

**TESIS**

***MENU ENGINEERING* DALAM PENGEMBANGAN  
BAURAN PEMASARAN PADA RABBIT JUMP BEACH  
CLUB GILI TRAWANGAN LOMBOK UTARA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**MUHAMAD IRZA REVALDY**

**POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2024**

**TESIS**

***MENU ENGINEERING* DALAM PENGEMBANGAN  
BAURAN PEMASARAN PADA RABBIT JUMP BEACH  
CLUB GILI TRAWANGAN LOMBOK UTARA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**MUHAMAD IRZA REVALDY  
NIM. 2215885038**

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN PARIWISATA  
PROGRAM MAGISTER TERAPAN  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2024**

# **TESIS**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Magister Terapan Pariwisata (M.Tr.Par)  
Pada Program Studi Perencanaan Pariwisata Program Magister Terapan  
Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**MUHAMAD IRZA REVALDY**  
**NIM. 2215885038**

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN PARIWISATA**  
**PROGRAM MAGISTER TERAPAN**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2024**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI

**POLITEKNIK NEGERI BALI**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364  
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128

Laman: [www.pnb.ac.id](http://www.pnb.ac.id) Email: [poltek@pnb.ac.id](mailto:poltek@pnb.ac.id)

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Irza Revaldy

NIM : 2215885038

Program Studi : Perencanaan Pariwisata, Program Magister Terapan

Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa tesis berjudul: “*Menu Engineering Dalam Pengembangan Bauran Pemasaran Pada Rabbit Jump Beach Club Gili Trawangan Lombok Utara*” benar bebas dari plagiat. Apabila terbukti benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 25 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Muhamad Irza Revaldy

**TESIS**

**MENU ENGINEERING DALAM PENGEMBANGAN BAURAN  
PEMASARAN PADA RABBIT JUMP BEACH CLUB GILI TRAWANGAN  
LOMBOK UTARA**

Diajukan Oleh:

**MUHAMAD IRZA REVALDY**  
**NIM. 2215885038**

**Pembimbing I,**

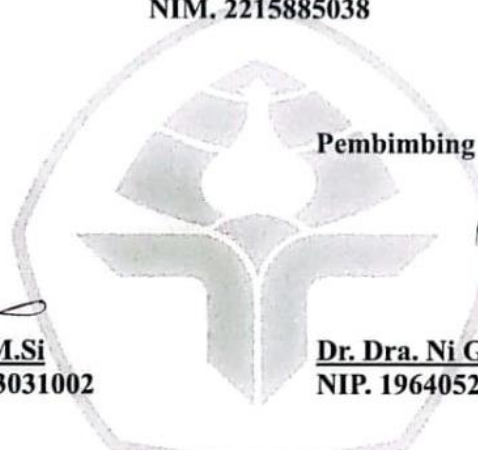


**Dr. Gede Ginaya, M.Si**  
**NIP. 196609191993031002**

**Pembimbing II,**



**Dr. Dra. Ni Gst Nym Suci Murni, M.Par**  
**NIP. 196405251990032001**



**Ketua Jurusan Pariwisata,**



**Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par.M.Par**  
**NIP. 198409082008122004**

**Mengetahui**  
**Ketua Program Studi**  
**Perencanaan Pariwisata Program Magister**  
**Terapan**



**Dr. Dra. Ni Gst Nym Suci Murni, M.Par**  
**NIP. 196405251990032001**

## TESIS RISET TERAPAN

### **MENU ENGINEERING DALAM PENGEMBANGAN BAURAN PEMASARAN PADA RABBIT JUMP BEACH CLUB GILI TRAWANGAN LOMBOK UTARA**

Telah diuji berdasarkan SK Direktur Politeknik Negeri

No: 04791/PL8/TU.01.04/2024 dan dinyatakan Lulus Ujian pada:

Hari Senin, Tanggal 05, Bulan Agustus, Tahun 2024

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Penguji 1	Dr. Gede Ginaya, M.Si NIP. 196609191993031002	
Penguji 2	Dr. Dra. Ni Gst Nym Suci Murni, M.Par NIP. 196405251990032001	
Penguji 3	Dr. I Gede Mudana, M.Si NIP. 196412021990111001	
Penguji 4	Dr. Made Satria Prananda Putra, SH, SE, MM NIP. 198009032008122002	
Penguji 5	I Ketut Darmayasa, S.IP, MM	



**Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par.M.Par**  
**NIP. 198409082008122004**

## PRAKATA

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian yang berjudul **“MENU ENGINEERING DALAM PENGEMBANGAN BAURAN PEMASARAN PADA RABBIT JUMP BEACH CLUB GILI TRAWANGAN LOMBOK UTARA”**

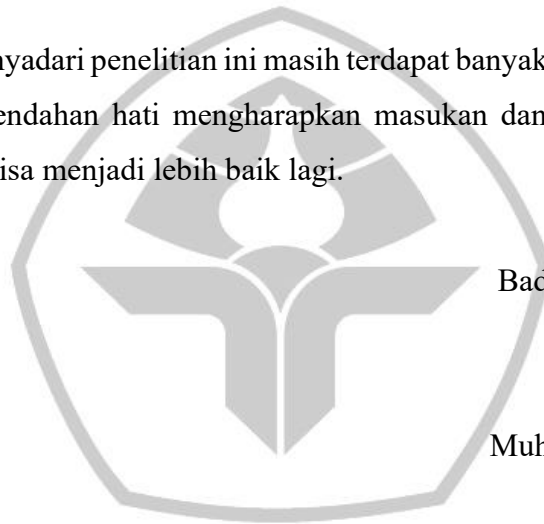
Tujuan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat penyusunan tesis yang merupakan syarat dalam menyelesaikan pendidikan S2 Magister Terapan Pariwisata (M.Tr.Par) pada Program Studi Perencanaan Pariwisata, Program Magister Terapan di Politeknik Negeri Bali.

Dalam menyusun Penelitian ini, banyak kendala yang dihadapi akibat terbatasnya pengetahuan ataupun sumber-sumber yang menunjang yang penulis miliki, namun berkat adanya bimbingan dan dukungan yang positif dari berbagai pihak, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Rasa terima kasih tersebut disampaikan kepada:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Politeknik Negeri Bali.
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par selaku Ketua Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan dukungan dan kemudahan selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.
3. Dr. Dra. Ni Gusti Nyoman Suci Murni M.Par selaku Ketua Program Studi Magister Terapan Perencanaan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan pengarahan dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.
4. Dr. Gede Ginaya, M.Si selaku pembimbing I tesis, yang senantiasa menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran, serta memberikan saran dan arahan kepada saya dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Dr. Dra. Ni Gusti Nyoman Suci Murni M.Par selaku Pembimbing II tesis, yang senantiasa menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran, serta memberikan saran dan arahan kepada saya dalam menyelesaikan tesis ini.

6. Segenap dosen pengampu mata kuliah yang telah berjasa dalam membagikan ilmu pengetahuan serta memberikan bantuan yang sangat berharga selama perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.
7. Kepada kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Muhamad Dasuki,S.Pd dan Ibu Marianah serta saudara yaitu Damar Prayuda yang selalu mendukung serta mendoakan agar penelitian ini berjalan sesuai harapan.
8. Kepada kekasih tersayang Baiq Nurhidayati Komala yang senantiasa menemani serta terus mendukung agar selalu semangat dan tepat waktu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan masukan dan saran yang bersifat membangun agar bisa menjadi lebih baik lagi.



