

## ANALISIS PERBAIKAN MENU *UNPOPULAR* DI RESTORAN DAPUR SUNDA DI KOTA JAKARTA

Dani Adiatma, Wendi Andriatna, dan Agus Sudono

Program Studi Manajemen Industri Katering  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia Bandung 40154

e-mail : daniadiatma@yahoo.com

### **Abstract**

*The purpose of this research is knowing analysis repair menu unpopular in stimultan in a Dapur Sunda restaurant*

*Methods in use anava. A population that in use in research this ampunt is a menu, and long months surveyed in a Dapur Sunda restaurant. Type samples used namely sampling saturated about 195 respondents. Analysis fo data research is analysis menu engineering, analysis quality products using quisioner, analysis anava. Technical data in do study literature, method survey, descriptive analytic method through a questionnaire, interview and the study of literature.*

*The results of this research show that the unpopular enough influence each month to the development of special revenue and also the restaurant dapur sunda. From the result of this research was then in need of good engineering menu settings*  
*Keywords : the unpopular menu, a menu engineering and Dapur Sunda restaurant*

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui analisis perbaikan menu *unpopular* secara stimultan di restoran dapur sunda

Metode yang di gunakan Anava. Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah jumlah menu, dan lama bulan yang diteliti di restoran Dapur Sunda. Jenis sampel yang digunakan yaitu sampling jenuh sebanyak 195 responden. Analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis menu *engineering*, analisis kualitas produk menggunakan kuisisioner, analisis anava. Teknik pengumpulan data yang di lakukan studi literatur, metode survey, metode deskriptif analitik melalui kuesioner, wawancara dan studi literatur.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa menu *unpopular* cukup berpengaruh tiap bulanya terhadap pengembangan menu dan juga pendapatan restoran Dapur Sunda. Dari hasil penelitian ini maka di perlukan pengaturan menu *engineering* yang baik

Kata kunci: menu *unpopular*, menu *engineering* dan restoran Dapur Sunda

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dan penghasilan devisa negara yang nilainya pun tidak sedikit. Hal ini terbukti pada tahun 2011 devisa dari sektor pariwisata menunjukkan angka 8 Miliar dollar USA

atau sekitar 75 Triliun dan angka ini menempatkan sektor pariwisata di urutan kelima penyumbang devisa negara (Pos Kota 2011, jumat 30 Desember – 18:25, sumber <http://Pos Kota.co.id>).

Wisata sangat identik dengan kuliner, biasanya para wisatawan selain ingin menikmati fasilitas wisata yang ada para wisatawan juga ingin menikmati kuliner yang ada di suatu restoran yang ada di daerah tersebut.

Menurut Suarhana (2006:23) restoran adalah “tempat usaha yang komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan pekayaan makanan dan minuman untuk umum di tempat usahanya”.

Menurut Sihite (2000:16) restoran adalah “suatu tempat dimana seseorang yang datang menjadi tamu yang akan mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan, baik pagi, siang, ataupun malam sesuai dengan jam bukanya dan oleh tamu yang menikmati hidangan itu harus membayar sesuai dengan harga yang ditentukan sesuai daftar yang disediakan di restoran itu”.

Jenis jenis restoran berdasarkan pelayanan yaitu *Grill Room, Dining Room, Coffee Shop, Cafeteria, Continental Restaurant, Supper Club, Night Club, Speciality Restaurant*.

Pada masa sebelum abad ke-18, daftar makanan yang ditulis sederhana, biasanya dipajang pada pintu restoran. Daftar makanan yang singkat itu disebut *escriteau*. Beberapa saat kemudian, daftar makanan tersebut, daftar makanan tersebut berpindah tempat dari luar ke dalam restoran dan dipajangkan diatas meja makan. Ada kalanya masing-masing tamu pengunjung restoran disediakan satu lembar daftar makanan untuk memudahkan memilih makanan yang sesuai dengan selera mereka masing-masing daftar makanan ini kemudian dikenal dengan nama menu.

Restoran sebagai tempat makan kemudian makin populer, dan variasi makanan yang dicantumkan pada daftar tersebut makin lama makin banyak. Akhirnya menu berfungsi sebagai daftar makanan yang dapat dipesan dan dinikmati saat itu juga. Pada tahun 1765 tuan Boulagere membuka sebuah restoran di Paris, dan memajang poster besar di depan restoran untuk mengumumkan makan yang disediakan pada hari tersebut.

Jenis jenis menu ada 3 yaitu menu *A'la carte, Table d'hote Menu* dan *special party menu*. Menu dapat pula dikelompokkan berdasarkan pada jenis hidangan ( meal ), seperti :

- 1) *Breakfast menu* ( menu hidangan makan pagi ),
- 2) *Luncheon menu* ( menu hidangan makan siang ),
- 3) *Tea time menu* ( menu hidangan ringan pengiring minum teh sore ),
- 4) *Dinner menu* ( menu hidangan makan malam ),
- 5) *Supper menu* ( menu hidangan makan larut malam ),
- 6) *Banquet menu* ( menu hidangan perjamuan ),
- 7) *Buffet menu* ( menu hidangan prasmanan )

Mungkin inilah kelahiran *Menu a'la carte* yang pertama, yang kemudian digunakan di berbagai restoran. Makin lama makin banyak perbaikan dan peningkatan dilakukan misalnya pada tata cara penulisan, seni penampilan, tata warna dan lain sebagainya. Banyak seniman-seniman ternama diminta merancang penampilan menu sehingga nilai menu semakin lama semakin meningkat. Banyak

orang menggandrungi sebuah hobi baru, yaitu mengumpulkan menu dari berbagai restoran bahkan membeli menu tersebut dengan harga yang cukup mahal. Itu semua semata-mata hanya dijadikan koleksi pribadi saja.

Pada usaha jasa-boga saat ini, menu memegang peranan penting, karena merupakan jembatan yang menghubungkan hotel/restoran dengan pelanggan/tamu.

Penyusun menu memerlukan pengalaman dan pengetahuan yang cukup baik dibidang pengolahan maupun pada penyajian makanan. Perencanaan dan penyusunan menu menyangkut beberapa orang yang secara langsung saling berhubungan yaitu:

- a) *Chef de Cuisine* (Kepala Dapur)
- b) *Restaurant Manager* (Kepala Restoran)
- c) *Manager or Owner* (Manager atau Pemilik Perusahaan)

Seringkali pimpinan ataupun pemilik perusahaan kurang menyadari pengaruh menu makanan pada kepuasan langganan. Menu dianggap kurang diharapkan, sehingga penampilannya kurang baik dan berpengaruh buruk pada reputasi perusahaan secara umum.

Dalam hubungan ini, kata menu diartikan *as a list of the dishes which are available to a customer* atau sebagai daftar makanan yang tersedia untuk pelanggan atau tamu.

Menu juga berarti *a bill of fare* atau daftar makanan. Daftar/menu dapat ditulis pada sehelai kertas, sebidang karton ataupun diatas selembar kain. Perencanaan dan penyusunan menu adalah suatu tugas penting bagi usaha perhotelan dan restoran, maupun usaha jasa boga lainnya. Banyak faktor-faktor yang harus dipertimbangkan baik pada waktu perencanaan, maupun pada waktu penyusunan menu.

Dapur Sunda di dirikan pada tahun 1986 oleh H. Ansoroeddin dan seluruh keluarga, dan Dapur Sunda Cipete reputasi pertama sejak restoran keluarga berdiri. Setelah beberapa tahun bisnis berkembang pesat dan meningkatkan penjualan telah berhasil untuk membuka delapan cabang yang tersebar di seluruh Jakarta. Oleh karena itu, Dapur Sunda dapat dikatakan turut menunjang perkembangan ekonomi khususnya untuk kota Jakarta dan untuk Indonesia pada umumnya.

Saat ini Dapur Sunda memiliki lebih dari 300 tenaga kerja, baru-baru ini cabang Dapur Sunda di Utara Jakarta ada dua cabang, dan satu cabang baru di buka di Mall Of Indonesia ( MOI ) dan yang lainnya adalah di Gading Food City, Di daerah Selatan Jakarta ada enam cabang :

1. Jl. Cipete Raya No. 13
2. Hanggar Teras MBAU Pancoran, Jl. Jend Gatot Subroto
3. Setiabudi Building One
4. Bellagio Butik Mall, di Kawasan Mega Kuningan
5. Pondok Indah Mall III B, Jl. Metro kencana
6. Pacific Place One, Kawasan SCBD Sudirman

Dengan bertambahnya jumlah cabang restoran dapur sunda membuktikan bahwa restoran ini sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Semakin berkembangnya sebuah usaha maka perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan menu *unpopular* untuk membuat menu *unpopular* tersebut menjadi menu yang *popular*.

