

MENU ENGINEERING: EVALUASI PRODUK MINUMAN (KOPI) DI KOPILOKA 3.0 PALEMBANG

(MENU ENGINEERING: EVALUATION OF BEVERAGE PRODUCTS (COFFEE) AT KOPILOKA 3.0 PALEMBANG)

Andhika Chandra Lesmana¹
Poltekpar Palembang
chandra.andhika87@gmail.com

ABSTRACT

The coffee shop business in Indonesia is currently developing rapidly, especially in big cities such as Bandung, Jakarta, Surabaya, Medan, Bali, Palembang, and several other big cities, of course it is a big opportunity for entrepreneurs to open a business in this field, by various concepts or ideas that aim to attract customers from various circles, several cafes have even appeared in small towns in each region. South Sumatra is one of the 8 provinces producing the best coffee beans in Indonesia, with the dominant type of coffee being Robusta coffee. By seeing this opportunity, in the city of Palembang many coffee shops or what are usually called cafés are starting to appear, not only as a place to just drink a cup of coffee, but also as a place to relax, gather with friends, family, and even become a place to relax. to do a business, one of which is Kopiloka 3.0 Palembang. The function of a menu is to make it easier for visitors to choose what they want to order. A good menu can be seen from the level of sales and contribution in providing profits to the restaurant. Menu engineering is used to find out how much profit and actual food costs are, based on the basic cost and selling price of a product. In this menu evaluation, there are three indicators that will be discussed, namely popularity index, contribution margin, and menu classification.

The method used in this research is a quantitative method with a descriptive approach, with data collection techniques in the form of observation, interviews, documentation studies and literature studies. The research results stated that the Popularity Index for the coffee menu was 88.64% for the HIGH category menu items and 11.34% for the LOW category menu items. The coffee menu items consist of 18 menus, for the HIGH category there are 14 menus and for the LOW category there are 4 menus; The contribution margin of the 18 coffee menu items served is that there are 9 menu items that fall into the HIGH category with a percentage of 58.17%. Meanwhile, 9 other menus fall into the LOW category with a percentage of 41.81%; Menu classification in the coffee menu, namely, there are 8 menu items included in the STAR category with a percentage of 55.24%, 6 menu items included in the PLOWHORSE category with a percentage of 33.4%, 3 menu items included in the DOG with a percentage of 8.41%, and 1 menu item which is included in the PUZZLE category with a percentage of 2.93%.

Keywords: Coffee Shop, Menu Engineering, Popularirt Index, Contribution Margin, Classification Menu

ABSTRAK

Bisnis *coffee shop* di Indonesia yang berkembang pesat saat ini terutama di kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, Medan, Bali, Palembang, dan beberapa kota besar lainnya, tentunya menjadi peluang besar bagi para pengusaha untuk membuka bisnis di bidang ini, dengan berbagai konsep atau ide yang bertujuan untuk menarik pelanggan dari berbagai kalangan, bahkan telah bermunculan beberapa *cafe* di kota-kota kecil di setiap wilayahnya. Sumatera Selatan merupakan salah satu dari 8 provinsi penghasil biji kopi terbaik di Indonesia, dengan jenis kopi yang dominan adalah jenis kopi Robusta. Dengan melihat peluang itu maka, di kota Palembang pun mulai banyak bermunculan *coffee shop* atau sejenis kedai-kedai kopi atau biasa disebut sebagai *café*, bukan saja sebagai tempat untuk sekedar minum segelas kopi saja, namun bergeser menjadi tempat untuk bersantai, berkumpul bersama teman, keluarga, bahkan menjadi tempat untuk melakukan suatu bisnis, salah satunya adalah Kopiloka 3.0 Palembang. Fungsi sebuah menu yaitu memudahkan pengunjung untuk memilih apa saja yang ingin mereka pesan. Menu yang baik terlihat dari tingkat penjualan dan kontribusi dalam memberikan keuntungan atau *profit* kepada restoran. Rekayasa menu digunakan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan dan biaya *food cost* yang *actual*, berdasarkan *basic cost* dan *selling price* dari suatu produk. Dalam evaluasi menu ini terdapat tiga indikator yang akan dibahas yaitu *popularity index*, *contribution margin*, dan *classification menu*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan secara deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menyatakan bahwa *Popularity index* untuk menu kopi dengan persentase sebesar 88,64% untuk item menu kategori HIGH dan 11,34% untuk persentase item menu kategori LOW. Item menu kopi terdiri dari 18 menu, untuk kategori HIGH terdapat 14 menu dan untuk kategori LOW terdapat 4 menu; *Contribution margin* dari 18 item menu kopi yang disajikan yaitu, terdapat 9 item menu yang masuk ke dalam kategori HIGH dengan persentase sebesar 58,17%. Sedangkan 9 menu lainnya masuk ke dalam kategori LOW dengan persentase sebesar 41,81%; *Classification menu* dalam menu kopi yaitu, terdapat 8 item menu yang termasuk ke dalam kategori STAR dengan persentase sebesar 55,24%, 6 item menu yang termasuk ke dalam kategori PLOWHORSE dengan persentase sebesar 33,4%, 3 item menu yang termasuk ke dalam kategori DOG dengan persentase sebesar 8,41%, dan 1 item menu yang termasuk ke dalam kategori PUZZLE dengan persentase sebesar 2,93%.