Badung, 01 Juli 2024

Muhamad Irza Revaldy

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>TESIS .....</b>	<b>v</b>
<b>TESIS RISET TERAPAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN.....</b>	<b>14</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.2 Konsep Penelitian .....	20
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	22
2.2.3 Restoran .....	26
2.2.4 Beach Club .....	30
2.2.5 Menu .....	31
2.2.6 Rekayasa Menu ( <i>Menu Engineering</i> ).....	35
2.3 Landasan Teori .....	42
2.3.1 Teori Pemasaran .....	42
2.3.2 Teori Menu Engineering.....	43
2.4 Penelitian Terdahulu.....	44
2.5 Kerangka Penelitian .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Desain Penelitian.....	51
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian .....	51
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	52
3.5 Instrumen Penelitian .....	53
3.6 Teknik Penentuan Informan .....	54
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.8 Teknik Analisis Data .....	56
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Rabbit Jump Beach Club.....	60
4.1.1 Sejarah.....	60
4.1.2 Lokasi.....	61

4.1.3 Struktur Organisasi.....	62
4.2 Fasilitas dan Produk Menu Rabbit Jump Beach Club.....	63
4.2.1 Fasilitas .....	63
4.2.2 Menu .....	64
4.2.3 Harga Pokok dan Harga Jual Menu.....	68
4.2.4 Sejarah Penjualan.....	72
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	77
5.1.1 Menu Mix (Tingkat Popularitas).....	77
5.1.2 <i>Contribution Margin</i> (Tingkat Keuntungan).....	92
5.2 Pembahasan.....	108
5.2.1 <i>Menu Classification</i> (Klasifikasi Menu).....	108
5.2.2 Rekapitulasi Hasil <i>Menu Engineering</i> .....	116
5.3 Output Penelitian Terapan: Model Bauran Pemasaran Menu Untuk Meningkatkan Penjualan Makanan Dan Minuman Pada Rabbit Jump Beach Club Gili Trawangan.....	117
5.3.1 Product (Produk).....	124
5.3.2 Price (Harga) .....	127
5.3.3 Place (Tempat) .....	128
5.3.4 Promotion (Promosi).....	130
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>132</b>
6.1 Kesimpulan .....	132
6.2 Rekomendasi .....	135
<b>REFERENSI.....</b>	<b>137</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>143</b>


  
 JURUSAN PARIWISATA  
 POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Sampel data Item Menu Slow Moving Oktober – Desember 2023 .....	9
Tabel 2. 1 Klasifikasi Restoran .....	27
Tabel 2. 2 Kriteria dalam menentukan klasifikasi menu item.....	40
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3. 1 Data Responden Beserta Jabatannya Pada Rabbit Jump Beach Club..	54
Tabel 4. 1 Tabel Menu Makanan Rabbit Jump Beach Club.....	64
Tabel 4. 2 Menu Minuman Rabbit Jump Beach Club .....	65
Tabel 4. 3 Harga pokok dan harga jual menu makanan .....	68
Tabel 4. 4 Harga pokok dan harga jual menu minuman.....	69
Tabel 4. 5 Sejarah penjualan menu makanan Periode Januari – Juni 2024 Rabbit Jump Beach Club .....	73
Tabel 4. 6 Sejarah penjualan minuman Periode Januari – Juni 2024 Rabbit Jump Beach Club .....	74
Tabel 5. 1 Menu Mix Menu Makanan “Snack” Periode Januari – Juni 2024.....	79
Tabel 5. 2 Menu Mix Menu Makanan “Sandwiches” Periode Januari – Juni 2024 .....	80
Tabel 5. 3 Menu Mix Menu Makanan “Dessert and Salad” Periode Januari – Juni 2024.....	81
Tabel 5. 4 Menu Mix Menu Makanan “Main Course” Periode Januari – Juni 2024 .....	82
Tabel 5. 5 Menu Mix Menu Minuman “Rabbit Special” Periode Januari – Juni 2024.....	83
Tabel 5. 6 Menu Mix Menu Minuman “Classic Cocktail” Periode Januari – Juni 2024.....	84
Tabel 5. 7 Menu Mix Menu Minuman “Spirits” Periode Januari – Juni 2024.....	85
Tabel 5. 8 Menu Mix Menu Minuman “Wine” Periode Januari – Juni 2024.....	87
Tabel 5. 9 Menu Mix Menu Minuman “Beers” Periode Januari – Juni 2024.....	88
Tabel 5. 10 Menu Mix Menu Minuman “Soft drinks” Periode Januari – Juni 2024 .....	89
Tabel 5. 11 Menu Mix Menu Minuman “Coffee and Tea” Periode Januari – Juni 2024.....	90
Tabel 5. 12 Menu Mix Menu Minuman “Juice and Smoothies” Periode Januari – Juni 2024 .....	91
Tabel 5. 13 Contribution Margin Menu Makanan “Snack” Periode Januari – Juni 2024.....	94
Tabel 5. 14 Contribution Margin Menu Makanan “Sandwiches” Periode Januari – Juni 2024 .....	96
Tabel 5. 15 Contribution Margin Menu Makanan “Dessert and Salad” Periode Januari – Juni 2024 .....	97

Tabel 5. 16 Contribution Margin Menu Makanan “Main Course” Periode Januari – Juni 2024 .....	98
Tabel 5. 17 Contribution Margin Menu Minuman “Rabbit Specials” Periode Januari – Juni 2024 .....	99
Tabel 5. 18 Contribution Margin Menu Minuman “Classic Cocktails” Periode Januari – Juni 2024 .....	100
Tabel 5. 19 Contribution Margin Menu Minuman “Spirits” Periode Januari – Juni 2024.....	101
Tabel 5. 20 Contribution Margin Menu Minuman “Beers” Periode Januari – Juni 2024.....	103
Tabel 5. 21 Contribution Margin Menu Minuman “Soft Drinks” Periode Januari – Juni 2024.....	104
Tabel 5. 22 Contribution Margin Menu Minuman “Coffee and Tea” Periode Januari – Juni 2024 .....	105
Tabel 5. 23 Contribution Margin Menu Minuman “Juice and Smoothies” Periode Januari – Juni 2024 .....	106
Tabel 5. 24 Contribution Margin Menu Minuman “Wine” Periode Januari – Juni 2024.....	107
Tabel 5. 25 Klasifikasi Menu Item.....	108
Tabel 5. 26 Klasifikasi Menu Makanan Rabbit Jump Beach Club Periode Januari – Juni 2024 .....	109
Tabel 5. 27 Klasifikasi Menu Minuman Rabbit Jump Beach Club Periode Januari – Juni 2024 .....	110
Tabel 5. 28 Matriks Hasil Analisis Menu Makanan Pada Rabbit Jump Beach Club Periode Januari – Juni 2024 .....	113
Tabel 5. 29 Matrik Hasil Analisis Menu Minuman Pada Rabbit Jump Beach Club Periode Januari – Juni 2024 .....	114
Tabel 5. 30 Rekapitulasi Kelas Menu Rabbit Jump Beach Club Periode Januari – Juni 2024 .....	116

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 View Rabbit Jump .....	6
Gambar 1. 2 Jumping Platform .....	6
Gambar 1. 3 Grafik Kunjungan berdasarkan bill order per pax.....	8
Gambar 2. 1 Konsep Pemasaran (Sahla, 2019).....	22
Gambar 2. 2 Bauran Pemasaran (Fakhrudin dkk., 2022).....	23
Gambar 2. 3 Hasil Analisis Menu .....	40
Gambar 2. 4 Kerangka Penelitian .....	49
Gambar 3. 1 Lokasi Rabbit Jump (Peta Gili Trawangan) .....	52
Gambar 3. 2 Tahapan Analisis Data (Miles & Huberman, 2014) .....	59
Gambar 4. 1 Peta lokasi Rabbit Jump Beach Club .....	61
Gambar 4. 2 Rabbit Jump Beach Club Map Area.....	61
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Rabbit Jump Beach Club.....	62
Gambar 5. 1 Model Strategi Bauran Pemasaran Menu Rabbit Jump Beach Club .....	124



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Pertanyaan Untuk Wawancara Pada Rabbit Jump Beach Club Gili Trawangan Lombok Utara.....	2
Lampiran 2 Focus Group Discussion 15 July 2024 Dengan Tema “Strategi Bauran Pemasaran Menu Rabbit Jump Beach Club” .....	3



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# **MENU ENGINEERING IN MARKETING MIX DEVELOPMENT AT RABBIT JUMP BEACH CLUB GILI TRAWANGAN NORTH LOMBOK**

MUHAMAD IRZA REVALDY  
NIM. 2215885038

## **ABSTRACT**

This research aims to analyze the food and drink menu using Menu Engineering analysis with indicators of Contribution Margin (Level of Profit) and Menu Mix (Level of Popularity). Then the results of this analysis will become the basis for designing a menu marketing mix strategy model to increase food and drink sales at Rabbit Jump Beach Club Gili Trawangan. The research design is quantitative descriptive. Data was collected through interviews, observation, documentation, document study and focus group discussions (FGD). Data analysis uses Menu Engineering analysis to determine the Contribution Margin (Level of Profit) and Menu Mix (Level of Popularity) of each existing menu item which is then classified into four categories based on its condition, namely star, puzzle, plowhorse and dog. The results of this research show that of the total 112 food and drink menu items at Rabbit Jump Beach Club, the star category totals 25 items (22%), the puzzle category totals 33 items (29%), the plowhorse category totals 34 items (30%) and the the dog category totaled 20 items (18%). The marketing mix model is designed by integrating the 4Ps, namely Product, Price, Place, Promotion with the results of the engineering menu analysis.

**Keywords:** Menu, Menu Engineering, Marketing Mix

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

**MENU ENGINEERING DALAM PENGEMBANGAN BAURAN  
PEMASARAN PADA RABBIT JUMP BEACH CLUB GILI TRAWANGAN  
LOMBOK UTARA**

MUHAMAD IRZA REVALDY  
NIM. 2215885038

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa menu makanan dan minuman menggunakan analisis Menu Engineering dengan indikator Contribution Margin (Tingkat Keuntungan) dan Menu Mix (Tingkat Popularitas) selanjutnya hasil analisa tersebut akan menjadi landasan perancangan model strategi bauran pemasaran menu untuk meningkatkan penjualan makanan dan minuman pada Rabbit Jump Beach Club Gili Trawangan. Desain penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, studi dokumen dan focus group discussion (FGD). Analisa data menggunakan analisis Menu Engineering untuk mengetahui Contribution Margin (Tingkat Keuntungan) dan Menu Mix (Tingkat Popularitas) dari setiap item menu yang ada selanjutnya diklasifikasikan menjadi empat kategori berdasarkan kondisinya yaitu star, puzzle, plowhorse dan dog. Hasil penelitian ini menunjukkan dari total 112 item menu makanan dan minuman yang ada di Rabbit Jump Beach Club, kategori star berjumlah 25 item (22%), kategori puzzle berjumlah 33 item (29%), kategori plowhorse berjumlah 34 item (30%) dan kategori dog berjumlah 20 item (18%). Model bauran pemasaran dirancang dengan mengintegrasikan 4P yaitu Produk, Harga, Tempat, Promosi dengan hasil analisis menu engineering tersebut.

**Kata Kunci:** Menu, Menu Engineering, Bauran Pemasaran

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Peradaban modern membawa manusia dalam perkembangan yang sangat cepat, ditambah dengan meningkatnya dunia digital sekarang ini. Perkembangan ini membawa pengaruh besar terhadap aspek kehidupan manusia baik di bidang jasa maupun non jasa. Perkembangan dunia yang pesat ini membawa konsekuensi terhadap perubahan dan adaptasi beberapa profesi di dunia. Di mana profesi ini memberikan dampak dan pengaruh yang luas terhadap profesionalitas dari profesi itu sendiri (Saragi, 2022). Berdasarkan hasil Survei Penduduk Antar Sensus tahun 2015, Indonesia memasuki era bonus demografi, di mana jumlah penduduk usia produktif melebihi penduduk usia tidak produktif. Kondisi ini bisa dijadikan pedoman bagi pemerintah untuk memaksimalkan perluasan peluang kerja bagi masyarakat (Badan Pusat Statistik, 2015). Upaya untuk meningkatkan penyerapan tenaga kerja dapat dilakukan dengan mengembangkan berbagai sektor usaha yang ada di Indonesia. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang potensial dalam menyerap tenaga kerja, karena selain mampu menciptakan peluang kerja baru, sektor ini juga dapat memberdayakan tenaga kerja di sekitar kawasan wisata.

Pariwisata pada saat ini merupakan salah satu sektor pendapatan negara yang berkembang pesat dan memberikan *impact* baik serta membuka peluang kerja yang luas bagi Masyarakat di Indonesia. Sektor pariwisata merupakan sektor unggulan yang Indonesia miliki dalam memajukan perekonomian

negara. Semakin tinggi jumlah kunjungan wisatawan ke suatu destinasi pariwisata, semakin besar pula penerimaan dari pengeluaran mereka, yang berdampak positif pada peningkatan ekonomi masyarakat. Pariwisata diakui sebagai salah satu pendorong utama perekonomian global karena terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan negara (Suhartapa, 2021). Sektor pariwisata sendiri memiliki peluang yang tinggi untuk mendorong laju pertumbuhan ekonomi secara merata di Indonesia. Pada saat ini Indonesia berada pada peringkat ke-32 di antara 117 negara dan peringkat ke-2 di ASEAN sebagai negara dengan sektor pembangunan pariwisata yang berkembang baik, peringkat tersebut melampaui capaian pada tahun 2019 yakni Indonesia berada pada peringkat ke-44 pada saat itu (World Economic Forum, 2021).

Indonesia adalah negara yang kaya akan keindahan alam dan budaya. Setiap pulau di Indonesia memiliki potensi wisata yang menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara. Keindahan destinasi wisata Indonesia telah diakui secara internasional, seperti dilaporkan oleh media travel Inggris, Rough Guide, yang menempatkan Indonesia di posisi ke-6 dari 20 negara terindah di dunia (Owen, 2023). Salah satu pulau yang memiliki pesona alam luar biasa adalah Pulau Lombok di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pariwisata di Pulau Lombok telah mendapat pengakuan global, seperti penghargaan World's Best Halal Honeymoon Destination dan World's Best Halal Tourism Destination pada tahun 2015 dan 2016 dalam acara The World Halal Travel Summit & Exhibition (Ros, 2016).

Pulau Lombok menjadi salah satu tujuan wisata favorit karena keindahan alamnya serta beragam objek wisata yang ditawarkannya, seperti wisata alam, pantai, budaya, dan kuliner. Pantai menjadi daya tarik utama bagi wisatawan, dengan pantai-pantai terkenal seperti Pantai Senggigi, Pantai Kuta Lombok, dan Pantai Pink. Selain itu, wisata alam seperti Gunung Rinjani, gunung tertinggi ketiga di Indonesia, juga menjadi destinasi favorit. Beberapa objek wisata populer di Lombok lainnya meliputi Gili Trawangan, Gili Meno, Gili Air, Gili Kedis, Gili Nanggu, Air Terjun Benang Kelambu, dan Air Terjun Tiu Kelep.

Lombok adalah pulau yang terletak di Kepulauan Sunda Kecil atau Nusa Tenggara, dipisahkan oleh Selat Lombok di sebelah barat dari Bali dan Selat Alas di sebelah timur dari Sumbawa. Pulau ini memiliki luas 4.725 km<sup>2</sup>. Dengan keindahan alam yang melimpah, keramahan penduduk, serta kekayaan seni dan budaya, Lombok menjadi andalan dalam meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata, terutama wisata bahari yang mendominasi (Astuti, 2018). Salah satu destinasi wisata bahari di Lombok adalah pulau-pulau kecil, seperti Gili Air, Gili Meno, dan Gili Trawangan (gili dalam bahasa Sasak berarti pulau). Ketiga pulau ini terletak di bagian utara Lombok Barat dan dikenal dengan pantai berpasir putih serta terumbu karang yang indah, cocok untuk kegiatan menyelam dan memancing. Karang biru yang langka, yang hanya ada di dua tempat di dunia selain Karibia, juga dapat ditemukan di antara Gili Meno dan Gili Air. Gili Trawangan merupakan pulau terbesar dari ketiga gili tersebut, dan dapat dicapai dengan perjalanan sekitar dua jam dari kota Mataram.

Daya tarik Gili Trawangan terletak pada suasana desa yang tenang, kondisi perairan pantai yang cocok untuk berenang, snorkeling, diving, kano, dan memancing. Kawasan ini juga kaya akan sumber daya hayati laut, dengan ekosistem terumbu karang dan keanekaragaman hayati yang melimpah. Udara di Gili Trawangan masih bebas dari polusi. Selain itu, fasilitas pendukung pariwisata seperti hotel, restoran, diveschool, dan lainnya telah dibangun untuk mendukung pengembangan wisata di kawasan ini.

Sejak kedatangan wisatawan pada tahun 1986, pariwisata di Tiga Gili (Gili Trawangan, Gili Meno, dan Gili Air) berkembang dengan pesat. Hampir 98% wisatawan yang berkunjung adalah turis mancanegara (Zanuar dkk., 2017). Gili Trawangan memiliki fasilitas pariwisata yang lebih unggul dibandingkan dengan Gili Meno dan Gili Air. Pulau ini menyediakan berbagai akomodasi, mulai dari hotel berbintang, villa, hingga homestay, serta restoran dan bar yang menawarkan menu seperti seafood. Selain itu, tersedia fasilitas pendukung pariwisata seperti money changer, ATM, dan minimarket. Gili Trawangan telah menjadi destinasi wisata bertaraf internasional, dengan meraih penghargaan “Travellers Choice Island Award 2014” sebagai pulau wisata terbaik keempat dari 100 pulau di dunia, yang diberikan oleh situs perjalanan wisata TripAdvisor. Penghargaan tersebut didasarkan pada kualitas dan jumlah hotel, restoran, serta objek wisata di setiap pulau, dengan data yang dikumpulkan dalam kurun waktu 12 bulan (Hendratmoko, 2014).

Salah satu daya tarik yang tengah populer di Gili Trawangan adalah tren *beach club*, di mana setiap hotel dan restoran berlomba merancang konsep ini

di area pantainya untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. *Beach club* merupakan gabungan dari kata "beach" (pantai) dan "club" (tempat hiburan yang menawarkan musik, tarian, makanan, dan minuman, atau sering disebut pub atau bar), yang berarti pub atau bar di tepi pantai (Hartanto & Wardoyo, 2015). *Beach club* umumnya ditemukan di wilayah atau pulau yang dikelilingi laut karena memanfaatkan keindahan panorama laut. Beberapa hotel mewah di Gili Trawangan juga menyediakan kolam renang sebagai fasilitas tambahan di *beach club* mereka, selain menawarkan makanan dan minuman.

*Beach club* di Gili Trawangan juga sudah mulai menjamur, terdapat lebih dari 10 hotel dan restoran yang menawarkan konsep daya tarik ini. Pada area depan (*sunrise point*) ada Lolita Mexican Bar and resto yang menawarkan makanan dan minuman serta tema ala Meksiko, kemudian ada La Cala *Beach club* Gili Trawangan dan lain-lain. Sementara di area belakang (*sunset point*) ada Malibu Beach club, The Lumi Bar and Resto, serta salah satu Beach club yang menyandang predikat *The Biggest Beach club* di Gili Trawangan yaitu Rabbit Jump.

