

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jakarta sebagai ibukota negara serta kota terbesar di Indonesia bukan hanya menjadi pusat pemerintahan, pusat ekonomi dan bisnis tetapi juga memiliki potensi wisata alami, wisata buatan, wisata budaya, wisata belanja hingga wisata kuliner. Hal tersebut menjadikan Jakarta sebagai salah satu pilihan destinasi bagi para wisatawan. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, terdapat sepuluh objek wisata unggulan menurut lokasi di DKI Jakarta tahun 2018 hingga 2020 yaitu sebagai berikut:

TABEL 1
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN
KE OBJEK WISATA UNGGULAN DI DKI JAKARTA
TAHUN 2018 SAMPAI DENGAN 2020

OBJEK WISATA UNGGULAN	JUMLAH WISATAWAN KE OBJEK WISATAWAN UNGGULAN MENURUT LOKASI DI DKI JAKARTA		
	2018	2019	2020
TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL	17.575.914	9.282.441	2.351.961
TAMAN MINI INDONESIA INDAH	6.004.718	5.071.980	1.123.542
RAGUNAN	5.458.379	5.407.858	633.963
MONUMEN NASIONAL	1.973.804	12.112.946	443.034
MUSEUM SEJARAH JAKARTA	840.671	746.971	153.223
MUSEUM NASIONAL	307.577	305.086	67.088
PELABUHAN SUNDA KELAPA	49.842	38.058	16.348
MUSEUM Satria Mandala	11.693	17.132	3.183
JUMLAH	32.222.598	32.982.472	4.792.342

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2021

Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Jakarta menciptakan peluang usaha di bidang pariwisata. Menurut Undang-undang No.10/2009 tentang kepariwisataan, "Pariwisata adalah berbagai fasilitas serta layanan yang

disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.” Sehingga kegiatan pariwisata akan terjadi apabila adanya interaksi antara wisatawan dengan lingkungan di tempat tersebut. Seperti yang disebutkan oleh Ismayati (2010:1) bahwa “Pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha”.

Seperti yang dapat dilihat dari **TABEL 1**, Taman Mini Indonesia Indah (TMII) menjadi destinasi wisata unggulan ke dua di provinsi DKI Jakarta. Dengan banyaknya pengunjung yang datang ke TMII, menjadi peluang besar untuk membuat usaha di sekitar lokasi TMII yaitu salah satunya di bidang akomodasi. Hotel merupakan akomodasi yang bukan hanya menyediakan penginapan, tetapi juga memberikan pelayanan makan dan minum. Menurut Sulastiyono (2008:5), “Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan dan minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan”.

Salah satu bisnis akomodasi yang dapat menunjang kegiatan pariwisata di kawasan TMII adalah Hotel Santika TMII Jakarta yang terletak tepat di depan pintu masuk utama kawasan taman wisata yang bertemakan budaya Indonesia tersebut. Hotel Santika TMII Jakarta dapat dijadikan pilihan utama bagi para wisatawan mancanegara maupun wisatawan yang berasal dari luar Jakarta yang hendak berkunjung ke TMII. Selain menyediakan fasilitas untuk menginap, Hotel Santika TMII Jakarta juga menyediakan fasilitas makan dan minum untuk para tamu sehingga dapat memberikan pelayanan optimal.

Restoran sebagai salah satu usaha yang memiliki nilai penting dalam kegiatan pariwisata dan dapat memberikan kontribusi besar dalam bisnis karena merupakan kebutuhan pokok bagi manusia. Selain bisnis akomodasi dan makanan yang disediakan Hotel Santika TMII, terdapat Green Terrace yang berbentuk sebuah *foodhall* dan menyediakan banyak pilihan restoran, mulai dari makanan Nusantara, Eropa, Asia, maupun Fusion.

Banyaknya pilihan restoran yang berada di kawasan Green Terrace, membuat adanya persaingan antar setiap restoran yang berada di lokasi tersebut. Untuk dapat bertahan saat ini, bisnis restoran harus memiliki strategi agar dapat bersaing dengan restoran lainnya. Strategi yang digunakan disusun berdasarkan konsumen, pelayanan, pemasaran dan kualitas produk yang dijual. Kenikmatan makanan yang disediakan bukan lagi satu-satunya alasan konsumen untuk berkunjung dan memilih restoran, tetapi didukung dengan pelayanan, kualitas produk, harga, serta konsep pemasaran yang sesuai dengan keinginan pasar. Dalam bisnis restoran, salah satu alat pemasarannya adalah dalam bentuk menu.

Menu merupakan alat bantu yang disediakan sebuah restoran untuk berkomunikasi dengan konsumennya dengan menyantumkan hidangan apa saja yang disediakan dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Seperti yang disebutkan Mertayasa (2012:110) “Menu adalah daftar makanan yang disediakan kepada tamu untuk memudahkan tamu dalam berkomunikasi dan memilih makanan yang dipesan”. Hal tersebut didukung oleh Cousins dkk (2014) yang menyatakan bahwa menu merupakan alat utama pendukung penjualan. Desain sebuah menu harus dapat memikat serta menarik tamu untuk melihat konten menu secara menyeluruh. Berdasarkan menu yang dibuat oleh

perusahaan, pengelola restoran dapat melakukan *forescasting* dalam pembelian bahan baku yang akan digunakan serta menyiapkan berapa biaya yang akan dikeluarkan.

Menu sendiri memiliki beberapa jenis, salah satunya adalah menu *a'la carte*. Menurut Marsum (2005), bahwa menu *A'la Carte* merupakan daftar makanan di dalam sebuah menu dan memuat susunan jenis makanan yang disediakan di sebuah restoran dan masing-masing jenis makanan telah dicantumkan harga serta komposisi setiap makanan sehingga setiap tamu yang datang dapat dengan mudah dan leluasa memilih hidangan yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan membayarnya. Menu yang disediakan biasanya terdiri dari *appetizer, main course, dessert* dan terdapat pula minuman.

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta sebagai objek penelitian dan menjadikan menu *a'la cartenya* sebagai populasi yang digunakan. Menu *A'la Carte* di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta sendiri diklasifikasikan menjadi lima kategori yaitu *Starter, Soup, Lightmeal, Main Course* dan *Dessert* dengan jumlah 43 item menu. Berikut daftar menu *A'la Carte* yang terdapat di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta.

TABEL 2
MENU MAKANAN A'LA CARTE DI RESTORAN KRAKATAU
HOTEL SANTIKA TMII JAKARTA

MENU	ITEM MENU	HARGA JUAL
Starters	Chicken Strip on Seasonal Fresh Green Salad	Rp 50.000
	Fried Spring Rolls with Hot and Sour Sauce	Rp 40.000
	Gado-Gado	Rp 50.000
	Mixed Fruit Salad With Shredded Cheese	Rp 50.000
Soups	Chinese Sweet Corn Soup with Chicken	Rp 45.000
	Traditional Mushroom Soup	Rp 45.000
	Creamed Potato Leek Soup and Crouton	Rp 45.000
	Asparagus Soup	Rp 45.000
Lightmeal	Choice of Sandwiches	Rp 60.000
	Triple Decker Sandwich	Rp 60.000
	Beef or Cheese Burger	Rp 65.000
	Spaghetti / Penne with Choices of Sauce	Rp 65.000
Main Course	Grilled Beef Tenderloin Black Pepper Sauce	Rp 185.000
	Sirloin Steak Mushroom Sauce	Rp 175.000
	Pan-Fried Salmon / Gindara Steak with Tomato Salsa	Rp 160.000
	Soto Ayam	Rp 65.000
	Mie / Bihun Rebus	Rp 60.000
	Mie / Bihun Goreng	Rp 60.000
	Nasi Goreng Yeung Chow	Rp 65.000
	Nasi Rames	Rp 60.000
	Nasi Goreng Tradisional	Rp 65.000
	Ayam Goreng / Bakar	Rp 75.000
	Bebek Goreng / Bakar	Rp 75.000
	Sop Buntut / Buntut Goreng	Rp 125.000
	Sate Ayam	Rp 75.000
	Sate Kambing	Rp 75.000
	Sate Taichan	Rp 75.000
	Ikan Gurame Goreng	Rp 80.000
	Daging Sapi Lada Hitam	Rp 95.000
	Udang Asam Manis	Rp 90.000
	Tongseng Kambing	Rp 80.000
	Tongseng Ayam	Rp 80.000
Cap Cay	Rp 55.000	

TABEL 2 (Lanjutan)
MENU MAKANAN A'LA CARTE DI RESTORAN KRAKATAU
HOTEL SANTIKA TMII JAKARTA

MENU	ITEM MENU	HARGA JUAL
Desserts	Traditional Banana Fritter with Cheese	Rp 30.000
	Assorted Slices of Seasonal Fruit	Rp 28.000
	Banana Pancake with Vanilla Ice Cream	Rp 35.000
	Deep-Fried / Pan Seared Fermented Cassava	Rp 25.000
	Crème Caramel	Rp 25.000
	Mango Pudding	Rp 26.000
	Toasted Bread	Rp 30.000
	Banana Split	Rp 40.000
	Strawberry Crepes	Rp 35.000
	Selection Ice Cream	Rp 35.000

Sumber: *F&B Manager* Hotel Santika TMII Jakarta, 2021

Sebagai pemegang peranan strategis dalam sebuah restoran, menu harus disusun secara detail dan teliti untuk mendukung keberhasilan bisnis restoran. Untuk mengetahui kinerja dari menu yang telah dibuat, perlu dilakukan evaluasi menu secara berkala yang disesuaikan dengan kebijakan perusahaan. Evaluasi menu yang dilakukan secara periodik akan mendorong operasional dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan dan memenuhi target yang telah dibuat. Ninemeier (1986:104) menyatakan bahwa: *“Menu items can be evaluated in term of both their popularity and profitability”*. Pernyataan tersebut didukung oleh Rabone (2007:79) yang menyebutkan, *“A good menu is a menu that can generate profit and popularity”*. Dari pernyataan di atas dapat diketahui menu yang dirancang dengan baik tidak hanya dilihat dari salah satu faktor tetapi harus dianalisis dari popularitas dan keuntungan yang didapatkan.

Untuk dapat mengetahui tingkat popularitas, profitabilitas serta perlu atau tidaknya mempertahankan suatu menu terdapat satu teknik umum yang

digunakan untuk melakukan evaluasi yaitu *menu engineering* atau rekayasa menu. Schmidgall dkk (2002) menyatakan bahwa *menu engineering* atau rekayasa menu dapat memberikan informasi tentang keuntungan serta popularitas suatu item menu dalam rangka perancangan, desain dan untuk dapat menetapkan harga baru terhadap menu. Pernyataan di atas dikuatkan oleh paparan Ojugo (2010: 275) yang menyatakan bahwa: “*Menu engineering is the most scientific approach, providing a quantitative method of evaluating a menu. In this approach, both the profitability and popularity of items are evaluated and ranked. Items are categorized as stars, plowhorses, dogs, or puzzles, and treated accordingly*”.