Untuk meningkatkan menu *unpopular* diperlukan menu *engineering* yang baik dalam mengelola menu yang menyangkut total penjualan, total pendapatan, *contribution margin*, kepopuleran suatu menu agar menu *unpopular* tersebut meningkat menjadi menu yang *popular*.

Dalam hal ini restoran dapur sunda belum memiliki penanganan menu *engineering* yang baik. Ini terlihat dari cukup banyaknya jenis menu yang ditawarkan tetapi dari total penjualannya didominasi oleh beberapa menu tertentu yang sudah *popular* seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1

Data Penjualan Restoran Dapur Sunda

Periode Januari – Juni 2012

Menu	Total Penjualan Bulan Ke					
	1	2	3	4	5	6
<b>sop</b>						
sop ikan gurame	2.052	2.736	2.460	2.634	2.424	2.610
sop ikan mas	25	30	23	22	26	22
sop selat sunda	348	330	366	354	306	342
soto bandung	2.214	1.788	1.632	1.608	2.436	1.866
mie kocok	202	214	220	211	218	230
sayur asem	2.748	2.370	2.898	2.772	2.928	2.934
soto ayam	390	276	312	198	426	264
sop ayam	193	202	212	190	179	220
sop Buntut	1.182	1.212	858	1.194	1.128	1.290
sop iga sapi	708	642	420	408	594	468
<b>Sapi</b>						
Empal Goreng	3.774	3.498	3.840	3.462	3.768	4.422
Paru Goreng	1.854	1.632	1.494	1.362	1.794	2.088
Babat Goreng	1.008	798	594	780	852	756
Usus Goreng	882	684	702	420	864	696
<b>Ikan</b>						
Gurame Goreng	4.506	5.064	4.914	3.684	5.226	4.902
Gurame Bakar	2.196	1.938	2.478	1.698	2.460	2.172
Gurame Goreng Cobek	313	304	289	320	345	327
Gurame Bakar Cobek	1.026	1.026	1.056	930	2.880	1.098
Gurame Garang Asam	198	179	184	196	202	193
Gurame Goreng	180	195	207	218	211	204

Acar						
Gurame Tumis	732	726	714	498	684	690
Ikan Mas Goreng	2	3	1	2	2	3
Ikan Mas Bakar	0	1	3	1	2	3
Pepes Ikan Mas	293	285	296	305	300	301
Ikan Mas Goreng Acar	26	20	17	22	28	23
Ikan Mas Tumis						
Ikan Mas Garang Asam	12	8	10	9	14	9
Jambal Goreng	606	540	696	516	594	498
<b>Ayam</b>						
Ayam Goreng	3.324	2.970	2.952	2.142	2.634	3.096
Ayam Bakar	4.218	3.612	3.522	2.520	3.282	3.114
Ayam Geprek Goreng	780	798	678	954	714	618
Ayam Geprek Bakar	580	602	589	595	601	596
Pepes Ayam	140	128	118	127	129	125
Sate Ayam	4.290	3.888	3.966	2.988	3.894	4.242
Ati Ampela Goreng	185	198	190	201	197	193
Ati Ampela Bakar	33	26	22	28	37	29
<b>Hidangan Laut</b>						
Udang Goreng	11	6	8	7	10	8
Udang Bakar	293	285	296	305	300	301
Udang Goreng Tepung	372	335	359	383	379	375
Udang Goreng Mentega	744	1.002	894	666	594	882
Cumi Goreng	4	6	4	7	9	6
Cumi Bakar	205	211	223	206	211	216
Cumi Goreng Tepung	2.622	2.730	2.562	2.202	2.976	3.294
Cumi Goreng Mentega	127	121	132	139	144	138
<b>Nasi</b>						
Nasi Goreng	1.344	666	1.044	1.314	1.374	1.152
<b>Sayuran</b>						
Karedok	5.634	5.520	4.848	5.244	5.472	5.958

