menu baru yang memiliki keuntungan sehat dan potensi lebih besar untuk memperoleh volume penjualan tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis *menu engineering* makanan dan minuman pada *Restaurant C* dengan batas volume makanan sebesar 75 porsi dan minuman sebesar 68 porsi, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

Pertama, *Restaurant C* memiliki komposisi portofolio menu yang cukup seimbang, yaitu 38 menu *Stars* (21,11%), 41 menu *Puzzles* (22,78%), 47 menu *Plowhorses* (26,11%), dan 54 menu *Dogs* (30,00%). Menu *Stars* didominasi oleh *Burger, Pizza, Pasta, Main Courses,* dan *Cocktails* premium; menu *Plowhorses* didominasi oleh *Nasi Goreng Chicken, Fresh Oyster, Fries, Beef Rendang*, serta minuman *non-alcoholic* seperti *Juice* dan *Mocktails*; menu *Puzzles* meliputi *Sate Karangan, Sushi Roll* premium, dan *Cocktails* premium yang kurang laris; sedangkan menu *Dogs* meliputi berbagai *Starter, Sushi, Sashimi, Nigiri*, serta minuman *Coffee, Tea, Milkshakes,* dan *Smoothies* yang kurang diminati.

Kedua, berdasarkan hasil perhitungan *menu engineering* dengan menggunakan rumus volume penjualan = 70% × 1/n × N, diperoleh batas volume untuk menu makanan sebesar 75 porsi dan menu minuman sebesar 68 porsi. Dengan batas tersebut, restoran berhasil mengidentifikasi seluruh klasifikasi menu secara akurat, yaitu ditemukannya menu *Stars, Puzzles, Plowhorses,* dan *Dogs* yang teridentifikasi berdasarkan penggunaan batas volume penjualan dan *margin contribution*. Hal ini membuktikan bahwa metode *menu engineering* dengan perhitungan yang tepat efektif dalam mengungkap potensi menu secara objektif dan memberikan gambaran nyata mengenai kinerja setiap item menu di restoran.

Ketiga, *Restaurant C* selama ini belum menerapkan analisis *menu engineering* secara formal dan sistematis. Evaluasi menu hanya dilakukan berdasarkan pengalaman dan data penjualan global, serta penerapan *yield cost* yang bersifat diferensial menyebabkan ketidakseragaman dalam perhitungan *margin contribution* antar menu. Oleh karena itu, penerapan *menu engineering* secara konsisten dan berkelanjutan sangat direkomendasikan untuk mengoptimalkan pengelolaan menu dan meningkatkan profitabilitas restoran.

DAFTAR REFERENSI

Aningsih, R. F., & Diyani, L. A. (2018). Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *traditional costing* dan *activity based costing*. *Jurnal Online Insan Akuntan, 3*(Juni), 1–10.

BPS Provinsi Bali. (2025). *Perkembangan Indeks Harga Konsumen Provinsi Bali Februari 2025*. https://bali.bps.go.id

Deri, F., Mulyadi, H., & Susetyo, D. P. (2023). Penentuan harga jual: Harga pokok produksi dan ekspektasi laba. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, 9*(2), 202–215.

Diana, Y. (2017). Analisis *foods and beverages costing* dengan pendekatan matriks kaitannya

dengan strategi pemasaran pada Olla Restoran Hotel Granada Johor Bahru Malaysia. *Jurnal Manajemen Tools, 7*(1).

Eriswanto, E., & Kartini, T. (2019). Pengaruh penetapan harga jual terhadap penjualan pada PT. Liza Christina Garment Industry. *Jurnal Ummi, 13*(2), 103–112.

Evi, N., & Richad, A. (2020). Peranan perhitungan harga pokok produksi pendekatan *full costing* dalam menentukan harga jual dengan metode *cost plus pricing* studi kasus pada UMKM Sepatu Heriyanto. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, 8*(1), 17–26.

