

MANAJEMEN MENU BERDASARKAN PENDEKATAN MATRIKS PADA WAROENK TRISTAR SURABAYA

HENDRIK ADRIANUS SUGIRNO
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
Email: hsugirno@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui klasifikasi menu makanan yang ada di Waroenk Tristar Surabaya. Analisis yang di lakukan yaitu dengan manajemen menu makanan dalam pendekatan matriks.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menu makanan yang ada di Waroenk Tritsar Surabaya kurang optimal dalam kinerja manajemen menu berdasarkan hasil dari tiga analisis yang sudah peneliti lakukan. Hasil dari analisis menu engineering menunjukkan bahwa dari 10 menu makanan yang dianalisis peneliti hanya 3 menu makanan yang berada pada kategori star sebanyak 6 menu berada pada kategori plowhorses, sebanyak 1 menu pada kategori puzzles dan tidak ada satupun menu berada pada kategori dogs. Hasil dari analisis persentase harga pokok menunjukkan bahwa 10 menu yang di analisis sebanyak 3 menu berada pada kategori winners, sebanyak 6 menu berada pada kategori marginals (II), sebanyak 1 menu berada pada kategori marginals (III), dan tidak ada satupun menu berada pada kategori losers. Hasil dari analisis marjin harga pokok menunjukkan bahwa dari 10 menu yang di analisis terdapat 1 menu berada pada kategori prime, sebanyak 2 menu berada pada kategori standards, sebanyak 3 menu berada pada kategori sleepers, dan sebanyak 4 menu berada pada kategori problems.

Peneliti memberikan saran kepada Waroenk Tristar Surabaya, sehingga berguna bagi perkembangan pelaksanaan manajemen menu di masa yang akan datang.

Kata kunci: klasifikasi menu, menu engineering, marjin kontribusi, persentase harga pokok, tingkat popularitas

ABSTRACT

This research was conducted to determine the classification of food menus in Waroenk Tristar Surabaya. The analysis done is by managing the food menu in the matrix approach.

The result show that the food menu in Waroenk Tristar Surabaya is less optimal in menu management performance based in the result of tree analysis that researchers have done. The result of the engineering menu analysis showed that from 10 food menus analyzed by researchers only 3 food menus in the star category were 6 menus in the plowhorses category, 1 menu in the puzzles category and none of the menus were in the dogs category. The results of the analysis of

the percentage of basic price show that 10 menus analyzed by 3 menus are in the winners category, 6 menus in are thee marginals (II) category, 1 menu is in the marginals (III) category, and none of the menus are in losers category. The results of the basic price margin anlatsis show that of the 10 menus analyzed there are 1 menu in the prime category, 2 menus are in the standard category, 3 menus are in the problems category.

The researcher gave advice to the Tristar Waroenk Surabaya, so that it was useful for the development of the implementation of menu management in the future.

Keywords: *menu classification, menu engineering, contribution margin, percentage of cost, popularity.*

LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam era globaliasi saat ini sektor pariwisata menjadi salah satu industri terbesar dan terkuat di dunia, karena sektor pariwisata merupakan penyumbang yang cukup besar terhadap pemasukan pendapatan terutama dalam hal perekonomian masyarakat dan negara. Kegiatan pariwisata sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang ada di kota sampai pada masyarakat yang ada di desa.

Secara luas pariwisata di pandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi, dan politik (Spillane & John Zone, 1987). Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia untuk memberikan dampak positif terutama dalam pemasukan pendapatan, dan perekonomian.

Trend berwisata berkembang seiring waktu semakin banyaknya informasi yang di tawarkan destinasti wisata serta promosi dari biro travel dengan paket wisata yang menarik. Pariwisata telah di tetapkan menjadi sektor prioritas pembangunan nasional selain infrastruktur, pangan, energi dan maritime. Sebesar USD 1 juta dan menghasilkan PDB USD 1,7 juta atau 170%. Jika di tarik ke persentase pertumbuhan penerimaan devisa, pariwisata bahkan memperlihatkan pertumbuhan pertumbuhan yang paling menggembirakan.

Peneliti menunjukkan bahwa wisatawan menghabiskan hampir 40% dari anggaran mereka pada makanan pada saat berpergian (Boyne, Williams, & Hall, 2002) ada juga yang mengatakan bahwa 50% dari pendapatan restoran dihasilkan oleh wisatawan (Graziani, 2003). Banyak negara mulai menyadari potensi kuliner bagi kesejahteraan masyarakat dan pengembangan destinasi wisata. Skotlandia dan Wales misalnya, memanfaatkan makanan sebagai sarana untuk membangun hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Inisiatif kampanye A Taste of Scotland menciptakan sebuah skema baru dalam hubungan antara perusaan dan produk setempat. Disini perusaan yang berpartisipasi setuju menyediakan hidangan 'traditional' atau menggunakan produk yang dikenal dan bisa di dapatkan di Skotlandia. (Huges, 1995). Huges berpendapat bahwa skema Taste of

Scotlandia berhasil membangun sebuah legenda makanan untuk Scotlandia. Legenda ini kemudian dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Skema serupa juga dapat di jumpai di daerah lain. Di Alto Minho, sebuah wilayah di Portugal, misalnya, badan pariwisata wilayah itu mencetak buku resep untuk memberikan pengunjung kesempatan untuk ‘membuat memori buku resep tentang makanan yang di nikmati di wilayah itu menjadi abadi. Edwards (Edwards, 2000) berpendapat bahwa kuliner merupakan elemen penting dari citra merek Alto Minho. Ini menunjukkan bahwa ada hubungan simbiolisis antara makanan dan industri pariwisata. Lebih penting lagi, makanan diakui sebagai alat promosi dan positioning destinasi yang efektif. (Hjalager & Richard, 2002). Kenapa, makanan memiliki kekhasan suatu daerah yang menyebabkan satu daerah ke daerah lainnya. Demikian pula, dengan meningkatkan minat dalam masalah local, beberapa negara menetapkan fokus pada makanan sebagai produk wisata inti mereka. Sebagai contoh, Prancis, Italia, dan Thailand, populer dengan masakannya. Pentingnya hubungan pariwisata dan makanan tidak dapat diabaikan. Setiap destinasi memiliki berbagai tingkat daya tarik tersendiri yang dapat menarik wisatawan dari berbagai negara. Selain makanan, otentisitas memang dapat menarik pengunjung ke tujuan. Disisi lain, destinasi menggunakan makanan sebagai daya tarik utama. Itu sebabnya, beberapa negara mengembangkan strategi pemasaran destinasinya dengan berfokus makanan, karena itu penting bagi pemasaran destinasi kuliner untuk mengetahui persepsi target konsumen tentang kuliner destinasi dan bagaimana mempengaruhi niat mereka untuk mengunjungi melalui strategi pemasaran yang efektif. (Frochot, 2003) usul menggunakan citra makanan dimanfaatkan untuk menunjukkan aspek budaya suatu negara. Dengan demikian, destinasi dapat menggunakan makanan untuk mewakili “pengalaman budaya, status, identitas budaya, mengkomunikasikannya”. Selanjutnya, (Hobsbawm & Ranger, 1983) berpendapat bahwa masakan yang sangat dikenal karena rasa dan kualitas mereka dapat dikembangkan menjadi produk wisata. Misalnya, masakan Italia dan mendorong industri pariwisata Italia (Hjalager & Corigliano, 2000).

Indonesia salah satunya negara yang mengarah ke citra masakan nasional dan pariwisata dapat menciptakan identitas nasional. Menteri pariwisata (Yahya, Apa Hubungan Kuliner dan Destinasi Wisata, 2014) mengatakan Indonesia sedang menuju destinasi wisata kuliner terfavorit di dunia yang berdaya saing. Untuk itu, promosi keluar negeri dan di dalam negeri terus dilakukan untuk meningkatkan rasa cinta dan minat masyarakat terhadap kuliner tradisional nusantara. “untuk menuju ke target itu, kami menyelenggarakan Pekan Wisata Kuliner Tradisional Nusantara (PWKTN) yang dilaksanakan dalam rangka Program 100 Hari (Quick Wins) Kabinet kerja 2014–2019, pada 12 sampai 14 Desember 2014 di Plasa Barat Monumen Nasional (MONAS),” kata Menpar Arief Yahya saat membuka Pekan Wisata Kuliner Tradisional Nusantara 2014 di Jakarta, Jumat. Ia mengatakan acara ini bertujuan mendorong Pemerintahan Daerah bersama dengan stakeholder terkait untuk membangun destinasi wisata kuliner Indonesia yang berdaya saing. Kuliner di Indonesia terbukti memiliki daya tarik yang besar, apalagi dengan dinobatkannya rending sebagai salah satu makanan terlezat di dunia. Hal ini membuktikan bahwa kuliner Indonesia di sukai serta siap menjadi salah satu faktor penggerak ekonomi masyarakat, khususnya dalam hal bisnis skala kecil. Ia mencatat pada 2013 sektor kuliner memberikan kontribusi nilai tambah bruto sebesar Rp.208,6 triliun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 4,5 persen dari tahun

2012-2013. Sektor kuliner juga menyerap tenaga kerja sebesar 3,7 juta orang dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 0,26%. Unit usaha yang tercipta dari sektor kuliner tercatat sebesar 3,0 juta dengan rata-rata pertumbuhan 0,9%. “saat ini wisata kuliner bukan fenomena sesaat namun telah menjadi daya tarik dan tujuan utama berwisata ke suatu destinasi”, katanya. Oleh karena itu wisata kuliner diyakini mampu menjadi unsur utama yang berfungsi sebagai perekat terhadap rangkaian berwisata. Mengingat kepariwisataan merupakan sektor yang multi atribut dan prospektif sebagai pintu gerbang sekaligus citra pariwisata Indonesia, tambahan Arief Yahya.