Lotek	468	696	468	558	312	570
Urab Sayuran	564	498	642	630	438	576
Tumis Toge Babat	119	108	126	139	120	122
Tumis Toge Jambal	2.850	2.940	3.174	2.892	3.360	3.696
Tumis Toge Tahu	810	1.074	894	996	894	894
Tumis Kangkung	2.694	2.448	2.640	2.256	2.550	2.970
Tumis Lember	78	85	88	79	82	82
Lalab Sambal	924	1.026	846	1.038	1.368	1.122
Cobek Genjer	618	402	408	648	420	390
Pepes Tahu	378	396	462	462	444	522
Tahu/tempe Goreng	5.772	3.432	3.312	3.528	4.074	4.608
Tahu Goreng Tepung	444	546	534	546	522	642
Tempe Goreng Tepung	480	498	468	480	438	432
Semur Jengkol	348	336	300	342	732	828
Jengkol Goreng	104	99	108	115	110	109
Pete Goreng	324	366	366	372	360	270
Pete Bakar	378	342	336	384	348	402
Pepes Jamur	948	618	402	408	546	846
Pete Telor	378	306	366	312	282	282
Tahu Telor	2.370	2.586	2.262	2.190	2.622	2.790
Pencok Kacang	354	294	234	276	-258	258
Pencok Leunca	19	16	22	27	33	24
Ulukuteuk Leunca	306	385	390	522	306	426
Emping Goreng	252	498	504	252	492	492
<b>Sambal</b>						
Sambal Tempe						2.088
Sambal Tempe Terasi	3.660	3.948	3.552	3.462	3.906	5.040
Sambal Oncom	210	234	254	227	210	336
Sambal Mentah	2.874	2.808	2.352	2.616	2.502	3.264
Sambal Tomat	534	480	714	378	768	522
Sambal Gandaria	384	384	396	384	414	354
Sambal manga	1.740	1.752	1.608	1.578	1.860	1.560
<b>Hidangan Penutup</b>						
Biji Salak	450	516	462	456	420	234

Rujak Serut	432	432	462	564	594	636
Pisang Goreng	438	468	636	390	408	558
Colenak	516	726	528	732	852	966
<b>TOTAL</b>	85.794	81.548	79.619	74.281	86.377	91.885

Sumber : pra penelitian di restoran dapur sunda 2012

Berdasarkan data penjualan seperti tabel 1.1 di atas kemudian penulis mengelompokkan kedalam beberapa kelas menu *engineering* yaitu *stars*, *plowhorse*, *puzzle* dan *dog*. Setelah dihitung muncul beberapa menu yang masuk kedalam kategori menu *unpopular* yaitu menu *dog* seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2

Tabel Pengklafikasian Menu *Dog*

nama menu	<i>MM %</i> <i>category</i>	<i>CM</i> <i>Category</i>	klasifikasi menu
Usus Goreng	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>Dog</i>
Jambal Goreng	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>Dog</i>
Ati Ampela Goreng	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Ati Ampela Bakar	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Lotek	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Urab Sayuran	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Tumis Toge Babat	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Lalab Sambal	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Cobek Genjer	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Pepes Tahu	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Tahu Goreng Tepung	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Tempe Goreng Tepung	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Semur Jengkol	<i>Low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Jengkol Goreng	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Pete Goreng	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Pete Bakar	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Pepes Jamur	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Pete Telor	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Pencok Kacang	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Pencok Leunca	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Ulukuteuk Leunca	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Emping Goreng	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Sambal Tempe	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Sambal Oncom	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Sambal Tomat	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Sambal Gandaria	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Biji Salak	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Rujak Serut	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
Pisang Goreng	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>

Colenak	<i>low</i>	<i>Low</i>	<i>dog</i>
---------	------------	------------	------------

Sumber : pra penelitian di restoran dapur sunda 2012

Dari tabel 1.2 kita bisa melihat ada 30 jenis menu atau sekitar 37% yang termasuk kategori *dog* dari 81 menu yang ditawarkan. Cukup banyaknya menu yang masuk kedalam golongan menu *unpopular* dan berdasarkan fenomena penjualan menu *engginering* di atas penulis tertarik untuk membahas dan meneliti menu *engginering* dengan judul **“ANALISIS PERBAIKAN MENU UNPOPULAR DI RESTORAN DAPUR SUNDA DI KOTA JAKARTA”**

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode studi literatur, survey dan deskriptif analitik. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu rasa, aroma dan penampilan.

Metode yang digunakan yaitu statistik deskriptif analitik dimana studi literatur, dan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

Tahapan dalam penelitian ini yaitu:

- Menu *Engineering*
- Karakteristik organoleptik
- Kuisisioner tentang rasa, aroma dan penampilan
- Survey pengujian
- Kesimpulan
- Rekomendasi perbaikan menu

Populasi pada penelitian ini berjumlah 3000 konsumen per bulan di restoran Dapur Sunda di kota Jakarta

## **OPERASIONAL VARIABEL**

### **A. Rasa**

Kualitas empat rasa dasar dipengaruhi oleh konsentrasinya. Rasa manis pada gula akan bertambah apabila konsentrasi gula semakin tinggi tetapi sampai konsentrasi tertentu rasa enak yang ditimbulkannya akan menurun. Begitu pula pada ketiga rasa yang lain.