Kata Kunci : *Coffee Shop*, Rekayasa Menu, *Popularity Index*, *Contribution Margin*, *Classification Menu*

PENDAHULUAN

Palembang terkenal sebagai pusat wisata olahraga olimpiade. Pasalnya, sudah beberapa kali pertandingan olahraga digelar di Stadion Gelora Sriwijaya di Jakabaring Sport City. Olahraga berfungsi sebagai pendorong bagi pemangku kepentingan pariwisata untuk terlibat dalam kegiatan olahraga kompetitif atau kooperatif secara aktif atau pasif. Situasi ini menimbulkan efek ekonomi yang menguntungkan bagi penduduk sekitarnya yang terlibat dalam pemasok unsur pariwisata. Menurut Kurniawan (2015) unsur-unsur yang menunjang pengembangan wisata terdapat 4 yakni: atraksi, transportasi, akomodasi, infrastruktur, dan fasilitas pelayanan makanan dan minuman termasuk dalam fasilitas

pelayanan penting karena secara hierarki merupakan kebutuhan utama manusia. Pengadaanya dapat berupa pembangunan restoran atau rumah makan jenis lainnya termasuk *Coffeshop* atau *Cafe* yang sedang banyak berkembang saat ini. Sekretaris Jenderal Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) (2020) Stevan Lie, mengemukakan bahwa “pertumbuhan bidang kafe dan resto setiap tahunnya naik sekitar 15-20%. Sementara itu, dari sisi jumlah pelaku usaha di bidang ini diperkirakan lebih dari 10.000 kafe di seluruh Tanah Air. Peminat dan pengembang usaha *Cafe* didominasi kaum muda yang cukup mencintai dan memiliki motivasi untuk memberdayakan fungsinya yang tidak hanya lagi menjadi sarana prasarana penyedia makanan dan minuman, juga menjadi pemuas hati dan pemenuhan kebutuhan sosial konsumen.

Antusiasme tinggi dari pencinta kopi di Palembang didukung dengan adanya beberapa daerah yang menjadi pemasok kopi di provinsi Sumatera Selatan seperti Lahat, kabupaten Muara Enim, kabupaten OKU (Ogan Komering Ulu) serta beberapa daerah disekitar jajaran bukit barisan. Membahas mengenai makanan dan minuman di sebuah *cafe* tentunya terdapat menu yang disediakan untuk memudahkan pengunjung untuk memilih apa saja yang ingin mereka pesan. Menu merupakan daftar atau list makanan dan minuman yang telah disediakan oleh suatu restoran. Dittmer dan Keefe (2009). menyatakan bahwa “Dengan mengubah menu yang ada menjadi jumlah dan varian yang optimal sesuai dengan kesukaan konsumen dan kontribusi keuntungan yang terbaik akan meningkatkan efektivitas upaya dalam memaksimalkan pendapatan.” Menu yang baik terlihat dari tingkat penjualan dan kontribusi dalam memberikan keuntungan atau *profit* kepada restoran.

