

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan pada salah satu restoran yang berada di kota Serang yaitu Tirta Asri Restaurant Le Dian Hotel & Cottages. Penelitian ini berdasarkan objek yaitu menu *main course* di Tirta Asri Restaurant Le Dian Hotel & Cottages, dengan metode perhitungan *menu engineering*. Peneliti menggunakan data penjualan pada Januari 2016 hingga Desember 2016 untuk diteliti.

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau sering disebut *independent variable* adalah *menu engineering* (X). sedangkan variabel terikat atau sering disebut *dependent variable* adalah volume penjualan menu *main course* (Y).

3.2 Subjek Penelitian

Peneliti memilih Tirta Asri Restorant Le Dian Hotel & Cottages Serang karena berdasarkan survei prapenelitian diperoleh dan digunakan data primer. Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Data tersebut diperoleh peneliti secara langsung dari Tirta Asri Restaurant Le Dian Hotel & Cottages. Maka subyek penelitian dilakukan kepada responden dengan cara wawancara kepada *Executif Chef* dan *General Manajer*.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. (Sugiyono, 2011 : 3)

Pada umumnya metode penelitian ada dua yaitu kuantitatif dan kualitatif. Menurut Masyhuri dan M. Zainuddin (Masyhuri, 2008 : 13) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang tidak mementingkan kedalaman data, penelitian kuantitatif tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang pemecahan masalahnya dengan menggunakan data empiris.

Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan analisis deskriptif yang merupakan salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif, yaitu suatu penulisan yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya tentang objek yang diteliti yang mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan yang sebenarnya terjadi dan mendapatkan hasil dari perhitungan angka.

3.4 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian dimulai dengan menganalisis keseluruhan menu yang ada di restoran dengan menggunakan perhitungan *menu engineering*, setelah itu di kategorikan menu yang termasuk tidak *popular* dan tidak *profitable* (*Dogs*).

3.5 Operasional Variabel

Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah *menu engineering* sebagai variabel X. Sedangkan Y adalah upaya meningkatkan volume penjualan. Operasional variabel penelitian disajikan pada tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1

Operasional Variabel

Variable	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Sumber
<i>Menu Engineering</i> (X)	<i>Menu Engineering</i> (Rekayasa Menu) adalah penerapan manajemen menu	Pihak perusahaan dapat mengetahui menu mana	Matriks <ul style="list-style-type: none"> • Kontribusi margin (analisis biaya) 	<i>Executif Chef, General Manajer, dan Konsumen</i>

	<p>yang dapat membantu mengevaluasi keputusan berkenaan dengan harga, rancangan dan ini menu pada masa sekarang dan masa yang akan datang</p>	<p>saja yang dapat dievaluasi</p>	<p>keuntungan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bauran produk • Evaluasi menu • Kategori <i>unprofitable & unpopular</i> <p>Kualitas Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tampilan Menu <i>Main Course</i> • Kebersihan menu <i>main course</i> • Keterjangkauan harga • Tingkat kematangan • Kesesuaian porsi • Kecepatan pelayanan • Keramahan pelayanan • Warna menu <i>main course</i> • Tekstur menu <i>main course</i> • Kualitas menu <i>main course</i> 	
Volume Penjualan Menu <i>Main Course</i> (Y)	<p>Volume Penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas diperdagangkan dalam suatu masa tertentu</p>	<p>Pihak perusahaan dapat mengetahui keuntungan yang didapat</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Faktor penjualan • Kondisi dan kemampuan penjualan • Kondisi pasar • Kondisi organisasi perusahaan • Faktor-faktor lain • Analisis penjualan • Evaluasi 	<i>General Manajer</i>

		penjualan	
--	--	-----------	--

Sumber : Data Diolah Penulis, 2017.

3.6 Populasi

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2011 : 119), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Juliansyah Noor (Noor, 2011 : 147), populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian.

