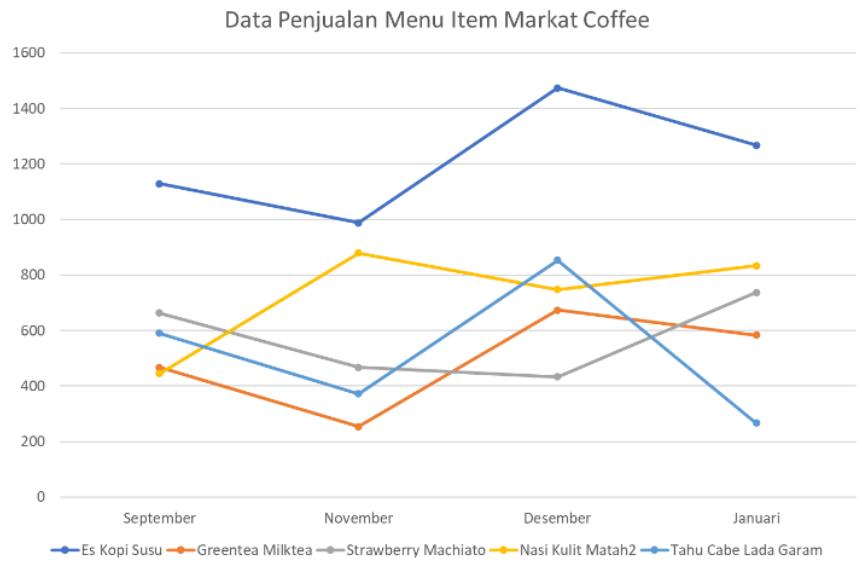
BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu segmen penting dalam industri F&B adalah kafe. Kafe menjadi tempat yang populer bagi masyarakat untuk bersantai, bersosialisasi, atau bahkan bekerja. Dengan menawarkan suasana yang nyaman dan hangat, ditambah dengan beragam pilihan kopi, makanan ringan, dan minuman lainnya, kafe berhasil menciptakan pengalaman unik bagi para pengunjungnya. Menurut Maulidi (2017), pengertian Kafe (Cafe) adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Kafe menjadi tempat yang sangat diminati oleh berbagai kalangan, termasuk pekerja kantoran yang membutuhkan tempat bersantai, pelajar yang mencari suasana belajar yang berbeda, turis yang ingin menikmati budaya lokal, dan para pecinta kopi yang mencari sensasi dari berbagai biji kopi berkualitas tinggi.

Masalah yang dihadapi oleh Markat Coffee adalah fluktuasi permintaan pelanggan terhadap menu tertentu. Beberapa menu mungkin sangat terjual tinggi, tetapi seiring berjalannya waktu, minat pelanggan dapat berubah, menyebabkan penurunan dalam penjualan menu. Ketidakseimbangan dalam ketersediaan dan permintaan menu dapat berdampak negatif pada keuntungan kafe dan menyebabkan pemborosan bahan baku, yang pada gilirannya dapat mengurangi efisiensi operasional kafe. Dalam Wiyasha (2011), Kasavana dan Smith menyebutkan bahwa dalam menu engineering terdapat dua indikator utama yang menjadi fokus, yaitu MM (Menu Mix) yang digunakan untuk mengukur popularitas dengan melihat jumlah item menu yang terjual, dan CM (Contribution Margin) yang berperan dalam mengukur profitabilitas dengan melihat keuntungan yang dihasilkan. Setelah melakukan perhitungan menggunakan metode menu engineering, hasilnya adalah pengelompokkan menu menjadi empat kategori, yaitu "star," "plowhorse," "puzzle," atau "dog.". Menghadapi tantangan diperlukan pemahaman pola perilaku pelanggan secara mendalam, tanpa pemahaman yang mendalam tentang preferensi pelanggan, Markat Coffee kesulitan menghadirkan menu yang sesuai dengan selera dan kebutuhan pelanggan. Akibatnya, ada potensi peluang bisnis yang terlewatkan, dan Markat Coffee menjadi kurang responsif terhadap perubahan tren dan preferensi konsumen. Mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan pelanggan merupakan kunci untuk menyusun menu yang lebih relevan dan menarik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan mereka.