Pada awalnya makanan hanya menjadi salah satu pelengkap kegiatan wisata. Namun kemudian berkembang menjadi salah satu bentuk wisata khusus yang disebut dengan istilah wisata kuliner, mengingat makanan juga diakui sebagai ekspresif identitas dan budaya. Ada beberapa bentuk atau varian wisata kuliner yaitu rural atau urban tourism yaitu kegiatan berkunjung di restoran atau tempat makan saat berwisata, festival makanan lokal karena berbeda, sebagai wujud adanya kebutuhan makanan dan minuman saat berwisata. Seiring dengan perkembangan pariwisata, usaha di bidang makanan dan minuman juga berkembang pesat. Pada triwulan II pada tahun 2016 misalnya, dibandingkan triwulan yang sama pada tahun sebelumnya pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 8,22%. Pada periode yang sama kontribusi industri makanan dan minuman terhadap PDB sektor industri manufaktur non-migas juga tumbuh 33,27%. Pada tahun 2013 terdapat 2.269 usaha restoran atau rumah makan di Indonesia berskala menengah besar, 27,91% diantaranya tidak berbadan hukum, dan 72,88% dari jumlah tersebut merupakan restoran non-waralaba. Rata-rata pendapatan per tahun restoran menengah besar itu mencapai lebih dari 4 miliar rupiah, umumnya (72,74%) berpendapatan antara 1 sampai kurang 5 miliar rupiah per tahun. Data tersebut belum termasuk usaha catering, yang saat ini tidak hanya terdapat di kota besar tapi juga di desa. Di luar itu, terbanyak adalah usaha makanan dan minuman skala mikro kecil dan menengah (UMKM). UMKM selama ini bahkan menyumbang sekitar 60% PDB. Hingga juni 2016 di Indonesia tercatat 60 kasus keracunan makanan dengan jumlah korban 4.282 orang, 32 orang diantaranya meninggal dunia. Menurut hasil pemetaan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), bali masuk 5 besar kasus keracunan yang terjadi di Indonesia selama 2010-2015. Padahal Bali merupakan daya daya tarik utama bagi wisman yang berkunjung di Indonesia. kenyataan tersebut merefleksikan sistem keamanan pangan di Indonesia belum sepenuhnya terjaga. Untuk menjamin keamanan makanan, pemerintah perlu lebih gencar dan ketat mengawasi setiap tahap pengadaan, sekaligus melakukan pembelajaran tentang keamanan pangan.

Kuliner merupakan andalan sektor pariwisata di Indonesia, sebagian besar wisatawan menghabiskan uang mereka untuk berbelanja kuliner ketika mengunjungi suatu tempat atau daerah wisata. Pemerintah daerah diharapkan lebih gencar mempromosikan dan menyuguhkan kekayaan kuliner khususnya kepada pariwisatawan yang berkunjung. Pemerintah mencatat, wisatawan domestik dan mancanegara mengeluarkan Rp.115 triliun untuk belanja kuliner di tempat-tempat wisata di Indonesia tahun 2015. Melihat data tersebut kuliner merupakan aset andalan untuk menjual dan meningkatkan perekonomian di suatu daerah karena banyak daerah di kenal karena kulinernya.

Pertumbuhan industri kuliner kian menggeliat di Indonesia. Data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia mencatat, subsektor kuliner berkontribusi 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp.922 triliun pada tahun 2016. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lain di Bekraf RI. “Kuliner merupakan salah satu penopang di industri kreatif, 68% bergerak di industri kuliner”, kata Deputy Riset, edukasi, dan Pengembangan Bekraf RI AR Boy Berawi.

Sebagai kota metropolitan serta ibu kota dari provinsi Jawa Timur, Surabaya mengalami perkembangan yang sangat pesat dari tahun ke tahun, kota ini terletak 796 km sebelah timur Jakarta, atau 415km sebelah barat laut Denpasar, Bali. Bisnis kuliner di Surabaya Jawa Timur mengalami pertumbuhan signifikan. Hal itu terlihat dari meningkatnya jumlah restoran dan kafe baru buka di kota pahlawan ini. Kenaikan mencapai 30% jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2018 lalu. Rata-rata bertambah 200 restoran baru setiap tahunnya yang didirikan di Surabaya. Ketua Asosiasi Pengusaha dan Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur Tjahjono Haryono menjelaskan, keterkaitan masyarakat terhadap kuliner selalu ada. Sebab setiap orang pasti membutuhkan makan. Faktor itulah yang mendorong para pemain bisnis kuliner, baik lokal maupun luar negeri, cukup agresif untuk berinvestasi. “Karena target pertumbuhan yang tinggi untuk mengikuti target PAD sektor pajak restoran, kami telah bekerja sama dengan Pemkot Surabaya untuk meningkatkan kinerja di tahun ini,” tambah Tjahjono. Kepala Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan (DPPK) kota Surabaya Yusron Sumartono tahun ini da peningkatan signifikan dari pendapatan pajak restoran. “Tahun ini memang ada peningkatan signifikan. Dari target kita sekitar Rp.300 miliar, ada peningkatan pendapatan sampai Rp.25 miliar dari target,” ucap Yusron pada Surya, Selasa (26/9/2017). Pihaknya menyebutkan tren warga Surabaya yang konsumtif dan banyak menyukai kuliner membuat sektor usaha makanan dan restoran mejadi tumbuh pesat. Disisi lain kepala bidang industri pariwisata dinas kebudayaan dan pariwisata kota Surabaya Fauzi M Yos, tren pertumbuhan restoran memang selalu naik bahkan pertumbuhannya tidak pernah turun. Oleh karena itu peran sebuah menu sangat penting sebagai tahapan evaluasi terhadap efektivitas produk yang ditawarkan oleh sebuah restoran. Pengelolaan menu di restoran adalah pengelolaan portofolio yang memberikan indikasi item menu yang disukai oleh tamu dan item menu yang kurang begitu diminati oleh tamu. Item menu dengan volume penjualan yang tinggi belum tentu memberikan sumber pendapatan yang maksimal, sebaliknya item menu dengan volume penjualan biasa-biasa saja, bisa saja dapat berdampak pada sumber pendapatan yang maksimal bagi restoran. Salah satu bentuk pengolahan yang penting didalam usaha restoran adalah dengan melakukan analisis foods costing atau yang juga dikenal dengan istilah manajemen menu bertujuan agar harga pokok makanan dan minuman dapat di kendalikan, marjin kontribusi makanan dan minuan yang optimal dengan melakukan analisis terhadap kinerja penjualan restoran.