Dilihat dari kompleksitas objek populasi, maka populasi dapat dibedakan menjadi populasi homogen (keseluruhan individu yang menjadi anggota populasi memiliki sifat yang relatif sama antara yang satu dan yang lain dan mempunyai ciri tidak terdapat perbedaan hasil tes dari jumlah tes populasi yang berbeda) dan populasi heterogen (keseluruhan individu anggota populasi relatif mempunyai sifat-sifat individu dan sifat ini yang membedakan antara individu anggota populasi yang satu dengan yang lain).

Penulis menggunakan populasi homogen karena populasi memiliki sifat yang relatif sama antara satu dengan yang lainnya namun memiliki jumlah tes populasi yang berbeda.

3.7 Sampel

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2011 : 120), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Menurut Masyhuri dan M.Zainuddin (Masyhuri, 2008 : 153), sampel dimunculkan oleh peneliti pada suatu penelitian disebabkan karena : (1) peneliti ingin mereduksi (memotong) obyek yang akan diteliti. Peneliti tidak melakukan penyelidikan pada semua objek atau gejala atau kejadian atau peristiwa tetapi hanya sebagian saja, sebagian inilah disebut dengan sampel; dan (2) peneliti ingin melakukan generalisasi dari hasil penelitiannya, artinya mengenakan kesimpulannya kepada obyek, kejadian, gejala, atau peristiwa yang lebih luas.

Nur Andini, 2017

**ANALISIS PENERAPAN MENU ENGINEERING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA
MENU MAIN COURSE DI TIRTA ASRI RESTAURANT LE DIAN HOTEL X COTTAGES SERANG
BANTEN**

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

3.8 Teknik Sampling

Menurut Prof. Dr. Sugiyono (Sugiyono, 2011 : 300) teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampling yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling*. Menurut Prof. Dr. Sugiyono (Sugiyono, 2011 : 301) *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Non probability sampling* teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Prof. Dr. Sugiyono (Sugiyono, 2011 : 301) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Penulis menggunakan teknik sampel *Non probility sampling* dengan *Sampling Purposive* dalam penelitian ini, karena teknik sampel tersebut merupakan teknik yang cocok dengan kebutuhan peneliti. Sampel yang dipilih oleh peneliti adalah pihak tertuju yang dianggap paling baik untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini. Penulis menggunakan rumus slovin dengan data jumlah konsumen perbulannya yaitu sebanyak 1177 orang. Menurut Sujarweni & Endrayanto (Sujarweni, 2012), rumus slovin untuk menentukan sampel :

$$n = N / (1 + N \cdot (e)^2)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel / jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut :

- Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar.
- Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1177 orang, sehingga persentase kelonggaran yang dipakai adalah 10%. Maka perhitungan sampelnya sebagai berikut :

$$n = 1177 / (1 + 1177.(0,1)^2) = 92,2$$

Berdasarkan perhitungan di atas jumlah sampel yang menjadi responden adalah 92 orang, dengan responden yang dituju adalah konsumen Tirta Asri Restaurant Le Dian Hotel & Cottages.

3.9 Jenis dan Sumber Data

Apabila mengumpulkan data dari sampel penelitian, tentu memerlukan sebuah metode atau alat/instrumen pengumpulan data. Pengumpulan data dapat menggunakan dua data, yaitu data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung meliputi dokumen perusahaan berupa sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian yang berasal dari literature, artikel, dan berbagai sumber lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.10 Teknik Pengumpulan Data

Menurut prof. Dr. Sugiyono (Sugiyono, 2011 : 308), Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mengkaji permasalahan dalam objek penelitian diantaranya :

1. Observasi atau Studi Lapangan

Mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Nur Andini, 2017

**ANALISIS PENERAPAN MENU ENGINEERING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA
MENU MAIN COURSE DI TIRTA ASRI RESTAURANT LE DIAN HOTEL X COTTAGES SERANG
BANTEN**

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

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2011 : 316). Penulis melakukan wawancara melalui komunikasi dengan Executif Chef dan General Manajer.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2011 : 326). penulis mengumpulkan data dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

4. Triangulasi

Menurut Prof. Dr. Sugiyono dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. (Sugiyono, 2011 : 327)

5. Studi Pusaka

Pengumpulan data dengan cara mempelajari buku yang berkaitan dengan penelitian dengan mempelajari teori-teori sebagai dasar teoritis.