Dengan menggunakan metode rekayasa menu dalam menganalisis suatu menu maka akan menghasilkan empat kategori seperti yang dijelaskan oleh Wiyasha (2007:215) yaitu *Star* dengan kontribusi keuntungan tinggi dan kontribusi popularitas tinggi, *Plowhorse* dengan kontribusi keuntungan rendah namun kontribusi popularitas tinggi, *Puzzle* dengan kontribusi keuntungan tinggi namun popularitas rendah, dan kategori *Dog* dimana kontribusi keuntungan serta kontribusi popularitas sama-sama rendah. Apabila suatu menu telah dievaluasi dan dijadikan ke dalam empat kategori tersebut, maka suatu bisnis restoran dapat menyusun strategi apa yang harus dilakukan dalam mengelola operasional sehingga dapat bersaing dengan bisnis restoran lainnya.

Dari hasil wawancara dengan pihak Hotel Santika TMII Jakarta diketahui bahwa manajemen belum menggunakan *menu engineering* atau rekayasa menu untuk melakukan evaluasi terhadap menu yang dijalankan. Pihak Hotel Santika TMII Jakarta melakukan evaluasi menu selama satu tahun sekali dengan

melihat sepuluh item yang paling banyak terjual, sehingga pihak manajemen hotel hanya melihat dari kontribusi popularitas namun tidak melihat dari kontribusi keuntungan.

Dari data awal yang penulis dapatkan, diketahui bahwa terjadi penurunan penjualan dalam beberapa item menu di tahun 2018 ke tahun 2019, dan adanya item menu yang tidak terjual sama sekali namun tetap dipertahankan di dalam menu. Berikut perbandingan data penjualan makanan *a'la carte* di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta tahun 2018 dan 2019.

TABEL 3
PERBANDINGAN DATA PENJUALAN MENU *A'LA CARTE* DI
RESTORAN KRAKATAU HOTEL SANTIKA TMII JAKARTA
TAHUN 2018 DAN 2019

MENU	ITEM MENU	DATA PENJUALAN		
		2018	2019	Selisih
Starters	Chicken Strip on Seasonal Fresh Green Salad	40	35	-5
	Fried Spring Rolls with Hot and Sour Sauce	127	128	1
	Gado-Gado	206	128	-78
	Mixed Fruit Salad With Shredded Cheese	59	29	-30
Soups	Chinese Sweet Corn Soup with Chicken	61	34	-27
	Traditional Mushroom Soup	34	28	-6
	Creamed Potato Leek Soup and Crouton	21	22	1
	Asparagus Soup	84	88	4
Lightmeal	Choice of Sandwiches	56	28	-28
	Triple Decker Sandwich	50	47	-3
	Beef or Cheese Burger	64	42	-22
	Spaghetti / Penne with Choices of Sauce	157	112	-45

Sumber : *F&B Manager* Hotel Santika TMII Jakarta, 2021

TABEL 3 (Lanjutan)
PERBANDINGAN DATA PENJUALAN MENU A'LA CARTE DI
RESTORAN KRAKATAU HOTEL SANTIKA TMII JAKARTA
TAHUN 2018 DAN 2019

MENU	ITEM MENU	DATA PENJUALAN		
		2018	2019	Selisih
Main Course	Grilled Beef Tenderloin Black Pepper Sauce	66	61	-5
	Sirloin Steak Mushroom Sauce	67	84	17
	Pan-Fried Salmon / Gindara Steak with Tomato Salsa	84	68	-16
	Soto Ayam	254	340	86
	Mie / Bihun Rebus	51	58	7
	Mie / Bihun Goreng	156	162	6
	Nasi Goreng Yeung Chow	149	120	-29
	Nasi Rames	221	163	-58
	Nasi Goreng Tradisional	919	797	-122
	Ayam Goreng / Bakar	59	41	-18
	Bebek Goreng / Bakar	40	47	7
	Sop Buntut / Buntut Goreng	633	424	-209
	Sate Ayam	87	79	-8
	Sate Kambing	34	36	2
	Sate Taichan	9	7	-2
	Ikan Gurame Goreng	92	52	-40
	Daging Sapi Lada Hitam	85	63	-22
	Udang Asam Manis	53	29	-24
	Tongseng Kambing	197	185	-12
	Tongseng Ayam	173	101	-72
Cap Cay	171	117	-54	
Desserts	Traditional Banana Fritter with Cheese	809	791	-18
	Assorted Slices of Seasonal Fruit	209	197	-12
	Banana Pancake with Vanilla Ice Cream	0	0	0
	Deep-Fried / Pan Seared Fermented Cassava	390	420	30
	Crème Caramel	0	0	0
	Mango Pudding	0	0	0
	Toasted Bread	78	53	-25
	Banana Split	10	0	-10
	Strawberry Crepes	0	0	0
	Selection Ice Cream	30	0	-30