Dalam penelitian ini terdapat tiga indikator yang akan di bahas penulis yaitu *popularity index*, *contribution margin*, dan *classification menu*. Penelitian ini di lakukan di Kopiloka 3.0 Palembang yang berlokasi di Jl. Komering, Demang Lebar Daun Palembang, dengan tujuan untuk mengevaluasi menu dari jenis minuman kopi yang ditawarkan di *café* tersebut, yang nantinya diharapkan dapat memberikan masukan dari hasil evaluasi dengan menggunakan metode rekayasa menu atau *menu engineering*. Semua item menu dianalisis secara kolektif menggunakan masing masing dari dua variabel ini yang ditampilkan pada sisi dua dimensi.

Tabel 1
Sales History Kopiloka 3.0 Palembang Tahun 2022-2023

No.	Nama Item	Desember	Januari	Februari	Jumlah
1.	Kopi Susu	122	121	109	352
2.	Kopi Susu Gula Aren	102	106	117	325
3.	Kopi Susu Creamer	98	103	87	288
4.	Kopiloka	112	79	87	278
5.	Kopi Susu Loka	129	152	133	414
6.	Tubruk Indonesia	45	56	44	145
7.	V60	89	77	78	244
8.	Vietnam Drip	126	112	99	337
9.	Mokapot	98	89	118	305
10.	Japanese	63	45	56	164
11.	Espresso Single	45	56	43	144
12.	Espresso Double	67	50	65	182
13.	Americano	101	99	126	326
14.	Piccolo	109	89	107	305

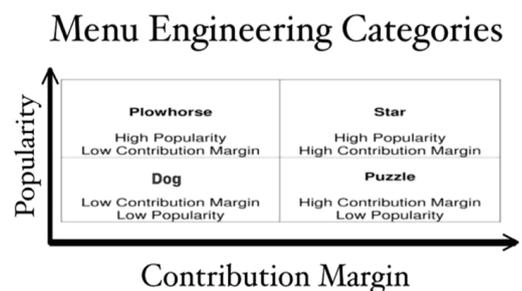
No.	Nama Item	Desember	Januari	Februari	Jumlah
15.	Coffee Latte	193	179	221	593
16.	Cappuccino	159	167	153	479
17.	Mochaccino	149	127	107	383
18.	Vanilla Late	99	122	109	330
Jumlah		1.906	1.829	1.859	5.594

Sumber : Kopiloka 3.0 Palembang (2023)

Menurut Budiningsih (2009) “*Café* atau *cape* adalah suatu restoran kecil yang berada di luar hotel. *Café* memiliki pilihan makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol tinggi, tetapi tersedia minuman sejenis bir, soft drink, teh, kopi, rokok, *cake*, cemilan, dan lain-lain”. Menurut Maulidi dalam (Monique 2018) “*Cafe* adalah tempat untuk bersantai-santai dan berbincang-bincang dimana tamu dapat memesan makanan dan minuman.”

Menu berasal dari bahasa Prancis “*Le Menu*” yang berarti daftar makanan yang disajikan kepada tamu di ruang makan. Menurut Kinton dan Caserani (2000) “*Menu or a bill of fare is a list of prepared and presentation should attract customer and represent value for money*”, diterjemahkan berarti, menu adalah sebuah daftar makanan yang telah dilengkapi dengan harga masing-masing, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberikan nilai terhadap sejumlah uang untuk makanan maupun minuman yang ditawarkan.

Menurut Dittmer dan Keefe (2009) “*Menu engineering as a technique for analyzing menu sales and providing helpful information for increasing gross profit*” yang diterjemahkan “rekayasa menu adalah sebagai suatu teknik analisis penjualan menu serta memberikan informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan laba kotor” dengan dilakukannya *menu engineering* atau rekayasa menu maka dapat diketahui *Popularity index* dan *contribution margin* dari menu yang dijual sehingga dapat diketahui seberapa besar keuntungan dan biaya *food cost* yang *actual*, berdasarkan *basic cost* dan *selling price* dari suatu produk, dalam penghitungan *Popularity Index* dan *Contribution Margin* dalam suatu produk makanan dan minuman. Menurut Reynolds dan McClusky (2013) “*The Earliest menu engineering models focused on two key variables: gross profit (menu price less food cost) and popularity (sales of a given item). All menu item are analyzed collectively using each of these two variables displayed on two- dimensional grid*”. Diterjemahkan adalah “Model rekayasa menu yang paling awal berfokus pada dua variabel utama: laba kotor (harga menu dikurangi biaya makanan) dan popularitas (penjualan barang tertentu). Berdasarkan pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa *Menu Engineering* secara umum memiliki dua inti utama, yaitu laba kotor, yang berarti mengetahui margin kontribusi dan kepopuleran setiap item menu yang dijual. Setelah margin kontribusi dan popularitas diketahui, menu dibagi menjadi empat klasifikasi yaitu *Stars*, *Plowhorse*, *Puzzle*, dan *Dogs*.



Indeks popularitas atau *Popularity Index* adalah tingkat kepopuleritasan dari setiap *item* menu yang terjual, suatu menu dapat dikatakan populer apabila banyak di pesan dan di gemari oleh tamu yang datang. Menurut pendapat Suyono (2004) "*Everythings in food service operation start from the menu*" yang diterjemahkan "Segala sesuatu di dalam kegiatan operasional restoran atau *coffee shop* berawal dari sebuah menu". Berikut rumus perhitungan menu *mix percentage* dari sebuah menu :

$$\text{Menu mix \%} = \frac{\text{Number of Menu item sold} \times 100}{\text{Total Number of Item Sold}}$$

Setelah mendapatkan data *menu mix percentage* maka dapat diketahui berapa persen menu tersebut terjual dari produk yang terjual. Kemudian dilakukan perhitungan *Popularity index* dengan menggunakan rumus:

$$\text{Popularity Index} = \frac{100\% \times 70\%}{\text{Number of item menu}}$$

Marjin kontribusi atau *Contribution Margin* menurut Ninemier (2013), "*The contribution margin of a menu item is calculated by subtracting its food cost from its selling price.*" Maka dengan ini dapat diperoleh rumus yang digunakan untuk menghitung marjin kontribusi:

$$\text{Contribution Margin} = \text{Selling Price} - \text{Food Cost}$$

Selanjutnya menghitung total kontribusi marjin dari setiap item menu yang dijual.

$$\text{Total Contribution Margin} = \text{Total Revenues} - \text{Total Food Cost}$$

Menurut Ninemeier (2013) "*The total contribution margin for all menu items is calculated by subtracting total menu costs from total menu revenues*". Total kontribusi marjin dari *item* menu dapat dihitung dengan mengurangi total *menu revenues*/total pendapatan dari menu dengan total *food cost*/total biaya makanan. Berikut rumus perhitungan total kontribusi marjin:

Dengan melakukan perbandingan antara *item contribution margin*, kita dapat menentukan tinggi atau rendahnya tingkat profitabilitas dari suatu *item* yang terdapat dalam menu. Coltman dan Jagles (2001) "*The average contribution margin for all items sold is obtained by dividing the total contribution margin by the total number the item sold. It is the resulting to which the contribution margin of each individual item is compared to determine if its contribution margin is higher or lower than the average contribution margin.*" Disimpulkan bahwa *average contribution margin* diperoleh dari membagi total *contribution margin* dengan total *number of items sold*. Maka dapat ditulis

dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Average Contribution Margin} = \frac{\text{Total Contribution Margin}}{\text{Total Number of Item Sold}}$$

Klasifikasi menu atau *Menu Classification* menurut Dittmer (2003) “*These four possible combinations are used to identify menu items and in the special Language of menu engineering each has been given name star, plowhorse, puzzle and dog*”. 1. *H/H is a Star Star is menu Items that produce both High of Contribution margin and High Popularity index*; 2. *L/H Is a Plowhorse Plowhorse is menu item that produce a low contribution margin and high popularity index*; 3. *H/L Is a Puzzle Puzzle is a menu that produce a High Contribution Margin and Low Popularity index*; 4. *L/L is a Dog Menu Item that produce a Low Contribution margin and Low Popularity index*”. Rekayasa menu memiliki perkiraan untuk mengetahui apakah item menu populer atau menguntungkan, dimana tujuan klasifikasi menu ini adalah untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam memilih menu yang baik atau buruk menurut popularitas dan tingkat keuntungan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Informasi dikumpulkan, serta mengamati objek penelitian secara langsung, menyusun dan menganalisis informasi yang diperoleh, kemudian menarik kesimpulan. Adapun pengertian dari Metode Penelitian Deskriptif menurut Sugiyono (2018) “adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.” Artinya penelitian ini hanya ingin mengetahui bagaimana keadaan variabel itu sendiri tanpa ada pengaruh atau hubungan terhadap variabel lain seperti penelitian eksperimen atau korelasi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah dengan cara sebagai berikut :

- a) Observasi. Menurut Listiawan (2016) “observasi merupakan cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang dijadikan objek pengamatan.” Dalam penelitian ini, penulis mendatangi langsung lokasi penelitian untuk melakukan observasi secara langsung permasalahan dan data serta mencari data baku yang akan digunakan dalam penelitian. Observasi ini melihat secara langsung keseluruhan operasional di Kopiloka 3.0 Palembang.
- b) Wawancara (*interview*). Menurut Sugiyono (2018) “Wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data yang penulis teliti agar dapat menemukan masalah yang akan diteliti.” Dalam metode ini peneliti dan responden secara langsung (tatap muka) untuk memperoleh informasi secara lisan dengan mendapatkan data tujuan yang bisa menjelaskan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dengan wawancara terstruktur langsung diajukan

kepada *manager* Kopiloka 3.0 Palembang yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional.

- c) Studi dokumentasi. Menurut Sugiyono (2018) Dokumentasi merupakan catatan peristiwa pada waktu yang lalu, dan dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun karya-karya monumental dari seseorang. Adapun bentuk dokumentasi yang penulis lakukan yaitu terkait data penjualan makanan dan minuman, data kunjungan kunjungan, ragam menu, dan lain sebagainya.
- d) Studi Literatur. Menurut Danial dan Warsiah dalam (Herdriani,dan Arieska 2018) Studi Literatur merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku-buku, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Studi Literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

1. Analisis *Popularity Index*

Berdasarkan data yang diperoleh setelah melalui tahap penghitungan terdapat 18 item menu minuman jenis kopi yang ditawarkan oleh Kopiloka 3.0 Palembang. Total *sales history* pada bulan Desember 2022 sampai dengan Februari 2023 diperoleh hasilnya sebanyak 5.594 item terjual selama periode tersebut. Dari data tersebut maka selanjutnya dilakukan pengolahan data untuk mengetahui indeks popularitas dari produk minuman jenis kopi di Kopiloka 3.0 Palembang. Berikut merupakan hasil perhitungannya.

Tabel 2
***Popularity Index* Menu Kopi**
Periode Desember 2022 – Februari 2023

No.	Menu Item	Amount sold	Menu mix %	Kategori Popularitas
1.	Kopi susu	352	6,29%	HIGH
2.	Kopi susu gula aren	325	5,81%	HIGH
3.	Kopi susu creamer	288	5,15%	HIGH
4.	Kopiloka	278	4,97%	HIGH
5.	Kopi susu loka	414	7,40%	HIGH
6.	Tubruk Indonesia	145	2,59%	LOW
7.	V60	244	4,36%	HIGH
8.	Vietnam drip	337	6,02%	HIGH
9.	Mokapot	305	5,45%	HIGH
10.	Japanese	164	2,93%	LOW
11.	Espresso single	144	2,57%	LOW
12.	Espresso double	182	3,25%	LOW
13.	Americano	326	5,83%	HIGH
14.	Piccolo	305	5,45%	HIGH
15.	Coffee latte	593	10,60%	HIGH

No.	Menu Item	Amount sold	Menu mix %	Kategori Popularitas
16.	Cappuccino	479	8,56%	HIGH
17.	Mochaccino	383	6,85%	HIGH
18.	Vanilla latte	330	5,90%	HIGH
TOTAL		5.594		
Indeks Popularitas		3,8%		

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan pada tabel 2 diatas, diketahui terdapat 14 item menu kopi yang masuk ke dalam kategori HIGH, diantaranya: kopi susu, kopi susu gula aren, kopi susu krimmer, kopiloka, kopi susu loka, V60, Vietnam drip, mokapot, americano, piccolo, coffee latte, cappuccino, mochaccino, dan vanilla latte dengan persentase sebesar 88,64%. Sedangkan 4 item menu kopi lainnya masuk ke dalam kategori LOW, yaitu : tubruk Indonesia, Japanese, espresso single, dan espresso double dengan persentase sebesar 11,34%.

2. Analisis Contribution Margin

Contribution margin dari masing-masing *item* menu kopi dihitung berdasarkan rumus dengan mengurangi *selling price* dengan *food cost*.

Tabel 3
Beverage Cost dan Selling Price Item
Menu Kopi di Kopiloka 3.0 Palembang

NO	ITEM	COST	SELLING PRICE
1	Kopi Susu	Rp 5,200	Rp 20,000
2	Kopi Susu Gula Aren	Rp 5,980	Rp 23,000
3	Kopi Susu Creamer	Rp 5,980	Rp 23,000
4	Kopiloka	Rp 5,980	Rp 23,000
5	Kopi Susu Loka	Rp 6,500	Rp 25,000
6	Tubruk Indonesia	Rp 3,900	Rp 15,000
7	V60	Rp 5,200	Rp 20,000
8	Vietnam Drip	Rp 5,200	Rp 20,000
9	Mokapot	Rp 5,200	Rp 20,000
10	Japanese	Rp 5,720	Rp 22,000
11	Espresso Single	Rp 3,900	Rp 15,000
12	Espresso Double	Rp 4,680	Rp 18,000
13	Americano	Rp 5,200	Rp 20,000
14	Piccolo	Rp 5,200	Rp 20,000
15	Coffee Latte	Rp 5,980	Rp 23,000
16	Cappuccino	Rp 5,980	Rp 23,000
17	Mochaccino	Rp 6,500	Rp 25,000
18	Vanilla Late	Rp 6,500	Rp 25,000

Berikut tabel yang berisi data mengenai kontribusi margin dari kategori menu kopi di Kopiloka 3.0 Palembang.

Tabel 4
Contribution Margin Menu Kopi di Kopiloka 3.0 Palembang

NO	ITEM	COST	SELLING PRICE	SOLD				MARGIN CONTRIBUTION	TOTAL MARGIN CONTRIBUTION	AV'CM
				DES	JAN	FEB	TOTAL			
1	Kopi Susu	Rp 5,200	Rp 20,000	122	121	109	352	Rp 14,800	Rp. 5,209,600	LOW
2	Kopi Susu Gula Aren	Rp 5,980	Rp23,000	102	106	117	325	Rp 17,020	Rp. 5,531,500	HIGH
3	Kopi Susu Creamer	Rp 5,980	Rp 23,000	98	103	87	288	Rp 17,020	Rp. 4,901,760	HIGH
4	Kopiloka	Rp 5,980	Rp 23,000	112	79	87	278	Rp 17,020	Rp. 4,731,560	HIGH
5	Kopi Susu Loka	Rp 6,500	Rp 25,000	129	152	133	414	Rp 18,500	Rp.7,659,000	HIGH
6	Tubruk Indonesia	Rp 3,900	Rp 15,000	45	56	44	145	Rp 11,100	Rp. 1,609,500	LOW
7	V60	Rp 5,200	Rp 20,000	89	77	78	244	Rp 14,800	Rp. 3,611,200	LOW
8	Vietnam Drip	Rp 5,200	Rp 20,000	126	112	99	337	Rp 14,800	Rp. 4,987,600	LOW
9	Mokapot	Rp 5,200	Rp 20,000	98	89	118	305	Rp 14,800	Rp. 4,514,000	LOW
10	Japanese	Rp 5,720	Rp 22,000	63	45	56	164	Rp 16,280	Rp. 2,669,920	HIGH
11	Espresso Single	Rp 3,900	Rp 15,000	45	56	43	144	Rp 11,100	Rp. 1,598,400	LOW
12	Espresso Double	Rp 4,680	Rp 18,000	67	50	65	182	Rp 13,320	Rp. 2,424,240	LOW
13	Americano	Rp 5,200	Rp 20,000	101	99	126	326	Rp 14,800	Rp. 4,824,800	LOW
14	Piccolo	Rp 5,200	Rp 20,000	109	89	107	305	Rp 14,800	Rp. 4,514,000	LOW
15	Coffee Latte	Rp 5,980	Rp 23,000	193	179	221	593	Rp 17,020	Rp. 10,092,860	HIGH
16	Cappuccino	Rp 5,980	Rp 23,000	159	167	153	479	Rp 17,020	Rp. 8,152,580	HIGH
17	Mochaccino	Rp 6,500	Rp 25,000	149	127	107	383	Rp 18,500	Rp. 7,085,500	HIGH
18	Vanilla Late	Rp 6,500	Rp 25,000	99	122	109	330	Rp 18,500	Rp. 6,105,000	HIGH