3.11 Teknik Analisis Data

Analisis data pada dasarnya merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasi-kan. Penulis menggunakan beberapa langkah yang dilakukan untuk membuat analisis menggunakan metode *menu engineering*, diantaranya :

1. Analisis Harga Bahan Baku (*Food Cost*)

Mencatat harga bahan baku yang digunakan untuk setiap item menu yang tersedia pada restoran tersebut dan mengacu pada standar resep.

2. Analisis Harga Jual (Selling Price)

Harga jual menu per porsi yang ditetapkan perusahaan dan telah dibebankan dengan biaya lain seperti biaya *Overhead Cost*, dan *Labour Cost*.

3. Analisis Kinerja Penjualan Restoran

Langkah selanjutnya setelah mengetahui *food cost* dan harga jual dari masing-masing menu *main course* yang dijual di Tirta Asri Restaurant, peneliti melakukan pengambilan data penjualan restoran. Analisis ini digunakan guna melengkapi data-data yang diperlukan untuk melakukan analisis manajemen menu dengan pendekatan Matriks dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

4. Analisis *Potential Food Cost*

Perhitungan *Potential Food Cost* dilakukan dengan cara mengkalikan *Food Cost per portion* dengan menu yang terjual. Rumus : $Amount Sold \times Cost per portion$.

5. Analisis *Presentase Standar Food Cost*

Analisis ini memfokuskan pada kontribusi menu item terhadap *food cost*. Apabila menu tersebut memiliki presentase *food cost* yang rendah itu berarti menu tersebut akan memberi kontribusi *profit* yang tinggi dan akan menutupi biaya operasional.

6. Analisis *Total Food Sales*

Perhitungan *Total Food Sales* dapat diperoleh dari jumlah menu yang untuk metode ini merupakan harga yang tidak termasuk dengan harga pajak serta pelayanan.

7. Analisis Indeks Popularitas

Indeks popularitas makanan yang terdapat dalam *menu engineering* dapat diartikan sebagai dasar untuk mengukur tingkat popularitas dari masing-masing jenis makanan. Dalam hal ini popularitas makanan terukur melalui sejumlah produk yang paling dominan dibeli dan dikonsumsi konsumen.

8. Analisis *Contribution Margin*

Merupakan selisih antara harga jual makanan dengan harga pokok makanan yang digunakan untuk menutupi biaya-biaya lain seperti biaya *over head*, pegawai, dan keuntungan.

9. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Nur Andini, 2017

ANALISIS PENERAPAN MENU ENGINEERING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA MENU MAIN COURSE DI TIRTA ASRI RESTAURANT LE DIAN HOTEL X COTTAGES SERANG BANTEN

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

Analisis SWOT merupakan suatu analisis yang dapat dipergunakan untuk menetukan strategi di perusahaan dan restoran. Menurut Pearce dan Robinson (Pearce, 2000 : 202) SWOT sebagai singkatan dari kekuatan internal dan kelemahan serta kesempatan di dalam lingkungan serta ancaman yang dihadapi suatu perusahaan pada lingkungan eksternal.

a. Kekuatan (*Strength*)

Merupakan kekuatan utama perusahaan jika dibandingkan dengan kepentingannya.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Suatu kondisi yang merupakan kelemahan dari organisasi atau program pada saat ini.

c. Peluang (*Opportunities*)

Merupakan situasi atau kondisi diluar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan.

d. Ancaman (*Threat*)

Merupakan ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksternal organisasi dimasa depan.

Agar lebih mudah dapat mengerjakan dengan menggunakan *Menu Engineering Worksheet*.