RUMUSAN MASALAH

Penulis membuat Rumusan Masalah dalam bentuk pertanyaan antara lain:

1. Bagaimana klasifikasi menu makanan di Waroenk Tristar Surabaya berdasarkan pendekatan menu engineering?

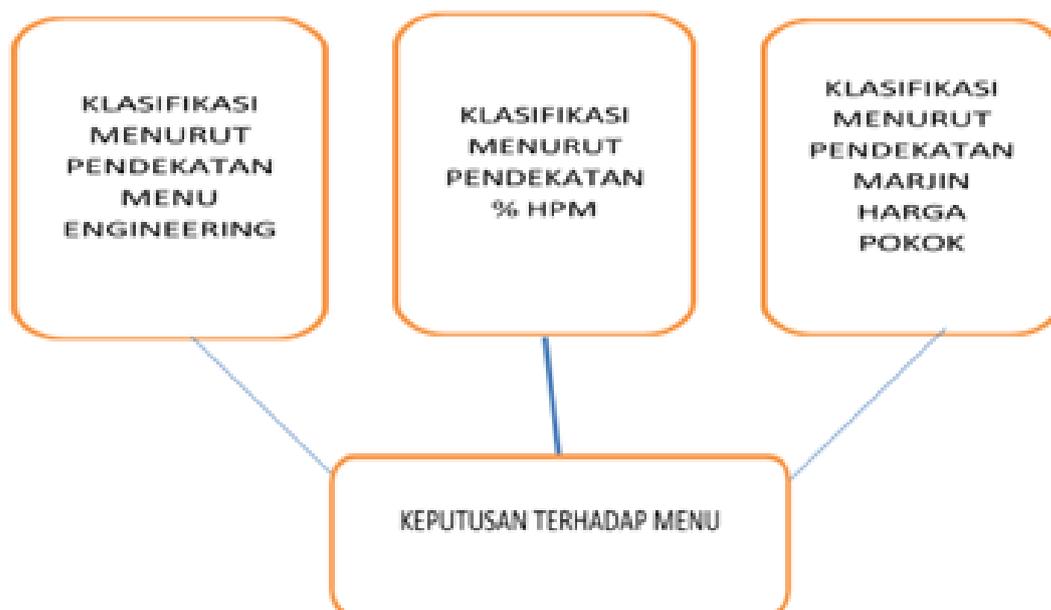
2. Bagaimana klasifikasi menu makanan di Waroenk Tristar Surabaya berdasarkan harga pokok makanan?
3. Bagaimana klasifikasi menu makanan di Waroenk Tristar Surabaya berdasarkan pendekatan marjin kontribusi HPM?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang hendak di capai dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis klarifikasi menu makanan berdasarkan marjin kontribusi dan tingkat popularitas di Waroenk Tristar Surabaya?
2. Mengetahui dan menganalisis klarifikasi menu makanan berdasarkan persentase berdasarkan harga pokok dan tingkat popularitas di Waroenk Tristar Surabaya?
3. Mengetahui dan menganalisis klarifikasi menu makanan berdasarkan rerata tertimbang marjin kontribusi dan rerata tertimbang persentase harga pokok di Waroenk Tristar Surabaya?

KERANGKA PENELITIAN



Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Menurut (Winartha, Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi, 2006) Penelitian kualitatif (penelitian naturalistik) adalah penelitian yang dilakukan pada kondisi objek yang dialami. Disini peneliti merupakan instrument kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan. Data yang dihasilkan bersifat deskriptif dan analisis data yang dilakukan secara induktif.

(Zulganef, 2008:11) menjelaskan bahwa penelitian descriptive adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan sesuatu kondisi atau fenomena tertentu, tidak memilah – milah atau mencari faktor–faktor atau variabel tertentu. Lalu Arikuntoro deskriptif, “sudah disinggung bahwa didalam penelitian deskriptif tidak diperlukan administrasi atau pengontrolan terhadap perlakuan.

Penelitian deskriptif tidak dimaksud untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang suatu variabel, gejala atau keadaan”.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada Waroenk Tristar Surabaya yang beralamat di Jalan Raya Rungkut Mapan Fa 3 Surabaya Jawa Timur Indonesia.

Objek Kajian

Yang menjadi objek kajian pada peneliti ini adalah menu makanan di Waroenk Tristar Surabaya. Analisis yang dilakukan adalah manajemen menu dengan pendekatan matriks.

Sumber Data

Data yang digunakan penelitian ini adalah:

1. Data Primer - yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya (Wiratha, 2006:244) Data tersebut diperoleh peneliti secara langsung dari Waroenk Tristar Surabaya berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, seperti nota-nota belanja restoran, daftar menu makanan dan informasi–informasi dari staf restoran, manajer dan pemilik restoran mengenai cara pembuatan menu makanan.
2. Data sekunder - Menurut (Winarta, 2006:245) data sekunder biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen dokumen. Mengenai data sekunder ini peneliti tidak dapat membuat banyak untuk menjamin kualitasnya. Dalam hal ini peneliti harus menerima data apa adanya, data tersebut diantaranya seperti resep dan takaran baku menu makanan.

Latar Belakang Masalah

Peneliti mengumpulkan data melalui :

1. Observasi: (Winartha, Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi, 2006:248) menjelaskan bahwa teknik observasi pengamatan adalah studi yang sengaja dan sistematis dengan jalan pengamatan dan pencatatan.
2. Wawancara: Suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung oleh pihak manajemen.
3. Dokumentasi: Suatu cara pengumpulan data dengan melihat langsung atau mengumpulkan dokumen–dokumen yang bersangkutan langsung dengan penelitian.
4. Studi pustaka: Adalah penelitian yang bersifat kepustakaan dengan mempelajari teori–teori sebagai teoritis.

METODE ANALISIS DATA

Ada beberapa langkah yang harus dilakukan peneliti untuk membuat analisa terhadap Food Costing di Waroenk Tristar Surabaya.

Analisis dan Pencatatan Harga Bahan

Analisis ini dilakukan dengan cara mencatat harga-harga bahan pembuatan makanan berdasarkan nota belanja sehari-hari di Waroenk Tristar Surabaya. Bahan-bahan tersebut dikelompokkan berdasarkan daftar bahan utama makanan, daftar bahan hiasan, daftar bahan pelengkap serta harga satuan beratnya.

Analisis Resep Bahan Baku Makanan

Analisis ini meliputi analisis terhadap resep dasar dalam bahan baku penyajian makanan. Analisis resep dasar makanan berguna untuk mengetahui berapa banyak hasil dari setiap adonan yang sudah ditetapkan dan dapat menghasilkan berapa porsi dalam setiap pembuatan resep dasar. Contohnya bahan baku pembuatan bumbu master setelah di kelola menghasilkan bumbu sebanyak 1 kg, kemudian untuk menghasilkan resep 1 porsi membutuhkan 33gr bumbu master, sehingga dapat disimpulkan bahwa bumbu master 1 kg dapat menghasilkan menu 30 porsi.

Analisis Harga Pokok Menu Makanan

Setelah mengetahui resep dasar, resep penyajian makanan dilakukan analisis terhadap harga pokok menu makanan, karena banyaknya penggunaan bahan dan hasil dalam pengolahan bahan dapat diketahui pada analisis sebelumnya, maka peneliti baru bisa membebaskan setiap biaya yang terjadi pada setiap porsi menu makanan .

Analisis Kinerja Penjualan

Langkah selanjutnya adalah dengan melakukan analisis kinerja penjualan. Disini peneliti mengambil data penelitian dari tanggal 1 oktober hingga 31 desember 2018 dan harga jual setiap menu yang berlaku pada bulan tersebut. Alasan peneliti mengambil periode tersebut adalah karena selama periode penelitian tidak terjadi hambatan-hambatan menu, dalam arti tanpa ada perubahan terhadap harga jual menu makanan maupun perubahan kenaikan harga. Analisis ini dilakukan guna melengkapi data-data yang diperlukan selama proses penelitian berlangsung dengan melakukan analisis food costing berdasarkan pendekatan matriks.

Analisis Foods Costing dengan Pendekatan Matriks

Bisa dikatakan analisis ini merupakan fokus utama pada penelitian ini yang memiliki tiga tahapan dalam analisis food costing berdasarkan pendekatan matriks, yaitu:

1. Pendekatan Menu Engineering
2. Pendekatan Persentase Harga Pokok
3. Pendekatan Marjin Kontribusi Harga Pokok Makanan

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Waroenk Tristar didirikan pada Tahun 2016 yang beralamatkan di jalan raya rungkut mapan Fa 3 Surabaya. Mengawali dengan konsep angkringan bernuansa modern Waroenk Tristar yang menawarkan menu diantaranya wedang ronde, pithik ireng, nasi goreng asap, aneka gorengan dan

lain – lain. Waroenk Tristar di dirikan Yuda Agustian dengan mengandalkan tim yang semuanya adalah anak muda . selain menawarkan menu single Waroenk Tristar di fase pertama ini juga menawarkan paket makan “makan bancakan” atau paket makan untuk jumlah banyak orang yang disajikan menjadi satu kesatuan sajian. Dimana hal ini menjadi salah satu daya tarik pengunjung untuk ke Waroenk Tristar. Selang beberapa waktu dikarenakan kental dengan nuansa jawa maka Waroenk Tristar mengubah nama menjadi Waroenk Kenthir alias Waroenk Tristar. Pada Desember 2017 Waroenk Kenthir alias Waroenk Tristar bertransformasi menjadi salah satu rumah makan yang menyajikan aneka seafood khususnya lobster yang menjadi andalan utamanya, sempat menjadi viral di media sosial pencinta kuliner Surabaya yang tergabung dalam grup kuliner Surabaya tersebut dikarenakan harga yang sangat terjangkau untuk sajian sekelas lobster. Selain lobster juga terdapat sajian yang sangat original dank has dari waroenk kenthir adalah Seafood ing Tampah yaitu sajian 6 (enam) masakan seafood yang disajikan dalam 1 tampah yang mana dapat dinikmati oleh 4 (empat) hingga 6 (enam) orang. Sajian unik ini adalah buah pemikiran dari anak-anak muda yang dikomandoi oleh Christian Evan, Deo Telin dan Novia Eka Maharani sempat menjadi perbincangan menarik para pecinta seafood Surabaya hingga menyabet penghargaan juara ke 3(Tiga) the best depot oleh Jawa Pos Culinary Award.

ANALISIS DAN PENCATATAN HARGA BAHAN DI WAROENK TRISTAR SURABAYA

Tujuana terhadap analisis dan pencatatan harga bahan makanan di Waroenk Tristar Surabaya adalah sebagai langkah awal untuk melakukan analisis harga pokok menu makanan. Karena dengan adanya analisis dan pencatatan harga bahan dapat mengetahui satuan serta harga bahan, sehingga peneliti dapat mencari hasil biaya yang terjadi pada setiap takaran menu makanan yang ada di Waroenk Tristar.

Harga dan bahan ini diperoleh peneliti dari nota–nota belanja setiap kali terjadi pembelian barang oleh manajer maupun staff di Waroenk Tristar, untuk mempermudah proses analisis, peneliti membagi bahan–bahan tersebut seperti yang akan dijelaskan pada sub–sub di bawah ini untuk mengetahui tahap selanjutnya.

Daftar Harga Bahan Utama Makanan

No	Nama Bahan Makanan	Jumlah	Unit	Persentase	Harga Pokok
1	Nasi bakul	300	Gram		Rp. 15.000
2	Cumi	250	Gram		Rp. 30.000
3	Kepiting	2	Ekor		Rp. 34.000
4	Ikan bakar	250	Gram		Rp. 30.000
5	Kerang darah	500	Gram		Rp. 10.000
6	Cah tauge	1	Ikat		Rp. 10.000
7	Cah kangkung	200	Gram		Rp. 10.000
8	Es the	1	Liter		Rp. 10.000
4	Bumbu			10%	Rp. 32.400
5	Tenaga			15%	Rp. 48.600
Total Harga Jual					Rp. 230.000

Menu tempoh



Menu Ikan Bakar

No	Nama Bahan Makanan	Jumlah	Unit	Persentase	Harga Pokok
1	Nasi	100	Gram		Rp.5.000
2	Ikan	150	Gram		Rp.15.000
3	Bumbu			10%	Rp.2.000
4	Tenaga			15%	Rp.3.000
Total Harga Jual					Rp.25.000

Menu Ikan Bakar



Menu Kerang

No	Nama Bahan Makanan	Jumlah	Unit	Persentase	Harga Pokok
1	Nasi	100	Gram		Rp.5.000
2	Kerang	250	Gram		Rp.5.000
3	Bumbu			10%	Rp.2.000
4	Tenaga			15%	Rp.3.000
Total Harga Jual					Rp.15.000



Menu Kerang

Menu Lobster Jumbo

No	Nama Bahan Makanan	Jumlah	Unit	Persentase	Harga Pokok
1	Nasi Bakul	500	Gram		Rp.15.000
2	Lobster	3	Ekor		Rp.90.000
3	Kerang	500	Gram		Rp.10.000
4	Bumbu			10%	Rp.14.000
5	Tenaga			15%	Rp.21.000
Total Harga Jual					Rp.150.000



Menu Lobster Jumbo

Menu Nasi Goreng Lobster

No	Nama Bahan Makanan	Jumlah	Unit	Persentase	Harga Pokok
1	Nasi	100	Gram		Rp.5.000
2	Lobster	1	Ekor		Rp.20.000
3	Sayur dan telur	1			Rp.5.000
4	Bumbu			10%	Rp.3.200
5	Tenaga			15%	Rp.4.800
Total Harga Jual					Rp.38.000



Nasi Goreng Lobster

Menu Nasi Goreng Kepiting

No	Nama Bahan Makanan	Jumlah	Unit	Persentase	Harga Pokok
1	Nasi	100	Gram		Rp.5.000
2	Kepiting	70	Gram		Rp.10.000
3	Telur	1	Buah		Rp.5.000
4	Bumbu & sayur			10%	Rp.3.200
5	Tenaga			15%	Rp.4.800
Total Harga Jual					Rp.28.000



Menu Nasi Goreng Kepiting

Menu Nasi Goreng Seafood

No	Nama Bahan Makanan	Jumlah	Unit	Persentase	Harga Pokok
1	Nasi	100	Gram		Rp.5.000
2	Seafood (gurita,udang,cumi)	100	Gram		Rp.15.000
3	Bumbu			10%	Rp.2.000
4	Tenaga			15%	Rp.3.000
Total Harga Jual					Rp.25.000



Menu Nasi Goreng Seafood

Menu Kepiting Lobster

No	Nama Bahan Makanan	Jumlah	Unit	Persentase	Harga Pokok
1	Kepiting	1	Ekor		Rp.20.000
2	Lobster	2	Ekor		Rp.50.000
3	Kerang	500	Gram		Rp10.000
4	Bumbu			10%	Rp.12.000
5	Tenaga			15%	Rp.18.000
Total Harga Jual					Rp.120.000



Menu Kepiting Lobster

Menu Mix Seafood

No	Nama Bahan Makanan	Jumlah	Unit	Persentase	Harga Pokok
1	Udang	70	Gram		Rp.7.000
2	Gurita	70	Gram		Rp.7.000
3	Cumi	70	Gram		Rp.7.000
4	Bumbu			10%	Rp.9.600
5	Tenaga			15%	Rp.14.400
Total Harga Jual					Rp.45.000



Menu Mix Seafood

Menu Cumi Bakar

No	Nama Bahan Makanan	Jumlah	Unit	Persentase	Harga Pokok
1	Cumi	250	Gram		Rp.15.000
2	Bumbu			10%	Rp.12.000
3	Tenaga			15%	Rp.18.000
Total Harga Jual					Rp.45.000



Menu Cumi Bakar

DAFTAR HARGA BAHAN UTAMA MAKANAN

Bahan utama pembuatan menu makanan merupakan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan resep makanan di Waroenk Tristar, biasanya apabila persentase kuota dalam bahan-bahan utama ini habis per harinya, maka menu makanan tersebut tidak dapat dijual pada hari tersebut, alasan Waroenk tristar menggunakan sistem kuota per harinya dikarenakan bahan seperti lobster merupakan bahan yang musiman, dan tidak setiap harinya pengepul ikan terutama lobster mendapat tangkapan yang menentu.

ANALISIS RESEP BAKU MENU MAKANAN DI WAROENK TRISTAR SURABAYA

Menu makanan yang disajikan di Waroenk Tristar pada umumnya berasal dari resep dasar (main recipe) yang sudah disiapkan (biasanya) sebelum operasional restoran oleh manajer beserta karyawan yang bertanggung jawab didapur. Kemudian setelah operasional, dalam penyajian menu makanan juga sudah ditetapkan resep baku penyajian menu makanan. Didalam melakukan

analisis ini peneliti dibantu oleh staf bagian dapur, setiap resep baku yang sudah ditetapkan oleh manajemen Waroenk Tristar adalah sebagai berikut:

Resep Baku Dasar Menu Makanan

Resep dasar makanan di Waroenk Tristar biasanya disiapkan langsung oleh manajer atau pemilik Waroenk Tristar, jadi petugas dapur yang menyajikan makanan tinggal memberikan sedikit pengolahan saja sebelum disajikan kepada tamu. pada analisis ini sebagian takaran baku menu makanan untuk memperoleh informasi berupa hasil yang diperoleh dari resep, pemakaian per porsi dan porsi yang didapat.

Resep Baku Penyajian Menu Makanan

Resep penyajian menu makanan di Waroenk Tristar berisi takaran bahan–bahan yang sudah ditetapkan oleh Waroenk Tristar dan sebagian besar hanya membutuhkan sedikit pengolahan saja sebelum disajikan kepada tamu. pada analisis ini sebagian takaran yang sudah ditetapkan oleh Waroenk Tristar harus peneliti ukur lagi satuan beratnya, karena standar yang ada di Waroenk Tristar hanya berupa takaran misalnya per sendok makanan atau per sendok teh.

ANALISIS HARGA POKOK MENU MAKANAN

Harga pokok menu makanan diperoleh jika takaran bahan – bahan menu sudah diperoleh beserta seluruh analisis yang sudah dilakukan sebelumnya. untuk yang menjadi fokus peneliti disini adalah harga pokok menu makanan berdasarkan resep penyajian, karena takaran yang terjadi pada saat penyajian makanan lah yang menggambarkan besarnya harga pokok setiap menu makanan, kemudian peneliti dapat mendapatkan data untuk analisis food costing berdasarkan pendekatan matriks, sedangkan analisis yang dilakukan terhadap resep dasar hanya membantu dalam memperoleh besarnya biaya setiap menu yang disajikan kepada tamu.

ANALISIS HARGA POKOK MAKANAN

Analisis terhadap harga pokok resep dasar makanan ini bertujuan untuk memperoleh besarnya biaya keseluruhan pembuatan resep dengan menganalisis data sekunder di Waroenk Tristar Surabaya berupa takaran dan resep baku penyajian, harga pokok resep dasar yang sudah dianalisis diatas dan harga bahan–bahan yang digunakan.

Harga Pokok Resep Dasar Menu Makanan

Analisis terhadap harga pokok resep dasar menu makana ini bertujuan untuk memperoleh besarnya biaya pertakaran yang terjadi saat pembuatan resep dengan menganalisis data sekunder restoran berupa resep dan takaran baku serta harga bahan – bahan yang digunakan.

Harga Pokok Resep Penyajian Menu Makanan

Harga pokok resep penyajian menu makanan bertujuan untuk memperoleh besarnya harga pokok pada setiap menu makanan di Waroenk Tristar untuk memperoleh besarnya harga pokok

pada setiap menu makanan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder restoran berupa takaran dan resep baku panyajian, harga pokok resep dasar yang sudah dianalisis diatas dan harga-harga yang digunakan.

ANALISIS KINERJA PENJUALAN WAROENK TRISTAR SURABAYA

Analisis kinerja penjualan terdiri dari analisis terhadap tingkat penjualan (volume) dan harga jual menu makanan. Pada analisis ini peneliti mengambil data per 1 Oktober 2018, alasannya adalah pada periode Oktober s/d Desember komposisi menu makanan di Waroenk Tristar pada keadaan stabil, artinya disini tidak terdapat penambahan menu maupun kenaikan terhadap harga jual menu makanan akibat kenaikan harga bahan-bahan. Adapun yang harus dilakukan untuk mendapatkan hasil kinerja penjualan, yaitu:

(1) **Daftar Menu dan Harga Makanan**

Daftar menu makanan yang digunakan peneliti adalah yang berlaku di Waroenk Tristar Surabaya pada bulan Oktober sampai bulan Desember.

(2) **Kinerja Penjualan Waroenk Tristar Surabaya Periode Bulan Oktober–Desember**

Kinerja penjualan di Waroenk Tristar Surabaya dalam periode bulan Oktober hingga Desember di peroleh dari data sekunder yang langsung diperoleh dari pemilik usaha dan staff di Waroenk Tristar, untuk itu dalam melakukan analisis dalam tiga bulan tersebut penulis lebih menekankan kembali mengenai perubahan-perubahan dalam artian memang tidak lagi ada menu baru bahkan perubahan harga jual dalam periode Oktober–Desember tersebut.

DAFTAR MENU MAKANAN

Daftar menu makanan yang digunakan peneliti yaitu daftar menu makanan pada periode tanggal 1 Oktober–31 Desember 2018. Alasan utama penulis memilih pada bulan tersebut dikarenakan pada periode Oktober-Desember tidak ada tambahan atau pengurangan menu, sehingga memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data-data.

Kinerja Penjualan Waroenk Tristar Surabaya Periode 1 Oktober – 31 Desember 2018

Data kinerja Waroenk Tristar Surabaya peneliti memperoleh dari data sekunder yang secara langsung diperoleh dari pemilik usaha ini yaitu Yuda Agustian. Adapun wawancara karyawan untuk mendapatkan hasil dalam mengelola bahan makanan seperti pada bumbu-bumbu dalam proses pengolahan menu makanan agar dapat mengetahui hasil dari bumbu per porsi dan juga harga pokok makanan.

ANALISIS FOODS COSTING (MANAJEMEN MENU) DENGAN PENDEKATAN MATRIKS

Ada beberapa tahapan untuk memperoleh analisis food costing berdasarkan pendekatan matriks yaitu:

Analisis Menu Engineering

Analisis menu Engineering menekankan pada analisis dua variabel yaitu margin kontribusi dan tingkat popularitas serta analisis variabel lain yang terdapat pada menu engineering worksheet.

Data yang peneliti gunakan dalam analisis ini adalah data sekunder restoran, baik yang peneliti peroleh langsung maupun yang sudah diperoleh dari daftar menu makanan. Selanjutnya data tersebut akan dimasukkan kedalam menu engineering worksheet untuk memperoleh tahapan sebagai berikut: Bauran menu yang menggambarkan popularitas sebuah menu, Marjin kontribusi, Total penjualan, Total marjin kontribusi, Rerata marjin kontribusi yang digunakan sebagai alat ukur klasifikasi marjin kontribusi, Tingkat popularitas yang digunakan sebagai alat ukur klasifikasi bauran menu, Kategori pengelompokan menu makanan

Analisis Persentase Harga Pokok

Analisis persentase harga pokok makanan pada analisis dua variabel yaitu persentase harga pokok menu dan tingkat popularitas serta analisis variabel lain yang terdapat pada persentase Harga Pokok Worksheet. Data yang peneliti gunakan untuk analisis ini adalah data sekunder restoran, baik yang peneliti peroleh maupun yang sudah diolah berupa daftar menu, kinerja penjualan (volume penjualan), harga pokok menu makanan, dan harga jual menu makanan. Selanjutnya harga tersebut akan dimasukkan kedalam persentase harga pokok worksheet untuk mendapatkan tahapan selanjutnya sebagai berikut: Bauran menu yang menggambarkan popularitas sebuah menu, Persentase harga pokok menu makanan, Total penjualan, Total harga pokok menu makanan, Rerata persentase harga pokok menu makanan yang digunakan sebagai alat ukur klasifikasi harga pokok, Tingkat popularitas yang digunakan sebagai alat ukur klasifikasi bauran menu, Kategori dalam pengelompokan menu makanan

Analisis Harga Marjin Harga Pokok

Analisis marjin harga pokok makanan pada analisis tiga variabel yaitu harga jual menu makanan, harga pokok menu dan tingkat popularitas serta analisis variabel lain yang terdapat pada marjin harga pokok worksheet. Data yang peneliti gunakan untuk analisis ini adalah data sekunder Waroenk Tristar, baik yang peneliti peroleh secara langsung maupun yang sudah diolah menjadi daftar menu makanan, kinerja penjualan (volume penjualan), harga pokok makanan dan harga jual makanan. Selanjutnya data tersebut akan dimasukkan kedalam marjin harga pokok worksheet guna untuk memperoleh tahapan selanjutnya yaitu: Total penjualan dalam periode tertentu, Total harga pokok menu makanan, Marjin kontribusi, Total marjin kontribusi, Persentase harga pokok makanan, Rerata tertimbang harga pokok makanan yang digunakan sebagai alat ukur klasifikasi harga pokok menu makanan, Rerata tertimbang marjin kontribusi yang digunakan sebagai alat ukur klasifikasi marjin kontribusi, Kategori pengelompokan menu makanan.

Klarifikasi Menu

Berdasarkan analisis yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan analisis food costing (manajemen menu) dengan pendekatan matriks, maka diperoleh klarifikasi menu makanan pada restoran menu di Waroenk Tristar yang digambarkan dalam bentuk empat kotak (four box analysis) untuk masing-masing pendekatan, analisis menu engineering, analisis persentase harga pokok, dan analisis marjin harga pokok.

Klarifikasi Menu dengan Pendekatan Menu Engineering

Berdasarkan analisis menu engineering dapat diperoleh klarifikasi sebagai berikut:

a. Analisis Foods Costing dengan Pendekatan Matriks

Kertas kerja pendekatan matriks menu engineering bulan Oktober-Desember

I Plowhorses Ikan bakar, kerang, nasi goreng lobster, nasi goreng kepiting, nasi goreng seafood, mix seafood.	III Dogs
II Stars Tempeh, kepiting lobster, lobster jumbo.	IV Puzzels Cumi bakar

Hasil Klasifikasi Menu Pendekatan Menu Engineering

Sumber: data sekunder restoran yang diolah

Klasifikasi Menu dengan Pendekatan Menu Engineering

MENU	Q PENJUALAN	BAURAN MENU%	HARGA POKOK	HARGA JUAL	MK	TOTAL PENJ	TOTAL MK	K BM	K MENU
Tempeh	374	13	181400	230000	48600	86020000	18176400	H	Stars
Ikan Bakar	281	10	22000	25000	3000	7025000	843000	H	Plowhorses
Kerang	213	8	12000	15000	3000	3195000	639000	H	Plowhorses
Lobster Jumbo	360	13	129000	150000	21000	54000000	7560000	H	Stars
Nasu Goreng Lobster	307	10	33200	38000	4800	11666000	1473600	H	Plowhorses
Nasi Goreng Kepiting	267	9	23200	28000	4800	7476000	1281600	H	Plowhorses
Nasi Goreng Seafood	254	9	22000	25000	3000	6350000	762000	H	Plowhorses
Kepiting Lobster	363	13	102000	120000	18000	43560000	6534000	H	Stars
Mix Seafood	215	8	30600	45000	14400	9675000	3096000	H	Plowhorses
Cumi Bakar	198	7	27000	45000	18000	8910000	3564000	L	Puzzles
	2832	100				237877000	43929600		
RERATA MK	43929600 / 2832 = 15,512								
RERATA VOLUME	$(70\% \times 1 / \text{mxN}) = 0.7 / 2832 = 198$								

Klarifikasi Menu dengan Pendekatan Persentase Harga Pokok

Berdasarkan analisis persentase harga pokok didapat klarifikasi menu sebagai berikut:

Kertas kerja klasifikasi item menu pendekatan marjin kontribusi HPM periode bulan Oktober- Desember

<p>I Winners Tempeh , kerang, mix seafood..</p>	<p>III Marginals Cumi bakar</p>
<p>II Marginals Ikan bakar, lobster jumbo, nasi goreng lobster, nasi goreng kepiting, nasi goreng seafood, kepiting lobster.</p>	<p>IV Losers</p>

Hasil Klasifikasi Menu Pendekatan Persentase Harga Pokok

Sumber: data sekunder restoran yang dikelola

Klasifikasi Menu dengan Pendekatan Persentase Harga Pokok

MENU	Q PENJUALAN	BAURAN MENU	HARGA POKOK	HARGA JUAL	% HPM	TOTAL PENJUALAN	THPM	K HPM	K BM	K MENU
Tempeh	374	13	181400	230000	0,79	86020000	67843600	L	H	Winners
Ikan Bakar	281	10	22000	25000	0,88	7025000	6182000	H	H	Marginals II
Kerang	213	8	12000	15000	0,80	3195000	2556000	L	H	Winners
Lobster Jumbo	360	13	129000	150000	0,86	54000000	46440000	H	H	Marginals II
Nasi Goreng Lobster	307	10	33200	38000	0,87	11666000	10192400	H	H	Marginals II
Nasi Goreng Kepiting	267	9	23200	28000	0,83	7476000	6194400	H	H	Marginals II
Nasi Goreng Seafood	254	9	22000	25000	0,88	6350000	5588000	H	H	Marginals II
Kepiting Lobster	363	13	102000	120000	0,85	43560000	37026000	H	H	Marginals II
Mix Seafood	215	8	30600	45000	0,68	9675000	6579000	L	H	Winners
Cumi Bakar	198	7	27000	45000	0,60	8910000	5346000	L	L	Marginals III
	2832					237877000	193947400			
RERATA % HPM	(193947400 / 237877000) X 100% = 18,47% = 0,82									
RERATA VOLUME	0,07x1 / nxN= 198									

Klarifikasi Menu dengan Pendekatan Marjin Harga Pokok

Berdasarkan analisis marjin harga pokok diperoleh klarifikasi menu sebagai berikut:

Kertas kerja klasifikasi menu pendekatan Marjin kontribusi HPM periode bulan Oktober-Desember

I Prime Tempeh	III Sleepers Mix seafood, cumi bakar, kerang
II Standards Lobster jumbo, kepiting lobster	IV Problems Ikan bakar, nasi goreng lobster, nasi goreng kepiting, nasi goreng seafood

Hasil Klasifikasi Menu dengan Pendekatan Marjin Harga Pokok

Sumber: data sekunder restoran yang dikelola

Klasifikasi Menu dengan Pendekatan Marjin Harga Pokok

MENU	Q PENJUALAN	HARGA POKOK	HARGA JUAL	TOTAL PENJ	THPM	MK	TMK	% HPM	K MK	K HPM	K MENU
Tempeh	374	181400	230000	86020000	67843600	48600	18176400	0,79	H	L	Pime
Ikan Bakar	281	22000	25000	7025000	6182000	3000	843000	0,88	L	H	Problems
Kerang	213	12000	15000	3195000	2556000	3000	639000	0,80	L	L	Sleepers
Lobster Jumbo	360	129000	150000	54000000	46440000	21000	7560000	0,86	H	H	Standards
Nasi goreng Lobster	307	33200	38000	11666000	10192400	4800	1473600	0,87	L	H	Problems
Nasi Goreng Kepiting	267	23200	28000	7476000	6194400	4800	1281600	0,83	L	H	Problems
Nasi Goreng Seafood	254	22000	25000	6350000	5588000	3000	762000	0,88	L	H	Problems
Kepiting Lobster	363	102000	120000	43560000	37026000	18000	6534000	0,85	H	H	Standards
Mix Seafood	215	30600	45000	9675000	6579000	14400	3096000	0,68	L	L	Sleepers
Cumi Bakar	198	27000	45000	8910000	5346000	18000	3564000	0,60	L	L	Sleepers
	2832		721000	237877000	193947400		43929600				
RTTB HPM	193947400 / 237877000 X 100% = 0,82										
RRTB MK	43929600 / 10 = 4392960										

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis food costing dengan pendekatan matriks, maka dapat diambil kesimpulan dari masing–masing pendekatan selama periode penelitian 1 Oktober–31 Desember 2018 sebagai berikut:

1. Analisis dengan pendekatan Menu Engineering di Waroenk Tristar yang masih belum optimal karena dari 45 menu yang dianalisis oleh peneliti yaitu sebanyak 10 menu makanan. Dan dapat dihasilkan klasifikasi food costing berdasarkan pendekatan matriks sebagai berikut:
 - (1) Dalam kategori Plowhorses terdapat 6 menu diantaranya yaitu menu ikan bakar, kerang, nasi goreng lobster, nasi goreng kepiting, nasi goreng seafood, dan mix seafood.
 - (2) Dalam kategori Star Terdapat 3 menu diantaranya yaitu menu tempeh, lobster jumbo dan menu kepiting lobster.
 - (3) Dalam kategori Puzzles terdapat 1 menu yaitu menu cumi bakar.
2. Analisis dengan pendekatan persentase harga pokok di Waroenk Tristar menghasilkan bahwa komposisi menu makanan yang ada masih belum optimal karena dari 10 menu dapat di hasilkan klasifikasi food costing berdasarkan pendekatan matriks sebagai berikut:
 - (1) Dalam kategori Winners terdapat 3 menu yaitu menu tempeh, kerang dan menu mix seafood.
 - (2) Dalam kategori Marginals II terdapat 6 menu diantaranya yaitu menu ikan bakar, lobster jumbo, nasi goreng lobster, nasi goreng kepiting, nasi goreng seafood, dan kepiting lobster.
 - (3) Dalam kategori Marginals III terdapat 1 menu yaitu menu cumi bakar.
3. Analisis dengan pendekatan marjin harga pokok makanan di Waroenk Tristar menghasilkan bahwa komposisi menu makanan yang ada masih belum optimal dalam tahap ini, sehingga dihasilkan klasifikasi food costing berdasarkan pendekatan matriks sebagai berikut:
 - (1) Dalam kategori Prime terdapat satu menu yaitu menu tempeh.
 - (2) Dalam kategori Problems terdapat 5 menu diantaranya yaitu menu ikan bakar, kerang, nasi goreng lobster, nasi goreng kepiting, dan nasi goreng seafood.
 - (3) Dalam kategori Standards terdapat 2 menu yaitu menu lobster jumbo dan menu kepiting lobster.
 - (4) Dalam kategori Sleepers terdapat 3 menu yaitu menu mix seafood, kerang dan menu cumi bakar.

SARAN

Setelah dilakukan Analisis Food Costing dengan tiga pendekatan yang diterapkan pada menu makanan di Waroenk Tristar Surabaya, dimana masing–masing pendekatan menghasilkan analisis yang berbeda–beda sesuai dengan penekana didalam masing–masing pendekatan. Pendekatan tersebut dapat digunakan untuk tujuan yang berbeda pula, tergantung dengan kondisi dan kemampuan manajemen di Waroenk Tristar Surabaya saat ini dan saat mendatang.

Untuk lebih jelasnya akan peneliti bahas pada saran dibawah ini berdasarkan masing–masing pendekatan yang sudah peneliti lakukan. Saran peneliti berikan bisa secara umum pada kategori menu hasil analisis pada bab empat.

Pendekatan Menu Engineering

Seperti yang sudah dikatakan Kasanava dan Smith pada 1982 (Wiyasha, 2007:215) bahwa dalam pendekatan ini yang menjadi penekanan adalah pada marjin kontribusi setiap menu makanan. Volume penjualan yang tinggi tidak menjamin kualitas menu dalam analisis ini jika marjin kontribusinya lebih kecil dari marjin kontribusi rerata.

Alternatif yang dapat ditawarkan peneliti terhadap manajemen Waroenk Tristar Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menu yang ada pada kategori Star
Manajemen dalam kategori ini dapat dipertahankan keutuhan dan tentang kualitas dalam 3 menu yaitu tempeh, lobster jumbo dan kepiting lobster, yang pertama dengan tidak mengurangi porsi maupun komposisi resep didalamnya, yang kedua yaitu tetap menggunakan bahan-bahan dengan kualitas terbaik, sehingga pembeli akan tetap merasa puas dan tingkat penjualan menu tempeh dan kepiting lobster tetap tinggi, yang ke tiga yaitu menampilkan foto yang jelas, agar memudahkan pembeli melihat dan tetap dapat mempertahankan tingkat penjualan.
2. Untuk menu yang berada pada kategori Plowhorses
Setelah diketahui analisis ini, menu yang berada pada kategori Plowhorses adalah menu-menu favorit dari Waroenk Tristar, diantaranya yaitu menu ikan bakar, kerang, nasi goreng lobster, nasi goreng kepiting, nasi goreng seafood dan mix seafood. Dari klasifikasi kategori ini hanya saja masing-masing dari menu tersebut tidak dapat memberikan marjin kontribusi yang berarti bagi perusahaan, untuk itu sebaiknya menaikkan perlahan-lahan bila ingin dibandingkan dengan menu lainnya.
3. Untuk menu yang berada pada kategori Puzzels
Menu yang berada pada kategori Puzzles yaitu menu cumi bakar, secara keseluruhan merupakan menu makanan yang tidak populer, artinya kurang dapat di ketahui oleh tamu sehingga menu makanan tersebut kurang menguntungkan. Penyebabnya dapat dikarenakan pada resep dasar menu makanan yang memang kurang di terima dilidah tamu pengunjung, hal ini dapat dilakukan perbaikan pada resep menu dan mengganti nama menu untuk lebih berinovasi. Cara yang kedua yaitu mengadakan promosi makanan cumi bakar dengan mengadakan diskon dan juga bisa dengan cara mengiklankan di spanduk dan di letakkan di tempat yang strategis.
4. Untuk menu yang berada pada kategori Dogs
Untuk kategori ini peneliti tidak dapat menganalisis dikarenakan hasil dari pendekatan matriks tidak terdapat satupun menu yang memiliki kategori Dogs. Adapun apabila menu dalam kategori Dogs penulis hanya menyarankan untuk mengkreasikan dan menginovatif lagi, agar manajemen dapat memproduksi menu yang lebih bervariasi dan banyak digemari oleh tamu.

Pendekatan Persentase Harga Pokok

Pada pendekatan ini yang menjadi penekanan adalah persentase harga pokok setiap menu makanan, hampir sama dengan pendekatan menu engineering, disini popularitas sebuah menu

makanan tidak menjamin kualitas menu didalam pendekatan ini apabila memiliki hasil persentase harga pokoknya tinggi.

Alternatif yang ditawarkan peneliti kepada manajemen Waroenk Tristar Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menu yang berada pada kategori Winners (harga pokok rendah, popularitas tinggi)
Menu-menu yang ada pada kategori Winners merupakan menu yang persentase harga pokoknya paling rendah, artinya jika menu tersebut dapat dikelola lebih baik lagi maka akan mendatangkan keuntungan yang besar bagi Waroenk Tristar. Contohnya pada menu tempeh, kerang dan mix seafood. Dalam ketiga menu tersebut memiliki persentase harga pokok rendah, artinya jika menu tersebut dikelola lebih baik lagi maka akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, contohnya pada menu tempeh yang memiliki harga pokok paling rendah diantara menu makanan di kategori winner, hal tersebut dikarenakan hasil rerata marjin kontribusi berselisih jauh pada hasil harga pokok marjin yang dihasilkan. Begitu juga menu mix seafood yang memiliki persentase harga pokok rendah namun untuk persentase harga pokok mendekati hasil rerata marjin kontribusi. Dan juga menu kerang memiliki persentase yang mendekati rerata persentase. Untuk itu pertama penulis menyarankan perusahaan lebih berfokus untuk ketiga menu ini dan tugas waiters dalam mempresentasikan serta mempromosikan kedua menu tersebut sangatlah penting dalam proses meningkatkan manajemen perusahaan. Dan yang kedua penulis menyarankan untuk membuat variasi menu yang disukai oleh banyak tamu, agar dapat meningkatkan angka popularitas, adapun menjaga kualitas menu juga merupakan hal penting dalam kategori ini.
2. Untuk menu yang berada pada kategori Marginals II (harga pokok tinggi, popularitas tinggi)
Menu makanana yang berada pada kategori ini memiliki persentase harga pokok yang tinggi, namun disisi lain persentasinya juga tinggi. Seperti pada menu ikan bakar, lobster jumbo, nasi goreng lobster, nasi goreng kepiting, nasi goreng seafood, dan kepiting lobster. Menu-menu tersebut merupakan menu yang memiliki popularitas yang dianggap kebanyakan tamu lebih dapat dijangkau, dari sisi harga maupun kebutuhan per porsi bagi setiap masing-masing tamu, sehingga menu dalam kategori ini memiliki harga pokok tinggi pula. Dan peneliti menyarankan untuk perusahaan lebih mengoptimalkan harga pokok makanan agar lebih sedikit rendah, hal ini bertujuan agar perusahaan dapat meningkatkan lagi hasil manajemen penjualan dengan cara mengurangi beberapa item per porsinya seperti pada menu ikan bakar untuk mengurangi takaran bahan ataupun menaikkan harga penjualan makanan tersebut. Karena dari hasil pendekatan matriks ini dapat disimpulkan bahwa kedua menu tersebut sangat jauh tertinggal dalam menaikkan keuntungan manajemen perusahaan. Untuk menu seperti lobster jumbo, nasi goreng lobster, nasi goreng kepiting, nasi goreng seafood dan kepiting lobster masih dapat di jangkau dalam menaikkan manajemen perusahaan.
3. Untuk menu yang ada pada kategori Marginals III (harga pokok rendah, popularitas rendah)
Manu makanan dan minuman yang berada pada kategori ini yang seharusnya memiliki persentase harga pokok yang rendah, hanya saja tingkat popularitasnya rendah. Hal ini terjadi disebabkan jenis menu yang kurang diminati oleh tamu yaitu menu dalam kategori marginals

III ini yaitu menu cumi bakar, hal ini dapat disebabkan dalam pengolahan menu kurang menarik sehingga tamu kurang tertarik pada menu tersebut. Alternatif yang bisa peneliti lakukan untuk kategori ini adalah untuk lebih banyak dilakukan promosi dan selalu menjaga ketersediaan bahan dasar makanan agar menu tersebut dapat selalu dijual.

4. Untuk menu yang ada pada kategori Losers

Menu makanan yang berada pada kategori ini merupakan menu-menu yang memiliki persentase harga pokok yang tinggi dan tingkat popularitas yang rendah. Hal ini disebabkan karena penggunaan bahan dasar yang mahal, namun dari ke sepuluh menu yang peneliti analisis tidak terdapat satupun menu dalam kategori ini, sehingga apabila ada menu yang terdapat dalam kategori ini penulis hanya menyarankan untuk menghapus menu dan membuat menu baru agar lebih disukai oleh tamu.

Pendekatan Marjin Harga Pokok

Sudah dikatakan sebelumnya bahwa pendekatan ini merupakan kompromi antara pendekatan yang menekankan pada marjin kontribusi dan persentase harga pokok. Artinya dengan menganalisis rerata tertimbang kedua variabel diatas secara tidak langsung telah mencakup volume penjualan dari setiap menu. Pada pendekatan ini semua variabel penting didalam analisis menu digunakan dalam menentukan hasil klasifikasi menu.

Analisis menu pada pendekatan ini lebih ketat dibandingkan dengan dua pendekatan sebelumnya, hal ini dapat dilihat dari hasil jumlah menu yang berada pada menu-menu pada kategori pendekatan persentase harga pokok sangat sedikit. Jumlah menu yang berada pada kategori Standards hanya berjumlah dua menu sedangkan pada kategori Sleepers dan Problems masing-masing berjumlah 3 dan 5 menu, dan pada kategori Prime dan Standards terdapat 1 dan 2 menu.