Umumnya bahan pangan tidak hanya terdiri dari salah satu rasa, tetapi merupakan gabungan berbagai macam rasa secara terpadu sehingga menimbulkan cita rasa yang utuh. Kecuali itu rasa suatu bahan pangan merupakan hasil kerjasama indera – indera yang lain. Indera penglihatan, pembauan, pandangan dan perabaan ikut berperan dalam pengamatan rasa bahan pangan.

Sel penerima rasa terletak pada *papila fungifore* (berbentuk seperti jarum) dan berada di bagian ujung dan tengah lidah bagian atas dan *papila sirkumvalat* di bagian belakang lidah. Dalam seluruh *papila* terdapat kuncup rasa dimana bila terangsang akan meneruskan ransangan tersebut ke otak.

Dalam hal kepekaan rasa, maka rasa manis dapat mudah dirasakan pada ujung lidah, rasa asin pada ujung dan pinggir lidah, rasa asam pada pinggir lidah dan rasa pahit pada bagian belakang lidah.

Selain adanya pengaruh dari konsentrasi, hal lain yang berpengaruh pada keempat rasa pokok adalah :

- 1) Suhu
- 2) Medium raasa yang dipakai
- 3) Adaptasi
- 4) Interaksi beberapa macam rasa

### **B. Aroma**

bau-bauan atau aroma dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat diamati dengan indera pembau. Untuk dapat menghasilkan bau, zat –zat bau harus dapat menguap, sedikit larut dalam air dan sedikit dapat larut dalam lemak.

Di dalam industri pangan pengujian terhadap bau di anggap penting karena dengan cepat dapat memberikan hasil penilaian terhadap produk tentang diterima atau tidaknya produk tersebut. Kecuali itu bau dapat dipakai juga sebagai suatu indikator terjadinya kerusakan pada produk.

Misalnya akibat cara pengemasan atau cara penyimpanan yang kurang baik. Namun demikian dengan bau-bauan ini timbul dunia usaha baru berupa produksi *masking agent* misalnya permen yang dapat menutup bau bawang, rokok, dan lain lain. Dalam pengujian inderawi bau lebih kompleks daripada rasa. Bau atau aroma dan suatu produk dapat diamati baik dengan cara membau maupun dengan merasakan

Zat yang menghasilkan bau sering lebih kuat diamati dengan merasakan daripada dengan membau. Ada dua cara dalam mengamati bau :

- 1) lewat indera pembau, dimana ransangan akan diterima oleh *regio alfactoria* yaitu suatu bagian pada bagian atas rongga hidung.
- 2) Lewat mulut terutama bagi mereka yang sukar mengamati lewat hidung

### **C. Penampilan**

sifat penglihatan atau penampilan merupakan sifat pertama yang diamati oleh konsumen sedangkan sifat – sifat yang lain akan dinilai kemudian.

Pada bahan pangan yang berada dalam suatu kemasan, maka kemasan dan label merupakan suatu hal yang penting sebagai pendukung kenampakan produk. Termasuk dalam sifat penglihatan ini adalah :

- 1) Warna dan kilap
- 2) Viskositas
- 3) Ukuran dan bentuk
- 4) Sifat kelainan bahan

## **HASIL PEMBAHASAN**

Saat ini restoran sunda di kota Jakarta cukup mengalami peningkatan yang pesat ini dapat dilihat dari semakin banyaknya restoran restoran baru yang menyajikan makanan khas sunda. Sehingga membuat restoran dapur sunda harus melakukan perbaikan menu agar dapat tetap bersaing dengan restoran yang baru

Konsumen pun dewasa ini cukup banyak yang memilih restoran yang menyajikan menu sunda karena rasa dan aroma yang menggugah selera sehingga cukup potensial untuk terus dikembangkan ditengah banyaknya restoran yang menyajikan masakan dari luar negeri

Menu masakan khas sunda cukup beragam sehingga membuat para konsumen meminati makanan khas sunda karena cukup bervariasi menu yang ditawarkannya

Berdasarkan penelitian konsumen Restaurant Dapur Sunda didominasi oleh laki-laki, dengan rata-rata usia 21 – 40 tahun, latar pendidikan S-1, status pekerjaan mahasiswa, PNS, pegawai swasta, dan rata-rata penghasilan mereka 2,5 – 5 juta rupiah.

Dari hasil perhitungan tabel menu engineering di atas terdapat 12 menu berkategori *stars*, 25 menu berkategori *puzzle*, 13 menu berkategori *plowhorse*, dan 30 menu berkategori *dog*. Dengan *average contribution marginnya* (ACM) senilai Rp. 13.633,55 dengan *index parsial menu mixnya* (MM%) yaitu 0,86%.

Dalam kategori sop, menu yang terpopuler ialah sop ikan gurame, soto bandung dan sop buntut. Dalam kategori ikan, menu yang terpopuler ialah gurame goreng, gurame bakar, gurame bakar cobek. Dalam kategori ayam menu yang terpopuler adalah ayam goreng, ayam bakar, ayam geprek goreng. Dalam kategori hidangan laut menu yang terpopuler adalah udang goreng mentega, cumi goreng tepung. Dalam kategori nasi menu yang terpopuler ialah nasi goreng.

Dalam kategori sapi menu yang *unpopular* adalah usus goreng. Dalam kategori ikan menu yang *unpopular* adalah jambal goreng. Dalam kategori ayam, menu yang *unpopular* adalah ati ampela goreng, ati ampela bakar. Dalam kategori sayuran, menu yang *unpopular* adalah lotek, urab sayuran, tumis toge babat, lalab sambal, cobek genjer, pepes tahu, tahu goreng tepung, tempe goreng tepung, semur jengkol, jengkol goreng, pete goreng, pete bakar, pepes jamur, pete telur, pencok kacang, pencok leunca, ulukuteuk leunca, emping goreng. Dalam kategori sambal, menu yang *unpopular* adalah sambal tempe, sambal oncom, sambal tomat, sambal gandaria. Dalam kategori hidangan penutup, menu yang termasuk *unpopular* adalah biji salak, rujak serut, pisang goreng dan colenak.

Dalam kategori ikan menu yang klasifikasinya sangat populer yaitu menu gurame goreng, gurame baka dan gurame bakar cobek. Dalam kategori ayam menu yang klasifikasinya *stars* atau menu populer yaitu ayam goreng, ayam bakar dan ayam geprek goreng, menu yang klasifikasinya *dog* atau menu *unpopular* yaitu ati ampela goreng dan ati ampela bakar.

Di kategori hidangan laut tidak ada kategori menu yang *unpopular* tetapi terdapat menu yang klasifikasinya *stars* atau menu populer yaitu udang goreng mentega dan cumi goreng tepung. Di kategori nasi semuanya termasuk menu yang populer.

Di kategori sayuran tidak ada menu yang klasifikasinya *stars* atau populer sedangkan yang kategorinya *dog* atau menu *unpopular* cukup banyak yaitu lotek, urab sayuran, tumis toge babat, lalab sambal, cobek genjer, pepes tahu, tahu goreng tepung, tempe goreng tepung, semur jengkol, jengkol goreng, pete goreng, pete bakar, pepes jamur, pete telur, pencok kacang, pencok leunca, ulukuteuk leunca dan emping goreng.

Dalam kategori sambal juga tidak terdapat menu yang kategorinya *stars* atau menu populer dan yang klasifikasinya *dog* atau menu *unpopular* yaitu sambal tempe, sambal oncom, sambal tomat dan sambal gandaria. Di kategori hidangan penutup

semua menunya klasifikasinya *dog* atau menu unpopular yaitu biji salak, rujak serut, pisang goreng dan colenak.

Menu yang memiliki *miller matrix* yang bagus adalah karedok dan gurame goreng, sedangkan menu yang memiliki *miller matrix* yang rendah atau jelek adalah ikan mas goreng, ikan mas bakar.

Menu yang menguntungkan adalah sop ikan gurame dan gurame goreng dan menu yang tidak menguntungkan adalah pencok leunca dan ati ampela bakar.

Menu yang menguntungkan dalam *cost margin analysis* adalah sop ikan gurame dan menu yang tidak menguntungkan dalam *cost margin analysis* adalah pepes tahu.

Menu yang menguntungkan dalam *food cost* terhadap *item number sold* adalah ayam goreng, ayam bakar, sate ayam, karedok, sambal tempe terasi, empal goreng, tahu dan tempe goreng, sedangkan menu yang tidak menguntungkan dalam *food cost* terhadap *item number sold* adalah sop ikan mas.

Bahwa konsumen rata – rata tidak mengetahui menu tersebut baik secara pengetahuan maupun pernah mencoba hal ini dibuktikan dengan :

- a) Hanya 33% atau 10 menu dari 30 menu *unpopular* hasil penelitian terhadap konsumen yang diketahui oleh responden atau konsumen restoran dapur sunda.
- b) Hanya 16,67% atau 5 menu dari 30 menu *unpopular* yang pernah dikonsumsi oleh responden atau konsumen restoran dapur sunda.

Berdasarkan hal ini maka untuk menaikkan atau memperbaiki menu *unpopular* yang ada di restoran dapur sunda salah satunya dengan cara

- a) Melakukan promosi secara intensif terhadap menu – menu *unpopular* yang kurang diketahui oleh para konsumen restoran dapur sunda.
- b) Mengganti atau menghilangkan menu – menu *unpopular* yang kurang diminati oleh para konsumen restoran dapur sunda.
- c) Mempaketkan menu *unpopular* yang jarang dipesan oleh konsumen restoran dapur sunda dengan menu populer.
- d) Membuat kartu menu *unpopular* yang dilengkapi dengan gambar agar para konsumen tertarik untuk membeli menu *unpopular* tersebut.

Berdasarkan penelitian organoleptik, maka jawaban panelis terbesar peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

- a) Dari segi rasa 33,98% yang memilih rasa dari menu *unpopular* biasa dan 27,29% yang memilih rasa dari menu *unpopular* enak, ini membuktikan bahwa tidak ada masalah dalam hal rasa.
- b) Dari segi aroma 30,89% yang memilih aroma dari menu *unpopular* biasa dan 27,30% yang memilih aroma dari menu *unpopular* menggugah selera, ini membuktikan bahwa tidak ada masalah dari hal aroma.
- c) Dari segi penampilan 37,44% yang memilih penampilan dari menu *unpopular* biasa dan 22,43% yang memilih penampilan dari menu *unpopular* menarik, ini membuktikan bahwa tidak ada masalah dari hal penampilan.

Sehingga dapat disimpulkan dari segi organoleptik bahwa tidak ada masalah dalam hal bahan baku menu tersebut, pengolahan makanan dari menu tersebut, *plating* dari menu tersebut sehingga kualitas produk yang ada di restoran dapur

sunda secara keseluruhan memuaskan para konsumen restoran dapur sunda berdasarkan organoleptik menu.

Berdasarkan uji beda statistik (*Least significant difference*) pada taraf nyata 95 % maka, analisis susunan menu perbulan pada penjualan berdasarkan volume penjualan, *food cost*, *menu mix*, dan *contribution margin*, menunjukkan tidak berbeda nyata atau sama. Hal ini menunjukkan bahwa secara penjualan sama tiap bulannya, tetapi berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, secara umum mereka menyatakan bahwa menu monoton secara perubahannya, sehingga konsumen tidak berpolemik tentang minat menu ketika waktu pemesanan menu. Hal ini bisa menjadi petunjuk baru dalam hal perbaikan menu unpopular dengan cara melakukan promosi, contohnya.

- a. Melakukan perubahan menu secara statis misalnya bulan ke 1, melakukan promosi menu a, b, c dan bulan berikutnya menu yang lain secara bergantian. Hal ini dilakukan jika pengelola dan pemilik melakukan pencitraan usaha melalui menu yang tetap.
- b. Jika pengelola dan pemilik ingin melakukan perubahan pencitraan usaha, maka perubahan menu dapat dilakukan secara dinamis berdasarkan hukum permintaan, citra usaha, volume penjualan, keuntungan perusahaan, event berkelanjutan dan lain lain.
- c. Melakukan promosi berupa foto *plating* menu yg bergantian setiap waktu perperiodik, sehingga memunculkan kesan penampilan menu yang terus berbeda.
- d. Untuk melakukan pemunculan baru diikuti dengan sosialisasi menu tiap bulan.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa tentang pengetahuan konsumen terhadap menu *unpopular* yang ada di restoran dapur sunda dan tentang karakteristik organoleptik konsumen terhadap menu *unpopular* dapat diketahui bahwa :