Hendrawan, M. R., & Sarudin, R. (2024). Analisis penerapan *menu engineering* dalam upaya meningkatkan penjualan di Restoran XYZ. *Jurnal Ilmiah Global Education, 5*(3), 1908–1919. https://doi.org/10.55681/jige.v5i3.2870

Miranti, P. G. S., Putra, M. S. P., Amalia, L. F., & Elistyawati, I. A. (2025). Pendekatan rekayasa menu untuk menentukan strategi penjualan di Restoran Senja Eatery Labuan Bajo. *BIJMT: Jurnal Internasional Cemerlang Manajemen dan Pariwisata, 5*(2), 148–162. https://doi.org/10.55606/bijmt.v5i2.4459

Nawangsari, L. (2022). *Analisis penetapan harga jual produk dalam meningkatkan laba di masa pandemi Covid-19 pada Legian Resto Jember*. Jember: Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan.

Nugraheni, I., & Aliyah, I. (2021). Strategi pengembangan pariwisata berbasis identifikasi klaster wisata budaya Kota Surakarta. *Cakra Wisata, 21*, 34–42.

Octaviana, P. A. P., Sudiksa, I. N., & Utama, I. P. (2020). Manajemen menu untuk meningkatkan profitabilitas di Seasalt Restaurant, Alila Seminyak. *Jurnal Gastronomi Indonesia, 8*(1), 15–22. https://doi.org/10.52352/jgi.v8i1.546

Putra, I. M. E. L., Pramuki, N. M. W. A., Purwaningrat, P. A., Diputra, G. I. S., Apsaridewi, K. I., & Arthadana, M. G. (2024). Harmoni alam dan budaya: Mewujudkan pariwisata berkelanjutan melalui Tri Hita Karana di Desa Adat Bali. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi, 3*(4), 167–173.

Rahayu, I. A., Lasmini, L., & Puspitasari, M. (2025). Analisis penerapan laporan keuangan UMKM berbasis Standar Akuntansi Keuangan SAK-EMKM (Studi kasus Toko Grosir Adit Ahmad). *Jurnal Bisnis & Akuntansi, 15*(2), 124–132.

Sa'id, M., & Handayani, M. (2024). Analisis laporan laba rugi pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM): Studi kasus Kost El Farras berdasarkan laporan pendapatan dan pengeluaran. *BIMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen, 3*(1), 44.

Salwa, A. P., Kurniari, F. E., & Munandar, A. (2022). Penetapan harga jual berdasarkan analisis perhitungan biaya produksi di Restoran Ayam Geprek Sahabat. *Jurnal Akuntansi Kompetif, 5*(1), 1–6.

Sandeep, M., & Vinti, D. (n.d.). Penerapan model rekayasa menu Kasavana & Smith pada menu restoran resort: Pendekatan studi kasus. *Jurnal Aplikasi & Penelitian Perhotelan, BIT Mesra, Ranchi.*

Saniantara, P. P., & Widiastini, N. M. A. (2023). Strategi meningkatkan kepuasan pelanggan restoran di era pandemi di Hotel The Laguna Nusa Dua Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata, 6*(1), 241–249.

Sari, N. N., Agustin, B. H., & Anggraini, N. (2023). Penerapan metode *cost plus pricing* dalam menentukan harga jual untuk memaksimalkan laba. *8*, 37–53.

Suarthana, J. H. P., Osin, R. F., & Anggayana, I. W. A. (2020). Analisis menu serta kaitannya dengan strategi bauran pemasaran pada Loloan Restaurant Kuta-Bali. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia, 4*(1), 12–18.

https://doi.org/10.37484/jmph.040102
Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.). ALFABETA.
Wibawa, I. S., & Rachman, M. A. (2023). *Menu engineering* di Café Kopi Kisah Manis. *Jurnal Pariwisata Vokasi, 4*(1), 51–63. https://jurnal.akparnhi.ac.id/jpv
Wiryanata, I. G. N. A. (2022). Efektifitas Pengadaan Bahan Makanan dalam Penentuan Harga Jual. Jurnal Gastronomi Indonesia, 10(2), 108–117. https://doi.org/10.52352/jgi.v10i2.1073
Wiyasa, I. (2014). *Akuntansi manajemen untuk hotel dan restoran edisi 2* (F. S. Suyantoro, Ed.). CV ANDI OFFSET.