Pada pendekatan ini alternatif yang dapat peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk yang berada pada kategori Prime

Pihak manajemen restoran bisa terus mempertahankan kualitas menu yang berada pada kategori Prime dengan tetap menggunakan bahan-bahan kualitas terbaik, porsi menu tetap artinya tidak berubah kurang dan jika kemungkinan dilakukan penambahan porsi untuk menu yang marjin kontribusinya masih tinggi agar popularitasnya bisa meningkat dan mendatangkan keuntungan yang lebih dalam manajemen perusahaan. Dan hanya satu kategori menu yaitu menu tempeh, dari hasil tingkat kesukaan tamu dalam menu ini yaitu keunikan dan juga menu yang memang berbeda dengan restoran atau perusahaan lainnya, sehingga dalam kategori ini tumpeng dijadikan menu andalan yang memang memiliki jumlah penjualan yang tinggi dibandingkan dengan menu-menu lainnya.

2. Untuk menu yang berada pada kategori Standards

Menu yang berada pada kategori Standards ini adalah menu-menu yang marjin kontribusi dan popularitasnya sudah tinggi dan persentase harga pokok juga termasuk tinggi, untuk itu sudah cukup maksimal untuk peranannya dalam pendapatan manajemen perusahaan. Seperti pada menu lobster jumbo dan kepiting lobster, untuk kedua menu ini yang dapat dilakukan

yaitu mempertahankan kualitas harga pokok produksi agar tidak terjadi kenaikan, karena kedua menu ini memiliki margin kontribusi yang cukup tinggi pula, sehingga untuk kualitas produksi sudah cukup baik.

3. Untuk menu yang berada pada kategori Sleepers

Berdasarkan pengamatan peneliti atas menu makanan dalam kategori Sleepers ini, volume penjualan tiap–tiap menu ada yang tinggi dan juga ada yang rendah (tidak menentu), begitu pula dengan hasil total margin kontribusi, hal ini disebabkan karena terjadi penekanan terhadap rerata tertimbang margin kontribusi sehingga analisis popularitas menu masuk ke analisis margin kontribusi. Dan dapat dilihat pada kaegori menu sleepers ini yaitu menu mix seafood, kerang dan cumi bakar memerlukan pengawasan khusus yang ketat untuk bahan–bahan yang dibuhkan dalam proses promosi dan dibutuhkan dalam promosi untuk mempersentasikan menu makanan mix seafood, kerang dan cumi bakar kepada tamu.

4. Untuk menu yang berada pada kategori Problems

Untuk menu–menu yang berada pada kategori Problems ini merupakan set menu dengan volume penjualan yang relatif kecil (menghasilkan total margin kontribusi di bawah margin kontribusi rerata) dan memiliki persentase harga pokok yang tinggi sehingga menu–menu seperti menu ikan bakar, lobster jumbo, nasi goreng lobster, nasi goreng kepiting, dan nasi goreng seafood yang memiliki popularitasnya lumayan tinggi tetapi tidak bisa mencapai margin kontribusi rerata. Untuk menu–menu ini banyak yang perlu di perbaiki, seperti komposisi bahan, penetapan harga jual yang tepat dan penggunaan nama menu yang menarik.

DAFTAR RUJUKAN

(Placeholder2)Bibliography

(Hjalager & Corigliano. (2000). Food for Tourists-Determinant of an Image. Italy: Milano.

(1982). A Praktical Guide to Menu Analysis . In Academia, Menu Engineering (p. 130). Indonesia: Aris Marysuta.

(1982). Menu Engineering. In Academia, A Praktical Guide to Menu Analysis (p. 130). Indonesia: Aris Mariyasuta.

Boone dan Kurtz. (2002:69). Pengantar Bisnis. Jilid ke-1. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Boyne, Williams, & Hall. (2002). The Center for Corporate Citizenship. Scotland: Boston Collage.

Carter & Usry. (2002). Akuntansi Biaya Jilid 1 (edisi 13). Yogyakarta: Salemba.

Charles W. Lamb, Joseph F. Hair & Carl McDaniel. (2001:184). Pemasaran 1 (Edisi 5). Jakarta: Salemba Empat.

Edwards. (2000). The Politics of Intolerance. Baltimore: Alan Kreider.

- Frochot. (2003). *Hospitality, Travel and Tourism: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. Poland: Manajemen Association information Resources.
- Graziani. (2003). *The Monetary Theory of Production*. German: Carlos Vazquez.
- Hjalager & Corigliano. (2000). *Food for Tourists-Determinan of an Image*. Italy: Milano.
- Hjalager & Richard. (2002). *Food Tourism Around The World*. New York: butterwort-Heinermann.
- Hobsbawm & Ranger. (1983). *The Invention of Tradition*. Australia: Cankaya.edu.tr.
- Huges. (1995). *The Phenomenon of Traveling Wafes (114)*. Skotland: Manchester.
- Kasanava & Smith. (2007:215). *Wiyasha*. Indonesia: Andi.
- Kasavana Smith. (1982:130). *Menu Engineering: A practical guide to menu analysis*. New York: :
A practical guide to menu analysis.
- Kotschevar & Withrow. (2008). *Management By Menu Fourth Edition*. *ejournal.upi.edu* , 47.
- Kotschevar & Withrow. (2015, April 23). *Management By Menu Fourth Edition*. *ejournal.upi.edu* , 23.
- L.Kasanava, M. (1983). *Systems for Food Service Operation*. *Menu Engineering* , 153.
- Lamb. (2001:184). *Essentials of Marketing*. Switzerland: South-Western College Pub.
- Loman, N. (1990:195). *Marketing By Menu*. New York: Wiley, John & Sons, Incorporated.
- Rayburn. (1999). *Gene Rayburn*. New York: Fariery Staff.
- Reid. (1983:69). *Counseling By The Book*. American: John Babler, David Penley, Mike Bizell.
- Rijal. (2009). *Pengaruh Profitabilitas dan Investmen Opportunity Set. Pengaruh Manajemen Bakat* , ISSN : 1979 - 5408 Vol. 2 No.2.
- Scanlon, N. L. (1990:184). *Marketing By Menu*. New York: John Wiley .
- Scanlon, N. (1982:130). *Marketing By Menu*. New York: John Wiley & Sons.
- Spillane & John Zone. (1987). *Consumer Culture*. New York: Mutheun.
- Spilline & John Zorn. (1987). *Music Televition, Postmodernsim, and consumer culture*. New York: Methuen.
- Sugiarto.
- Sugiarto. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui. Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta: Durianto.

- Waller. (1996:199). Laser Ablation. Franch: E. Fogarassy, D. Geohegan, M. Stuke.
- Winarta. (2006:245). Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Yogyakarta: Andi.
- Winartha. (2006). Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Yogyakarta: C.V Andi.
- Winartha. (2006). Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Yogyakarta: Andi.
- Winartha. (2006:248). Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Yogyakarta: Andi.
- Wirartha. (2006:244). Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Yogyakarta: Andi.
- Wiyasha. (2007). Kalkulasi Harga Pokok Makanan (Food Costing) Harian. Media Bina Ilmiah , 58.
- Wiyasha. (2007). (Wiyasha, Kalkulasi Harga Pokok Makanan Food Costing Harian. Media Bina Ilmiah , 58.
- Wiyasha. (2007:153). Akuntansi Manajemen untuk Hotel dan Restoran. Yogyakarta: Andi.
- Wiyasha. (2007:163). Akuntansi Perhotelan. Yogyakarta: Andi.
- Wiyasha. (2007). ANALISIS FOODS AND BEVERAGES COSTING PADA TOMO RAMEN RESTAURANT. Kustiawan , 5.
- Wiyasha. (2007). Kalkulasi Harga Pokok Makanan Harian. Media Bina Ilmiah , 58.
- Wiyasha. (2007). Kalkulasi Harga Pokok Makanan (Food Costing) Harian. Media Bina Ilmiah , 58.
- Wiyasha. (2007). Manajemen Perhotelan. Jakarta: Andi.
- Wiyasha. (2007:215). Manajemen Perhotelan. Jakarta: Andi.
- Wiyasha. (2007:218). Manajemen Perhotelan. Jakarta: Andi.
- Wiyasha. (2007:220). Manajemen Perhotelan. Jakarta: Andi.
- Wiyasha. (2007:221). Manajemen Perhotelan. Jakarta: Ando.
- Yahya, A. (2014). Apa Hubungan Kuliner dan Destinasi Wisata. Indonesia: Edhy Aruman.
- Yahya, A. (2014). Apa Hubungan Kuliner dan Destinasi Wisata. Indonesia: Edhy Aruman.
- Zulganef. (2008:11). Metode Penelitian Sosial dan Budaya. Yogyakarta: Cetakan Pertama, Graha Ilmu.