

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif analitik antara *menu engineering* dengan upaya peningkatan volume penjualan, dapat ditarik kesimpulan atas penelitian dan pemenuhan jawaban berdasarkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai CM (*Contribution Margin*) di Restoran The Centrum periode 2012 hingga 2014.

CM (*Contribution Margin*) mengacu pada harga jual serta *food cost* atau keuntungan kotor yang diperoleh dari masing-masing produk. Menu *A'la Carte* yang tersedia di Restoran The Centrum berjumlah 47 menu. Adapun rerata *Contribution Margin* menurut perhitungan menggunakan metode *menu engineering* adalah Rp.8.900. Jika CM (*Contribution Margin*) per item lebih besar dari Rp.8.900 maka CM class untuk menu tersebut adalah "HIGH", sebaliknya Jika CM (*Contribution Margin*) per item lebih kecil dari Rp.8.900 maka CM Class untuk menu tersebut adalah "LOW".

2. Gambaran mengenai MM (*Menu Mix*) di Restoran The Centrum periode 2012 hingga 2014.

MM (*Menu Mix*) merupakan angka yang mengacu pada kepopuleran suatu menu. Untuk menentukan MM class yaitu dengan cara membandingkan IP% (Indeks Popularitas) dengan MM (*Menu Mix*) rumus yang digunakan untuk mendapatkan angka MM (*Menu Mix*) yaitu $(100 \times 70 \%) / \text{Number of item menu}$. *Menu Mix* dalam penelitian ini sebesar 1,48. Jika IP% (Indeks Popularitas) lebih besar dari angka *Menu Mix* yaitu 1,48 maka MM Class untuk menu tersebut adalah "HIGH", sebaliknya jika IP% (Indeks Popularitas) lebih kecil dari 1,48 MM Class untuk menu tersebut adalah "LOW".

No. Daftar FPIPS: 4780/UN 40.2.5.3/PL/LT/2015

3. Gambaran mengenai *menu engineering* di The Centrum periode 2012 hingga 2014.

Umumnya mengalami tren yang fluktuatif dan cenderung mengalami penurunan baik pada sisi Indeks popularitas maupun *Contribution margin*. Berdasarkan perhitungan menggunakan metode *menu engineering* setelah diketahui klasifikasi CM class dan MM class dari tiap-tiap menu komposisi menu makanan yang terdapat di The Centrum belum optimal karena dari 47 menu yang dianalisis, hanya ada 10 menu (21,3%) berada pada kategori Star, 5 menu (10,6%) pada kategori Puzzle, 14 menu (29,8%) pada kategori Plowhorse, dan 18 menu (38,3%) pada kategori Dog.

1.2 REKOMENDASI

Adapun beberapa saran yang dapat disampaikan berdasarkan simpulan diatas kepada pihak perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Penerapan *menu engineering* sebagai alat untuk meng evaluasi kinerja penjualan menu harus selalu dilakukan dengan komitmen yang tinggi. Dalam melaksanakannya pihak manajemen harus selalu memperhatikan indeks popularitas dan *contribution margin* yang menjadi acuan untuk penentuan klasifikasi menu.
2. Perlu pula untuk diingat, bahwa suatu produk memiliki siklus hidupnya, hal tersebut juga memerlukan evaluasi agar suatu produk tidak mudah mengalami kemunduran cepat setelah berada di tahap *maturity*.
3. Alternatif yang dapat ditawarkan peneliti kepada pihak manajemen The Centrum adalah sebagai berikut:

a. Untuk menu yang berada pada kategori Star:

- Mempertahankan kualitas makanan dengan tidak mengurangi porsi maupun komposisi yang terkandung di dalamnya.
- Menempatkan menu pada bagian yang strategis.

b. Untuk menu yang berada pada kategori Puzzle:

- Melakukan promosi secara gencar, seperti memberikan *discount* khusus di hari tertentu.
 - Untuk meningkatkan popularitas dapat pula menempatkannya pada menu spesial.
 - Merubah *display* menu tersebut agar tampak lebih menarik, seperti menu Chicken Teriyaki yang hanya disajikan menggunakan *Dinner Plate* diubah menjadi menggunakan *hotplate*.
 - Membuat *size portion (Small, Medium, Large)* agar makanan dapat terjual lebih banyak.
 - Merubah nama menu dengan nama yang lebih menarik agar pelanggan tertarik untuk memesan.
- c. Untuk menu yang berada pada kategori Plowhorse:
- Mengurangi porsi agar menambah *contribution margin*.
 - Mensubstitusi bahan baku dengan harga yang lebih murah agar menekan *food cost*. Seperti penggunaan kentang import dengan kentang lokal untuk menu kentang goreng.
 - Melakukan pengawasan terhadap SOP kepada setiap staff bagian produksi agar penggunaan bahan baku tetap efisien.
- d. Untuk menu yang berada pada kategori Dog:
- Menjual makanan melalui *special of the day* atau *table d'hote menu*.
 - Dihapuskan dari daftar makanan
 - Kalau menu tersebut memanfaatkan *trimming*, dapat dipertahankan dan turunkan harga untuk mencari popularitas
 - Ganti dengan menu lain yang mengacu pada menu star, walaupun bahan dasarnya sama.

Menjualnya dengan menu lain yang lebih populer seperti menjual menu Mushroom Soup yang berada di kategori Dog dengan Chicken Gordon Bleu yang berada di kategori star agar indeks popularitasnya meningkat dan memberikan contribution margin terhadap restoran.

No. Daftar PIPS: 4780/UN 40.2.5.3/PL/LT/2015

Susi Nurul Sani, 2015

ANALISIS PENERAPAN MENU ENGINEERING DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

DI RESTORAN THE CENTRUM

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu