

## EVALUASI MENU A'LA CARTE BERBASIS MENU ENGINEERING PADA THE LOUNGE & BAR DI HOTEL CIPUTRA WORLD SURABAYA

Adinda Maulita Salsabilla<sup>1</sup>, Niken Purwidiani<sup>2</sup>, Asrul Bahar<sup>3</sup>,  
Ita Fatkhur Romadhoni<sup>4</sup>

<sup>1, 2, 3, 4</sup>Universitas Negeri Surabaya, Jl. Ketintang, Ketintang, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

Email: [adindamaulita.21002@mhs.unesa.ac.id](mailto:adindamaulita.21002@mhs.unesa.ac.id)

---

### Article History

Received: 21-06-2025

Revision: 30-06-2025

Accepted: 02-07-2025

Published: 04-07-2025

**Abstract.** Menu Evaluation aims to evaluate the performance of the a'la carte menu at The Lounge & Bar, Hotel Ciputra World Surabaya, utilizing the menu engineering approach. The analysis encompasses 60 food items and 93 beverage items over the period from July to September 2024. Menu engineering is a data-driven method that assesses each menu item's popularity and profitability, facilitating strategic decisions regarding menu optimization. Employing a quantitative descriptive methodology, data were collected through direct observation, interviews with restaurant management, and sales data analysis. Each menu item was classified into one of four categories: Star, High popularity and high profitability. Plowhorse, High popularity but low profitability. Puzzle, Low popularity but high profitability. Dog, Low popularity and low profitability. The analysis revealed that items such as french fries and nasi goreng nusantara fall into the Star category, indicating both high sales and profit margins. Dishes duck spring roll and oxtail soup are categorized as Puzzle, suggesting they are profitable but not popular. calamari rings and chicken wings are identified as Plowhorse, being popular yet yielding lower profits. Conversely, fried platter and onion rings are classified as Dog, reflecting low sales and profitability.

**Keywords:** Menu Engineering, A' la Carte, Menu Evaluation, The Lounge, Hotel Ciputra World Surabaya

**Abstrak.** Evaluasi Menu bertujuan untuk mengevaluasi kinerja menu *a'la carte* di *The Lounge & Bar*, Hotel Ciputra World Surabaya, dengan menggunakan pendekatan menu engineering. Analisis dilakukan terhadap 60 item menu makanan dan 93 item menu minuman selama periode Juli hingga September 2024. Menu *engineering* merupakan metode analisis yang mengkaji performa setiap item menu berdasarkan popularitas dan kontribusi profitabilitasnya, sehingga dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan strategis terkait pengembangan dan penghapusan menu. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara dengan manajemen restoran, serta analisis data penjualan selama periode tertentu. Setiap item menu diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama: *star* (tinggi popularitas dan profit), *plowhorse* (tinggi popularitas, rendah profit), *puzzle* (rendah popularitas, tinggi profit), dan *dog* (rendah popularitas dan profit). Hasil analisis menunjukkan bahwa beberapa menu termasuk dalam kategori *star*, seperti *french fries* dan nasi goreng nusantara, yang memiliki tingkat popularitas dan profitabilitas tinggi. Menu seperti *duck spring roll* dan soup buntut masuk dalam kategori *puzzle*, menunjukkan profitabilitas tinggi namun kurang populer. *calamari rings* dan *chicken wings* tergolong dalam kategori *plowhorse*, dengan popularitas tinggi namun profitabilitas rendah. Sementara itu, *fried platter* dan *onion rings* termasuk dalam kategori *dog*, dengan popularitas dan profitabilitas rendah.

**Kata Kunci:** Menu Engineering, A'la Carte, Evaluasi Menu, The Lounge, Hotel Ciputra World Surabaya

---

**How to Cite:** Salsabilla, A. M., Purwidiani, N., Bahar, A., & Romadhoni, I. F. (2025). Evaluasi Menu *A'la Carte* Berbasis *Menu Engineering* Pada The Lounge & Bar Di Hotel Ciputra World Surabaya. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6 (4), 4958-4963. <http://doi.org/10.54373/imeij.v6i4.3547>

---

## PENDAHULUAN

Industri perhotelan dan restoran terus berkembang pesat, khususnya dalam aspek pelayanan makanan dan minuman. Menu tidak hanya berfungsi sebagai daftar makanan, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang memengaruhi keputusan pembelian dan profitabilitas. Berdasarkan hasil Magang Riset di *The Lounge & Bar*, Hotel Ciputra World Surabaya, ditemukan adanya penurunan penjualan sebesar 30% pada tahun 2024. Hal ini mendorong manajemen untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap *menu a'la carte*.

Menu *a'la carte* memungkinkan pelanggan memilih hidangan secara individual, namun tidak semua menu memiliki tingkat penjualan dan profitabilitas yang seimbang. Beberapa menu populer justru kurang menguntungkan, dan sebaliknya. Untuk mengatasi hal tersebut, dibutuhkan metode evaluasi yang sistematis, salah satunya adalah *menu engineering* sebuah teknik yang mengklasifikasikan menu berdasarkan popularitas dan kontribusi keuntungan menjadi empat kategori: *Stars*, *Plowhorses*, *Puzzles*, dan *Dogs*.

*The Lounge & Bar* sebagai fasilitas santai dalam hotel memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan melalui optimalisasi menu. Oleh karena itu, penerapan menu engineering diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai performa setiap item menu, sehingga manajemen dapat menentukan strategi yang tepat untuk mempertahankan, memperbaiki, atau menghapus menu tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi performa *menu a'la carte* di *The Lounge & Bar* serta merumuskan strategi peningkatan penjualan dan profitabilitas berbasis menu engineering.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang dilakukan di *The Lounge & Bar*, Hotel Ciputra World Surabaya. Data yang dikumpulkan meliputi 60 menu makanan dan 93 minuman yang dianalisis dari penjualan selama periode Juli–September 2024. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan *Executive Chef*, *Sous Chef* dan *Restaurant Manager*, serta analisis data dokumen seperti daftar menu, *food cost*, dan *sales history*. Analisis dilakukan dengan pendekatan menu engineering yang mengklasifikasikan menu ke dalam empat kategori: *Star*, *Plowhorse*, *Puzzle*, dan *Dog*, berdasarkan indikator *Menu Mix* dan *Contribution Margin*.

## HASIL

Berdasarkan hasil evaluasi menu a'la carte menggunakan pendekatan menu engineering di The Lounge & Bar Hotel Ciputra World Surabaya, dilakukan analisis terhadap 60 item menu makanan dan 93 item menu minuman selama periode Juli hingga September 2024, melalui metode observasi langsung, wawancara dengan manajemen restoran (Executive Chef dan Restaurant & Bar Manager), serta analisis dokumen internal seperti food cost dan riwayat penjualan. Evaluasi ini mengacu pada dua dimensi utama, yaitu tingkat popularitas (jumlah pemesanan) dan kontribusi profitabilitas tiap menu.

Dalam metode *menu engineering*, menu diklasifikasikan ke dalam empat kategori, yaitu: *Star*, yaitu menu yang memiliki tingkat penjualan dan margin keuntungan tinggi, *Plowhorse*, yaitu menu yang laris namun kurang menguntungkan, *Puzzle*, yaitu menu yang kurang populer namun memiliki margin keuntungan tinggi, serta *Dog*, yaitu menu yang tidak laku dan tidak menguntungkan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa *French Fries* dan Nasi Goreng Nusantara termasuk dalam kategori *Star* karena memiliki performa baik dari segi popularitas dan margin. Sementara itu, *Chicken Wings* dan *Calamari Rings* termasuk *Plowhorse* karena sering dipesan tetapi memberikan kontribusi margin rendah. *Duck Spring Roll* dan *Oxtail Soup* masuk kategori *Puzzle*, karena meskipun tidak banyak dipesan, mereka menghasilkan margin tinggi. Adapun *Fried Platter* dan *Onion Rings* tergolong *Dog* dan menjadi kandidat utama untuk dihapus dari menu.

Menu minuman dengan tingkat pemesanan tertinggi selama periode evaluasi antara lain adalah *Bintang Beer Small* (229 pesanan), *Heineken 330 ML* (222 pesanan), dan *Aqua Reflection* (173 pesanan). Menu minuman lainnya seperti *Coffee Latte* dan *Fresh Juice Avocado* juga masuk dalam lima besar, dengan masing-masing margin kontribusi berkisar antara 12% hingga 24%. Berdasarkan hasil ini, strategi pengelolaan menu dapat diarahkan sebagai berikut: mempertahankan menu dengan performa baik, memodifikasi menu yang tidak menguntungkan namun populer, mempromosikan menu dengan potensi keuntungan tinggi namun belum populer, serta menghapus menu yang merugikan.

Evaluasi juga menunjukkan adanya perbedaan perilaku konsumen berdasarkan waktu. Pemesanan meningkat signifikan sebesar 35–50% saat akhir pekan, terutama untuk menu utama seperti *Nasi Ulam Ayam*, *Iga Bakar Kecap*, dan *Oxtail Sup*. Sedangkan pada hari kerja, tamu lebih banyak memesan menu ringan dan minuman, karena didominasi oleh pelanggan bisnis. Oleh karena itu, waktu evaluasi menu sebaiknya dilakukan setiap enam bulan sekali atau ketika terjadi perubahan signifikan pada pola penjualan, tren konsumen, maupun kenaikan harga bahan baku.

Hasil ini diperkuat oleh teori dari Kasavana & Smith (2019) yang menyatakan bahwa evaluasi menu harus dilakukan secara rutin untuk mempertahankan daya saing. Selain itu, menurut Davis et al. (2018) dan Walker (2017, 2018), evaluasi menu juga dipengaruhi oleh segmentasi pasar dan perilaku konsumen yang berubah-ubah. Oleh karena itu, evaluasi berbasis data seperti yang dilakukan pada penelitian ini sangat penting sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis bagi pihak manajemen restoran.

## **DISKUSI**

Hasil analisis menu à la carte menunjukkan variasi kinerja menu berdasarkan tingkat popularitas dan kontribusi terhadap keuntungan. Kategori *Star* mencakup menu yang memiliki popularitas tinggi dan profitabilitas yang besar, seperti *French Fries* dan *Nasi Goreng Nusantara*. Menu-menu ini tidak hanya menjadi favorit konsumen lokal dan internasional, tetapi juga memberikan margin keuntungan yang signifikan bagi restoran. Faktor seperti rasa yang akrab di lidah masyarakat, penyajian yang menarik, serta kemudahan dalam konsumsi menjadi alasan utama keberhasilan menu-menu dalam kategori ini. Selanjutnya, kategori *Plowhorse*, seperti *Calamari Rings* dan *Chicken Wings*, memperlihatkan tingkat penjualan yang tinggi namun memiliki kontribusi keuntungan yang rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun menu ini digemari, harga jual atau efisiensi biaya bahan bakunya perlu dievaluasi agar memberikan kontribusi yang lebih optimal terhadap pendapatan.

Kategori *Puzzle*, seperti *Duck Spring Roll* dan *Oxtail Sup*, memiliki margin keuntungan tinggi tetapi tingkat popularitas yang rendah. Rendahnya frekuensi pemesanan kemungkinan disebabkan oleh kurangnya promosi atau preferensi pasar yang belum terbentuk. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang lebih kuat atau penyempurnaan dalam penyajian dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik menu-menu ini. Kategori terakhir, yaitu *Dog*, seperti *Fried Platter* dan *Onion Rings*, memiliki popularitas serta kontribusi keuntungan yang rendah. Menu dalam kategori ini menjadi kandidat utama untuk dipertimbangkan penghapusannya atau dimodifikasi secara signifikan agar menjadi lebih relevan dengan preferensi pasar.

Melalui diskusi ini, dapat disimpulkan bahwa pendekatan menu engineering sangat membantu manajemen restoran dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan portofolio menu yang dimiliki. Evaluasi berbasis data memberikan dasar rasional dalam pengambilan keputusan strategis, mulai dari mempertahankan menu unggulan, mengembangkan potensi produk yang belum maksimal, hingga mengeliminasi menu yang tidak efektif. Secara umum, hasil diskusi ini menekankan pentingnya keseimbangan antara aspek operasional (seperti biaya

dan keuntungan) dan aspek pemasaran (seperti promosi dan persepsi pelanggan), agar menu yang ditawarkan tidak hanya menguntungkan tetapi juga sesuai dengan ekspektasi konsume

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi *menu a'la carte* di *The Lounge & Bar*, Hotel Ciputra World Surabaya, dapat disimpulkan bahwa penerapan metode *menu engineering* memberikan hasil yang signifikan dalam mengelompokkan performa menu menjadi empat kategori utama: *Star*, *Plow Horse*, *Puzzle*, dan *Dog*. Menu seperti *French Fries* dan *Nasi Goreng Nusantara* termasuk kategori *Star* karena memiliki tingkat penjualan dan keuntungan yang tinggi, sehingga perlu terus dipertahankan dan dipromosikan secara aktif. Menu *Calamari Rings* dan *Chicken Wings* termasuk dalam kategori *Plow Horse* karena walau populer, namun memberikan margin keuntungan yang rendah akibat penggunaan bahan premium. Sementara itu, *Duck Spring Roll* dan *Oxtail Soup* termasuk dalam kategori *Puzzle*, yang memiliki profitabilitas tinggi namun tingkat pemesanan rendah, sehingga perlu strategi pemasaran yang lebih kreatif. Adapun menu seperti *Fried Platter* dan *Onion Ring* masuk kategori *Dog*, yang memiliki performa terendah dan disarankan untuk dievaluasi ulang atau dihapus dari daftar menu. Tahapan evaluasi yang diterapkan meliputi pengumpulan data penjualan dan HPP (harga pokok penjualan), perhitungan kontribusi keuntungan, dan analisis indeks popularitas. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan *menu engineering* efektif dalam membantu manajemen restoran mengambil keputusan strategis untuk meningkatkan profitabilitas dan kepuasan pelanggan.

## REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis menu *à la carte* menggunakan pendekatan *menu engineering*, diperoleh sejumlah rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh pihak manajemen restoran. Pertama, menu yang termasuk dalam kategori *Star*, seperti *French Fries* dan *Nasi Goreng Nusantara*, sebaiknya dipertahankan dan dipromosikan secara konsisten, karena memiliki popularitas tinggi serta kontribusi margin keuntungan yang besar. Menu-menu ini dapat dijadikan ikon restoran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat citra merek.

Kedua, menu dalam kategori *Plowhorse* seperti *Calamari Rings* dan *Chicken Wings* perlu dilakukan evaluasi ulang terkait efisiensi biaya, porsi penyajian, atau strategi harga. Meskipun populer, margin keuntungannya rendah. Oleh karena itu, penyesuaian ukuran porsi atau peningkatan harga yang wajar dapat diterapkan untuk meningkatkan profitabilitasnya tanpa

mengorbankan minat pelanggan. Ketiga, menu *Puzzle* seperti *Duck Spring Roll* dan *Soup Buntut* memiliki potensi keuntungan tinggi namun masih kurang diminati. Rekomendasi terhadap kategori ini adalah meningkatkan upaya promosi, seperti menambahkan label “Chef’s Recommendation” pada menu, menciptakan visual yang menarik, serta pelatihan staf untuk melakukan promosi verbal atau *suggestive selling*. Strategi ini terbukti efektif meningkatkan penjualan hingga 15–20% menurut beberapa literatur manajemen restoran.

Keempat, untuk menu kategori *Dog*, seperti *Fried Platter* dan *Onion Rings*, yang memiliki tingkat pemesanan dan margin rendah, direkomendasikan untuk dihapus dari daftar menu atau diganti dengan alternatif baru yang lebih sesuai dengan tren dan selera pasar saat ini. Hal ini penting untuk menjaga efisiensi operasional dan menghindari pemborosan bahan baku. Terakhir, proses evaluasi menu sebaiknya dilakukan secara berkala, minimal setiap enam bulan, atau ketika terjadi perubahan signifikan dalam tren konsumen, biaya bahan baku, dan kondisi persaingan. Evaluasi yang rutin akan membantu memastikan bahwa menu yang ditawarkan tetap relevan, menguntungkan, dan mampu memberikan pengalaman makan terbaik bagi pelanggan.

## REFERENSI

- Aprilianti, A., Ramadhani, A. D., Mulyadi, A., Erlangga, A., Dealova, D., & Rizkyanfi, M. W. (2025). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Penyusunan Surat Menyurat dan Dampak Terhadap Efisiensi Manajemen Perkantoran. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(3), 2919–2927. <https://doi.org/10.54373/imeij.v6i3.3052>
- Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Pantelidis, I. S. (2018). *Food and Beverage Management* (6th ed.). Routledge.
- Kasavana, M. L., & Smith, D. I. (2000). *Menu Engineering: A Practical Guide to Menu Analysis*. Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association.
- Purnomo, A. (2021). Penerapan Menu Engineering dalam Evaluasi Menu Restoran. *Jurnal Tata Boga*, 10(1), 45–56.
- Schmidgall, R. S. (2014). *Hospitality Industry Managerial Accounting* (7th ed.). AHLEI.
- Susila, B. P. E., & Nugraha, S. (2021). Menu Engineering sebagai Strategi Penetapan Produk Makanan dalam Menghadapi Tatanan Kehidupan Baru. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 3(2), 88–97.
- Walker, J. R. (2017). *Introduction to Hospitality* (7th ed.). Pearson.
- Walker, J. R. (2018). *The Restaurant: From Concept to Operation* (8th ed.). Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ryu, K., & Jang, S. (2007). The Effect of Environmental Perceptions on Behavioral Intentions through Emotions: The Case of Upscale Restaurants. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(1), 56–72.