- a) Apabila menu tersebut klasifikasinya *unpopular*, kemudian konsumen tahu atau pernah mengkonsumsi dan dinyatakan tidak enak berdasarkan organoleptiknya (rasa, aroma dan penampilan) maka menu tersebut harus dihilangkan menu tersebut yaitu : pete bakar.
- b) Apabila menu tersebut klasifikasinya *unpopular* tetapi konsumen tidak tahu ada menu tersebut atau konsumen tersebut belum pernah mengkonsumsinya maka harus dilakukan promosi yang lebih sering menu tersebut yaitu : pete telur, pencok kacang, pencok leunca dan colenak.
- c) Apabila menu tersebut *unpopular* kemudian konsumen mengetahui menu tersebut tetapi tidak mengetahui tentang organoleptiknya (rasa, aroma dan penampilan) maka pihak restoran sebaiknya melakukan sampel atau di bagi gratis agar konsumen mengetahuinya menu tersebut yaitu : semur jengkol dan pepes jamur.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan oleh penulis, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis menu tiap bulanya ada yang mengalami perbedaan signifikan ada yang tidak mengalami perbedaan tidak signifikan ini berarti tiap bulan bulan tertentu ada menu yang harus di utamakan dan ada menu yang harus digantikan terlebih dahulu.
2. Berdasarkan hasil penelitian menu *unpopular* dalam segi rasa tidak ada masalah dikarenakan kebanyakan konsumen menyukai rasa dari makanan tersebut dengan menu yang paling banyak disukai adalah jengkol goreng.
3. Berdasarkan hasil penelitian menu *unpopular* dalam segi aroma tidak ada masalah dikarenakan kebanyakan konsumen menyukai aroma dari makanan tersebut dengan menu yang paling banyak disukai adalah pisang goreng.
4. Berdasarkan hasil penelitian menu *unpopular* dalam segi penampilan tidak ada masalah dikarenakan kebanyakan konsumen menyukai penampilan dari makanan tersebut dengan menu yang paling banyak disukai adalah lalab sambal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Baridwan Zaky (2004), Sistem Informasi Akuntansi, (Yogyakarta : Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi – Universitas Gajah Mada)
- Bartono PH,SE. (2005), Analisis Food Product, (Yogyakarta : ANDI).
- Bartanto dan Al Barry, Kamus Ilmiah Populer, (Surabaya: Arkola, 1994).
- Eugen Pauli (1980), *Classical Cooking The Modern Way*, (London).
- Gasperz (1994), Metode Perancangan Percobaan Untuk Ilmu – ilmu pertanian Teknik Dan Biologi, (Bandung : Armiko).
- Hubert E.Visick dan Peter Van Kleek (1974), *MenuPlanning*, (*United State of America* : McGraw-Hill,Inc).
- Kardigantara Suseno (1990), *Rekayasa menu*, (STPB).
- Kotas Richard dan Davis Bernard(1973)*Food Cost Control*.(Aylesbury, Bucks, England :Intertext Books)
- Marom Chairul (2002), Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang, (Jakarta : Grasindo)
- Melliong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Posda Karya, 2004),
- Mulyadi (2005). *Akuntansi Biaya*, edisi ke-6. (Yogyakarta: STIE YKPN).
- Nazir, M (2005). Metode Penelitian,(Bogor : Ghalia Indonesia).
- Ninemeir.Jack.D. (1991) *Planning and Control for Food and Beverage Management*.
- Sarah R. Labensky dan Alan M. Hause (1995), *On Cooking*, (*New Jersey : Prentice-Hall,Inc*).
- Simamora Henry (2002), Akuntansi Manajemen, (Jakarta: UPP AMP YKPN)
- Subiyanto Ibnu, Metodologi Penelitian Manajemen dan Akuntansi, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2000).
- Sudjana. (1996) metode statistik, (Bandung : Tarsito).
- Soemarso (1983), Akuntansi Suatu Pengantar, (Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi – Universitas Indonesia)
- Soewarno TS (1985), Penilaian Organoleptik untuk industri pangan dan hasil pertanian, (Jakarta : Bhatara Karya Aksara).
- Sugiyono.(2011). Statistika untuk penelitian.Bandung : CV Alfabeta.

- Paul R. Dittmer dan J.Desmond Keefe III (2006), *Principles of Food Beverage and Labor Cost Control*, (New Jersey : John Wiley & Sons,Inc).
- Wa, Marsun. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. (Yogyakarta : Andy).
- Wardiyanta (2010) *Metode Penelitian Pariwisata*, (yogyakarta : Andy).
- Wilkie Susan (2008), *get more Costumer Make More Money By The Menu Engginering Approach*, (wilkie Enterprise And Corporation and The National Assosiation Of College And University Food Service).
- Wiyasha I.B.M (2011), *F & B Cost Control*, (yogyakarta : Andy).