Sumber : *F&B Manager* Hotel Santika TMII Jakarta, 2021

Dapat dilihat dari **TABEL 3** bahwa terdapat 29 item yang mengalami penurunan penjualan dan empat item menu yang tidak terjual sama sekali selama tahun 2018 dan 2019 namun tetap dipertahankan di dalam menu yang diberikan kepada tamu.

Apabila dilihat dari pendapatan yang diterima pihak Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta dengan cara menghitung total penjualan setiap item dengan harga jualnya lalu melihat jumlah keseluruhan, maka total pendapatan juga mengalami penurunan serta berkurangnya margin kontribusi seperti yang penulis paparkan di **TABEL 4** berikut ini:

TABEL 4

**DATA PENURUNAN MARGIN KONTRIBUSI MENU *A'LA CARTE*
DI RESTORAN KRAKATAU HOTEL SANTIKA TMII JAKARTA
TAHUN 2018 – 2019**

	2018	2019	Selisih
Total Penjualan	Rp 398.212.000	Rp 330.676.000	-Rp 67.536.000
Total Harga Pokok	Rp 112.409.620	Rp 93.404.130	-Rp 19.005.490
Margin Kontribusi	Rp 285.802.380	Rp 237.271.870	-Rp 48.530.510

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2021

Dapat dilihat bahwa bukan hanya penurunan total penjualan, tetapi juga penurunan total pendapatan laba kotor sebesar Rp48.530.510 dimana margin kontribusi di tahun 2018 sebesar Rp 285.802.380 dan turun menjadi Rp 237.271.870 di tahun 2019.

Di setiap pengelolaan bisnis diperlukan peningkatan penjualan untuk dapat mencapai target utama sebuah bisnis yaitu profit, sehingga perlu dilakukan evaluasi untuk mencegah penurunan penjualan.

Berdasarkan pada data yang telah dipaparkan, penulis merasa perlu untuk mengangkat masalah di atas sebagai topik dalam Proyek Akhir dengan judul **“EVALUASI MENU *A’LA CARTE* DENGAN METODE REKAYASA MENU DI RESTORAN KRAKATAU HOTEL SANTIKA TMII JAKARTA”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa masalah untuk diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Indeks Popularitas menu di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta?
2. Bagaimana Margin Kontribusi di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta?
3. Bagaimana penerapan *Menu Engineering* di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta?
4. Strategi apa yang bisa diterapkan setelah adanya analisis menu di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dibuat, penelitian ini disusun dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Indeks Popularitas menu di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta
2. Untuk mengetahui Marjin Kontribusi di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta

3. Untuk mengetahui *Menu Engineering* di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta
4. Untuk mengetahui strategi apa yang bisa diterapkan setelah adanya analisis menu di Restoran Krakatau Hotel Santika TMII Jakarta

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang akan penulis lakukan pada Proyek Akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memperluas wawasan dan pengetahuan penulis baik secara teori maupun praktik khususnya mengenai metode rekayasa menu untuk mengevaluasi suatu menu
2. Memberikan masukan dan saran kepada Hotel Santika TMII Jakarta mengenai evaluasi menu dengan metode rekayasa menu
3. Memberikan pemahaman mengenai rekayasa menu dalam mengevaluasi menu bagi pembaca, khususnya mahasiswa/i STP NHI Bandung