

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini dilakukan pada sebuah café yang berada di Kabupaten Garut, tepatnya di Café You & Me. Penelitian ini dilakukan karena terdapat beberapa menu makanan yang volume penjualannya kurang memuaskan sehingga hasil pendapatan tidak sesuai dengan harapan pemilik café. Subjek dari penelitian ini adalah menu makanan yang disajikan di Café You & Me.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009, hlm.14) menjelaskan penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan dalam meneliti sampel dan populasi tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2009:29) metode deskriptif adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskriptifkan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dan juga menurut Sugiyono (2004:169) menjelaskan analisis deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

##### **3.2.1 Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2010 :58) pengertian operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
Menu Engineering	Sebuah pendekatan menu untuk mengevaluasi harga menu, desain, dan pengambilan keputusan yang berlaku untuk sekarang dan masa yang akan datang. ( J.A Drysdale & Jennifer Adam Aldrich 2002:106)	- Kontribusi Marjin - Indeks Popularitas	- <i>Profitable</i> - <i>Unprofitable</i> - <i>Popular</i> - <i>Unpopular</i>	interval
Volume Penjualan	Merupakan ukuran aktifitas perusahaan yang berhubungan dengan kapasitas dalam satuan uang atau unit produk dimana manajemen akan berusaha untuk mempertahankan volume yang menggunakan kapasitas yang ada dengan sebaik mungkin. (Horngren, Foster dan Datar dalam Basu Swasta 2005:58)	- <i>Sales History</i>	Data berskala numerik yang didapat dari pihak manajemen Café You & Me.	Rasio

### 3.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Umar (2003:56), data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan. Data tersebut di dapatkan langsung dari Café You & Me berkaitan dengan masalah yang diteliti seperti, data penjualan, nota belanja, daftar menu makanan, serta informasi-informasi lainnya yang berkaitan dengan pembuatan menu.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengolahan data yang dikumpulkan dapat dipengaruhi oleh faktor orang/objek yang mengumpulkan data jika pengumpulan data melakukan sedikit kesalahan sikap dan wawancara misalnya, akan mempengaruhi data yang diberikan oleh responden. Oleh sebab itu, peneliti harus berhati-hati dalam memperoleh data yang terkait dengan objek penelitian sehingga dapat menyimpulkan suatu penelitian tidak mengalami kekeliruan. Berikut merupakan alat pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang diangkat dalam objek penelitian.

- a. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, majalah, serta artikel-artikel guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian proses produksi dan uji hedonic terhadap panelis.
- b. Observasi, mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti ke Café You & Me.
- c. Wawancara, dilakukan melalui teknik komunikasi langsung kepada pihak atau pemilik perusahaan.

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Metode Menu Engineering

*Menu engineering* merupakan sebuah metode untuk perusahaan dalam bisnis kuliner untuk mengevaluasi kinerja menu makanan. Dalam menganalisa metode ini terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan, diantaranya :

Yan Sukarna Hidayat, 2017

**STRATEGI MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MAKANAN DENGAN ANALISIS MENU ENGINEERING DI CAFÉ YOU & ME**

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

1. Analisis Bahan Baku (*Food Cost*)  
Mencatat harga bahan baku yang digunakan setiap menu makanan yang ada di café tersebut sesuai dengan resep baku nya.
2. Analisis harga jual  
Harga setiap item menu yang tersedia dan telah ditetapkan oleh pihak pemilik café. Harga ini sudah termasuk kedalam biaya lain seperti *overhead*, gaji pegawai.
3. Analisis Kinerja Penjualan Restoran  
Selanjutnya peneliti mengambil data kinerja penjualan di Café You & Me selama tiga bulan dari bulan April 2016 sampai dengan Juni 2016.
4. Analisis *Potential Food Cost*  
Perhitungan *Potential Food Cost* yaitu dengan cara mengalikan *food cost per portion* dengan menu item yang terjual. Rumus : *Cost per portion X amount of sold*.
5. Analisis Persentase Standar *Food Cost*  
Analisis ini memfokuskan pada *food cost* setiap item menu. Bila *food cost* item tersebut rendah maka bisa dikatakan dapat memberi profit yang besar
6. Analisis *Total Food Sales*  
Perhitungan ini dapat diketahui dengan cara mengalikan harga jual item menu dengan jumlah menu yang terjual tersebut.
7. Analisis *Contribution Margin*  
Cara mengetahui *contribution margin* setiap menu yaitu mengurangi harga jual dengan harga pokok makanan tersebut.
8. Analisis Indeks Popularitas  
Indeks popularitas dalam *menu engineering* merupakan dasar indeks pengukur tingkat popularitas menu dari masing-masing jenis menu makanan yang tersedia di café.

Tabel 3.2

**TABEL MENU ENGINEERING**

menu item	food cost portion	selling price	CM/ item	Number of Sold	Total Food Cost	Total food sales	Total CM	Menu Mix %	CM %	MM Class	CM Class	Classification

sumber : *Planning and control for food and beverage management* (1991:125)

Dari tabel 3.2 peneliti akan memasukan data yang telah diperoleh lalu menghitungnya sehingga akan diketahui pengklasifikasian dari hasil perhitungan menu engineering. Rumus yang digunakan

1. Total Food Cost = Cost per portion x amount sold
2. Food cost % = Food Cost/ selling price x 100%
3. Total food sales = amount sold x selling price
4. Indeks popularity = amount sold per item / total amount sold x 100%
5. CM (Contribution margin) = selling price – food cost
6. CM% = Cm per item / selling price x 100%
7. Total Cm = CM x total amount sold per item
8. Average Weight Contribution Margin (AWCW) = All Total CM/ All Total Amount Sold
9. Menu Mix = (100 x 70%) / number of item menu

Setelah menghitung menggunakan metode menu engineering peneliti dapat mengklasifikasikan menu makanan tersebut menurut MM (Menu Mix) yang mengacu pada kepopuleran suatu menu, dan juga menurut CM (Contribution Margin) yang mengacu pada harga jual serta food cost atau

keuntungan kotor yang diperoleh dari masing masing produk. Klasifikasi tersebut dijelaskan pada tabel berikut :

**TABEL 3.3**  
**KLASIFIKASI MENU BERDASARKAN MENU ENGINEERING**

MM Rank	CM Rank	Classification
High	High	Star
High	Low	Plowhorse
Low	High	Puzzzle
Low	Low	Dog

Sumber : *Planning and control for food and beverage management* (1991:115)

Keempat indikator menu populer, unpopuler, profitable, ataupun unprofitable dapat diklasifikasikan sesuai tabel di atas. Jika MM-Rank dan CM-Rank tinggi menu tersebut Star, apabila MM-Rank tinggi dan CM-Rank rendah maka dikategorikan Plowhorse, lalu jika MM-Rank rendah CM-Rank tinggi maka disebut Puzzzle dan jika MM-Rank rendah CM-Rank rendah diklasifikasikan dog.

### 3.6 Analisis SWOT

Menurut Fred R. David (2008:8), semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan dan kelemahan internal, digabungkan dengan peluang dan ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan strategi. Tuiuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Berikut ini penjelasan SWOT menurut Fred R. David (2006:47) :

#### 1. Kekuatan ( *Strenghts*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

## 2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

## 3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang.

## 4. Ancaman (*Threads*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.