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4 diketahui dari 18 item menu kopi terdapat 9 menu yang termasuk dalam kategori HIGH dengan persentase sebesar 58,17%, item menu tersebut meliputi : kopi susu gula aren, kopi susu creamer, kopiloka, kopi susu loka, Japanese, coffee latte, cappuccino, mochaccino, dan vanilla latte. Dan 9 item menu yang termasuk dalam kategori LOW dengan persentase sebesar 41,81%, 9 item tersebut meliputi : kopi susu, tubruk Indonesia, v60, Vietnam drip, mokapot, espresso single, espresso double, americano, dan piccolo.

3. Analisis Classification Menu

Setelah menganalisis indeks popularitas dan kontribusi margin langkah selanjutnya adalah mengklasifikasikan menu. Tujuan mengklasifikasikan menu yaitu untuk memudahkan dalam mengetahui item menu apa saja yang perlu dievaluasi tingkat kepopuleran dan tingkat keuntungannya. Menu perlu diklasifikasikan dengan mencocokkan kategori popularitas dan kategori kontribusi margin. Klasifikasi item menu terdiri dari empat kategori yaitu : *Star, Plowhorse, Puzzle, Dog*. Berikut ditampilkan tabel 5 yang di dalamnya telah diklasifikasikan item menu kopi yang ada di Kopiloka 3.0 Palembang sesuai dengan tingkat popularitas dan profitabilitasnya.

Tabel 5
Classification Menu Kopi di Kopiloka 3.0 Palembang

No	Item Menu	Popularity Index	Contribution Margin	Classification Menu
1	Kopi Susu	HIGH	LOW	PLOWHORSE
2	Kopi Susu Gula Aren	HIGH	HIGH	STAR
3	Kopi Susu Creamer	HIGH	HIGH	STAR

4	Kopiloka	HIGH	HIGH	STAR
5	Kopi Susu Loka	HIGH	HIGH	STAR
6	Tubruk Indonesia	LOW	LOW	DOG
7	V60	HIGH	LOW	PLOWHORSE
8	Vietnam Drip	HIGH	LOW	PLOWHORSE
9	Mokapot	HIGH	LOW	PLOWHORSE
10	Japanese	LOW	HIGH	PUZZLE
11	Espresso Single	LOW	LOW	DOG
12	Espresso Double	LOW	LOW	DOG
13	Americano	HIGH	LOW	PLOWHORSE
14	Piccolo	HIGH	LOW	PLOWHORSE
15	Coffee Latte	HIGH	HIGH	STAR
16	Cappuccino	HIGH	HIGH	STAR
17	Mochaccino	HIGH	HIGH	STAR
18	Vanilla Late	HIGH	HIGH	STAR

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan table diatas mengenai pengklasifikasian menu kopi, maka dapat diidentifikasi item menu apa saja yang masuk ke dalam kategori *Star*, *Plowhorse*, *Puzzle*, dan *Dog*. Dalam hal ini juga telah dikelompokan setiap item menu kopi sesuai dengan kategorinya masing-masing sebagai berikut:

Tabel 6
Classification Menu Kopi di Kopiloka 3.0 Palembang per kategori

<p>PLOWHORSE :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi susu 2. V60 3. Vietnam drip 4. Mokapot 5. Americano 6. Piccolo 	<p>STAR :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi susu gula aren 2. Kopi susu creamer 3. Kopiloka 4. Kopi susu loka 5. Coffee Latte 6. Cappuccino 7. Mochaccino 8. Vanilla latte
<p>DOG :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tubruk Indonesia 2. Espresso Single 3. Espresso Double 	<p>PUZZLE :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Japanese