Gambar 1 Data Penjualan Menu Item di Markat Coffee periode September-Desember



Sumber: Markat Coffee dan data di olah penulis, 2023

Mengatasi masalah-masalah ini, Rekayasa Menu atau Rekayarsa Menu menjadi solusi yang potensial bagi Markat Coffee. Rekayasa Menu adalah strategi yang terus berkembang dalam industri F&B yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja bisnis dan memuaskan pelanggan dengan mengoptimalkan menu dan penataannya. Rekayasa Menu dapat membantu menghadirkan perubahan positif dalam berbagai aspek menu mereka. Penerapan Rekayasa Menu di Markat Coffee akan melibatkan langkah-langkah strategis untuk mengatasi masalah-masalah yang diidentifikasi. Menurut Wiyasha (2007), Kualitas suatu restoran dianggap baik ketika restoran tersebut secara rutin memonitor penjualan produknya, dengan tujuan untuk mengoptimalkan pendapatan. Makanan yang dijual dalam restoran perlu terus diawasi melalui analisis yang memeriksa jenis makanan yang paling diminati oleh pelangganAnalisis menyeluruh terhadap menu yang ada untuk menilai kinerja masing-masing menu berdasarkan keuntungan, tingkat penjualan tertinggi, dan pangsa pasar. Data ini akan memberikan wawasan berharga bagi manajemen kafe untuk mengidentifikasi menu-menu yang paling diminati dan menu-menu yang kurang diminati oleh pelanggan. Dengan informasi ini, kafe dapat mengambil keputusan yang lebih bijaksana dalam perbaikan dan perancangan ulang menu.

Penerapan Rekayasa Menu meliputi penyesuaian visual dan penataan yang strategis untuk mempengaruhi perilaku pelanggan dalam memilih menu, dengan tujuan meningkatkan penjualan menu unggulan serta memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan melalui analisis data, untuk menghadirkan menu yang lebih relevan dan responsif terhadap tren dan perubahan selera pelanggan. Menurut Hernowo seperti yang dikutip dalam Permatasari (2014), kualitas sebuah menu dapat dinilai berdasarkan tingkat penjualannya dan sejauh mana menu tersebut mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. Konsep Rekayasa Menu dijadikan sebagai solusi untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh Markat Coffee. Pendekatan data-driven, dapat memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan industri F&B secara keseluruhan dan memberikan rekomendasi yang berharga bagi kafe

dan restoran untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Dittmer dan Keefe (2009) mengungkapkan bahwa dengan melakukan perubahan pada menu yang ada, termasuk jumlah dan variasi menu, sesuai dengan preferensi konsumen dan potensi kontribusi terhadap keuntungan, hal ini dapat meningkatkan efektivitas dalam usaha untuk mengoptimalkan pendapatan.Rekayasa Menu di Markat Coffee diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat daya saing kafe, dan menciptakan peluang pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri F&B..

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini akan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana *Menu Mix* di Markat Coffe?
2. Bagaimana *Contribution Margin* menu di Markat Coffee?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menerapkan *Menu Mix* di Markat Coffe.
2. Untuk menerapkan *Contribution Margin* menu di Markat Coffee.

Dengan mencapai tujuan ini, diharapkan dapat meningkatkan kinerja menu *a la carte* di Markat Coffe dan mengoptimalkan pendapatan dan keuntungan perusahaan.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam judul " Analisis Rekayarsa Menu Untuk Menu A`la Carte Di Markat Coffe" dapat difokuskan pada beberapa aspek yang ingin diteliti dan dibatasi. Berikut adalah beberapa contoh batasan masalah yang mungkin dapat digunakan:

1. Menu *A'la carte* di Markat Coffee: Penelitian ini akan berfokus pada analisis Rekayarsa Menu untuk menu *a'la carte* yang tersedia di Markat Coffee. Menu *a'la carte* meliputi makanan dan minuman yang disajikan secara terpisah, bukan dalam paket atau kombinasi tertentu.
2. Metode Rekayarsa Menu: Penelitian ini akan menggunakan metode Rekayarsa Menu atau Rekayasa Menu untuk menganalisis menu *a'la carte* di Markat Coffee. Metode ini melibatkan penilaian terhadap keuntungan, popularitas, dan pangsa pasar masing-masing menu.
3. Kontribusi Menu terhadap Keuntungan Kafe: Penelitian ini akan menilai kontribusi masing-masing menu *a'la carte* terhadap keuntungan keseluruhan Markat Coffee berdasarkan perhitungan *Contribution Margin*. Data yang digunakan untuk perhitungan *Contribution margin* akan mencakup biaya produksi, harga jual menu, serta informasi terkait keuntungan yang diperoleh dari penjualan menu-menu tersebut.
4. Faktor Kualitas Menu: Penelitian ini akan mempertimbangkan faktor-faktor kualitas menu *a'la carte* di Markat Coffee, termasuk variasi, inovasi, harga yang sesuai, dan kesesuaian dengan preferensi pelanggan.
5. Penerapan di Markat Coffee: Penelitian ini akan memfokuskan pada penerapan analisis Rekayarsa Menu secara spesifik di Markat Coffee. Penelitian tidak akan mencakup analisis

menu di kafe atau restoran lain, kecuali digunakan sebagai perbandingan dengan Markat Coffee.

1.5 Kegunaan penelitian

1. Kegunaan Penelitian Secara teoritis.

   a) Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baru pada ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Rekayarsa Menu dan strategi manajemen restoran, dengan hasilnya yang berpotensi menjadi referensi untuk penelitian lanjutan dan memperkaya literatur ilmiah terkait. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih mendalam tentang penerapan metode Rekayarsa Menu pada menu a'la carte di Markat Coffee, yang dapat menjadi dasar pengembangan teori dan konsep yang lebih komprehensif bagi akademisi dan peneliti. Selanjutnya, penelitian ini diharapkan memberikan panduan dan rekomendasi praktis bagi manajer restoran, terutama di Markat Coffee, untuk meningkatkan kinerja bisnis dan optimalisasi menu a'la carte dengan memperhatikan elemen-elemen kualitas menu yang relevan dalam praktik manajemen sehari-hari.

2. Kegunaan Penelitian Secara Praktis:

   b) Secara praktis, penelitian ini memiliki beberapa kegunaan yang dapat memberikan dampak nyata bagi Markat Coffee dan restoran sejenis:

   c) Pengembangan Menu yang Lebih Menarik: Penelitian ini akan membantu Markat Coffee dalam mengembangkan menu *a'la carte* yang lebih menarik dan beragam, sehingga dapat meningkatkan daya tarik bagi pelanggan. Dengan memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan, kafe dapat menyusun menu yang lebih sesuai dengan selera konsumen, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperluas pangsa pasar.

   d) Optimalisasi Keuntungan: Melalui analisis Rekayarsa Menu, Markat Coffee dapat mengidentifikasi menu-menu yang memiliki kontribusi keuntungan yang lebih tinggi dan strategi pricing yang tepat. Hal ini akan membantu kafe dalam mengoptimalkan keuntungan dari penjualan menu *a'la carte* mereka, sehingga mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis.

   e) Pengelolaan Persediaan yang Lebih Efisien: Dengan mengetahui menu-menu yang paling diminati dan permintaan pelanggan yang fluktuatif, Markat Coffee dapat mengelola persediaan bahan baku dengan lebih efisien. Pengetahuan tentang menu yang populer dan permintaan pelanggan akan membantu mengurangi pemborosan bahan baku dan mengoptimalkan pengelolaan persediaan.

   f) Meningkatkan Kualitas Layanan: Dengan pemahaman tentang kualitas menu yang disajikan, kafe dapat meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Menu yang lebih menarik, inovatif, dan sesuai dengan preferensi pelanggan akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, sehingga meningkatkan reputasi dan citra positif kafe.