Tabel 3.2

Menu Engineering Worksheet

No	(A) Menu item name	(B) No. sold	(C) Menu Mix %	(D) Item Foo d Cost	(E) Item Selling Price	(F) Item CM (E-D)	(G) Menu Cost (D*B)	(H) Menu Reven ues (E*D)	(L) Menu CM (H-D)	(P) CM Category	(R) MM % Category	(S) Menu Item Classifikatio n
1	<i>Item 1</i>											
2	<i>Item 2</i>											
							<i>i</i>			<i>j</i>	<i>m</i>	
	<i>Total</i>						<i>K 5 l/j (FC%)</i>			<i>O 5 M/N (Av. CM)</i>	<i>Q 5 (100%/items) (70%)</i>	

Sumber : Bernard Davis (2012 : 270)

Nur Andini, 2017

ANALISIS PENERAPAN MENU ENGINEERING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA MENU MAIN COURSE DI TIRTA ASRI RESTAURANT LE DIAN HOTEL X COTTAGES SERANG BANTEN

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

Peneliti akan memasukan data sesuai dengan data dan hasil perhitungan *menu engineering* dan akan diketahui pengklasifikasian menunya telah dilakukan perhitungan. Teknik penghitungan yang akan digunakan :

$$a. \text{ Contribution Margin (CM per Item)} = \text{Selling Price} - \text{Food Cost}$$

$$b. \text{ CM \%} = \frac{\text{CM per-Item}}{\text{Selling Price}} \times 100\%$$

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

$$d. \text{ Food Cost \%} = \frac{\text{Food Cost}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

$$e. \text{ Total Food Cost} = \text{Amount Sold} \times \text{Food Cost per portion}$$

$$f. \text{ Total Food Sales} = \text{Amount Sold} \times \text{Selling Price}$$

$$g. \text{ Menu Mix} = \frac{\text{Amount Sold per item}}{\text{Total Amount Sold}}$$

$$h. \text{ Average Weight Contribution Margin (AWCM)} = \frac{\text{Total CM}}{\text{Total Number of Menu Item}}$$

$$i. \text{ Potential food cost} = \frac{\text{Total food cost all items}}{\text{Total food sales all items}}$$

Hasil perhitungan dengan metode *menu engineering*, setiap menu dapat diklasifikasikan ke dalam empat kategori. Keempat kategori menu menurut Jagels Balsion (Balsion, 2006 : 261) tersebut diantaranya sebagai berikut :

1. *Star* yaitu menu item yang memiliki kontribusi margin yang tinggi dan volume penjualan atau tingkatan kepopuleran tinggi (*populer and profitable*).
2. *Plowhouse* yaitu menu item yang memiliki kontribusi marginnya yang rendah tetapi volume penjualan atau tingkat popularitasnya tinggi (*populer and unprofitable*).

3. *Puzzle* yaitu menu item yang memiliki kontribusi margin yang tinggi tetapi volume penjualan atau popularitasnya rendah (*unpopuler and profitable*).
4. *Dogs* yaitu menu item yang memiliki kontribusi margin yang rendah dan volume penjualan atau popularitasnya rendah juga (*unpopular and unprofitable*).

Fungsi dari *menu engineering worksheet* ialah untuk mengetahui popularitas suatu item yang didapatkan dari keseluruhan jumlah makanan yang terjual dan juga untuk mengetahui profitabilitas suatu item menu dari margin penjualan makanan yang kemudian diklasifikasikan atau dikelompokan. Dengan analisis *menu engineering* di atas maka didapat empat klasifikasi menu seperti yang dijelaskan pada tabel 3.3.

Tabel 3.3

Pengklasifikasian Menu

Klasifikasi Item Menu	Syarat Yang Dipenuhi
<i>Stars</i>	MK tinggi, popularitas tinggi
<i>Puzzles</i>	MK tinggi, popularitas rendah
<i>Plowhorses</i>	MK rendah, popularitas tinggi
<i>Dogs</i>	MK rendah, populasi rendah

MK = Margin Kontribusi

Sumber : (Wiyasha, 2006 : 119)

Berdasarkan tabel di atas peneliti bisa mengklasifikasikan menu setelah dihitung. Berdasarkan tabel apabila MM dan CMnya tinggi maka menu tersebut berklasifikasi *star*, apabila MMnya tinggi tetapi CMnya rendah maka menu tersebut berjenis *plowhorse*. Kemudian apabila MMnya rendah tetapi CMnya tinggi maka menu tersebut diklasifikasikan sebagai menu *puzzle*. Jika MMnya rendah dan CMnya juga rendah maka menu tersebut diklasifikasikan sebagai menu *Dog*.