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2023)

Data di atas merupakan klasifikasi item menu per kategori untuk menu kopi di Kopiloka 3.0 Palembang, diketahui terdapat 8 item menu yang masuk ke dalam kategori *Star*, diantaranya : Kopi susu gula aren, Kopi susu creamer, Kopiloka, Kopi susu loka, Coffee Latte, Cappuccino, Mochaccino dan Vanilla latte dengan persentase sebesar 55,24%. Selanjutnya 6 item menu yang masuk ke dalam kategori *Plowhorse*, diantaranya : Kopi Susu, V60 , Vietnam drip, Mokapot, Americano dan Piccolo dengan persentase sebesar 33,4%. Selanjutnya 3 item menu yang masuk ke dalam kategori *Dog*, diantaranya : Tubruk Indonesia, Espresso Single, dan Espresso dengan persentase sebesar 8,41%. Dan 1 item

menu lainnya masuk ke dalam kategori *Puzzle* yaitu : Japanese dengan persentase sebesar 2,93%.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Kopiloka 3.0 Palembang periode Desember 2022 – Februari 2023 tentang *menu engineering* atau rekayasa menu berdasarkan tiga indikatornya yaitu *Popularity index*, *Contribution margin*, *Classification menu* minuman kopi, maka dapat disimpulkan:

1. **Popularity index** untuk menu kopi dengan persentase sebesar 88,64% untuk item menu kategori HIGH dan 11,34% untuk persentase item menu kategori LOW. Item menu kopi terdiri dari 18 menu, untuk kategori HIGH terdapat 14 menu dan untuk kategori LOW terdapat 4 menu.
2. **Contribution margin** dari 18 item menu kopi yang disajikan di Kopiloka 3.0 Palembang, terdapat 9 item menu yang masuk ke dalam kategori HIGH dengan persentase sebesar 58,17%. Sedangkan 9 menu lainnya masuk ke dalam kategori LOW dengan persentase sebesar 41,81%.
3. **Classification menu** kopi di Kopiloka 3.0 Palembang terdapat 8 item menu yang termasuk ke dalam kategori STAR dengan persentase sebesar 55,24%, 6 item menu yang termasuk ke dalam kategori PLOWHORSE dengan persentase sebesar 33,4%, 3 item menu yang termasuk ke dalam kategori DOG dengan persentase sebesar 8,41%, dan 1 item menu yang termasuk ke dalam kategori PUZZLE dengan persentase sebesar 2,93%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*, 6(2), 166–171.
- Budiningsih, Asri. (2009). *Belajar dan Pembelajaran*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Coltman, Michael M and Martin G. Jagles. (2001). *Hospitality Management Accounting 7th Edition*. New York Dittmer, P.R. (2003). *Principles of Food, Beverage and Labor Cost Controls (7 th Edition)*. New York. Van Nostrand Reinhold
- Dittmer P.R. & Keefe, D.J. (2009). *Principles of Food and Beverage and Cost Control 9 th Edition*. New York. *United States of America*. John Willey & Sons, Inc.
- Kinton, dan Caserani. (2000). *The Theory of catering*, Hodder & Stoughton. London
- Kurniawan, Wawan. (2015). “Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang”. Skripsi. Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Listiawan, Tomi. (2016). *Pengembangan Learning Management Sistem (LMS) Di Program Studi Pendidikan Matematika STKIP PGRI Tulungagung*. *Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika*. 1(1)(2023).
- Monique. (2018). Analisis Faktor Penggerak Customer Emotion, Customer Satisfaction dan Implikasinya Terhadap Behavioral Intention Telaah Pada the Bunker Café Serpong. Skripsi. Prodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara

- Ninemeir, J.D. (2013). *Planning and Control for Food and Beverage Operation Eight Edition*. Michigan : Educational Institute of The American Hotel & Motel Association.
- Reynold, Denis and Mc Clusky, Kathleen W. (2013). *Food Service Management fundamentals*. NY : Wiley
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* Bandung : Alfabeta. Bandung.
- Suyono, Joko. (2004). *Food Service Management (Dasar – Dasar Mengelola Bisnis Restoran)*. Bandung : Enhaii Press