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



Gambar 1. 1 View Rabbit Jump  
Sumber: Instagram, 2024

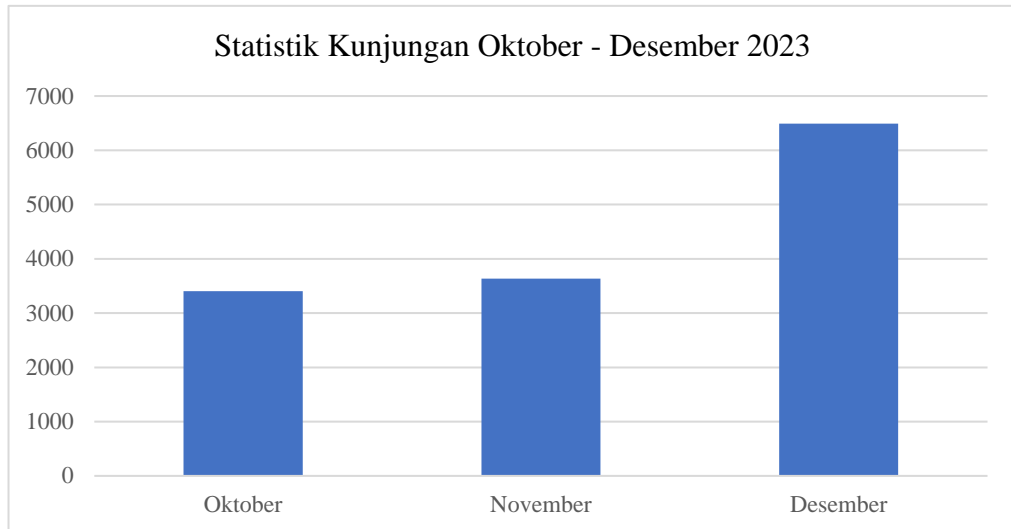


Gambar 1. 2 Jumping Platform  
Sumber: Instagram, 2024

Rabbit Jump merupakan salah satu *beach club* yang berada di area *sunset point* tepatnya di Kawasan *bunny beach* yang terletak di Jalan Pantai Gili Indah, Gili Trawangan, Kecamatan Pemenang, Kabupaten Lombok Utara,

Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Rabbit Jump sendiri dibangun pada awal tahun 2020 dan mulai beroperasi pada 20 Juli 2022. Area Pantai Rabbit Jump memiliki panjang 110 meter sementara jumlah *seat* yang disediakan bisa menampung 800-1000 orang. Rabbit Jump memiliki 2 kolam renang, kolam renang utama terletak persis di depan *swim-up bar* yang memiliki panjang 20 meter dengan kedalaman 1.5 meter, Kemudian kolam renang selanjutnya yaitu *pool jump* memiliki kedalaman 5 meter. Rabbit Jump sendiri memiliki 3 *bar* yang siap menyuguhkan beberapa menu *beverage*, *Bar 1* yaitu *swim-up bar* terletak di depan *main pool*, *Bar 2* terletak di sebelah kanan area rabbit jump dekat dengan area restoran, sementara *Main Bar* terletak di area atas dekat dengan area *cashier*.

Dikutip dari Fimela.com, hal istimewa dari Rabbit Jump adalah menjadi satu-satunya *beach club* di Lombok yang menawarkan menara lompat. Menara ini memiliki tiga platform dengan ketinggian mulai dari 1 meter hingga 5 meter, memberikan tantangan bagi pengunjung untuk melompat dan menguji adrenalin (Lestari, 2023). Selain itu, *beach club* ini juga menyuguhkan beragam musik harian, termasuk penampilan DJ dan band lokal maupun internasional. Restorannya menyajikan beragam hidangan yang menggunakan bahan-bahan lokal segar. Pemilihan Gili Trawangan sebagai lokasi *beach club* didasarkan pada fakta bahwa meskipun tidak termasuk dalam program prioritas pariwisata, Gili Trawangan merupakan destinasi yang paling banyak dikunjungi wisatawan mancanegara setelah Bali (Pasi, 2023).



Gambar 1. 3 Grafik Kunjungan berdasarkan bill order per pax

Pada Gambar 1.3 di atas Rabbit Jump Beach Club dalam 3 bulan terakhir mengalami kenaikan kunjungan wisatawan baik *local* maupun mancanegara. Pada bulan Desember 2023 terjadi kenaikan drastis pada tingkat kunjungan berdasarkan *bill order* dikarenakan pada bulan Desember merupakan periode *peak season* di Gili Trawangan. *Peak season* sendiri merupakan puncak dari musim liburan, umumnya terjadi pada hari natal sampai dengan menjelang tahun baru yakni dari tanggal 10 Desember – 10 Januari setiap tahunnya. Puncaknya pada perayaan tahun baru 2024 pada tanggal 31 Desember 2023 tercatat 406 *bill* dengan jumlah *pax* 711 dengan *average spend* masing-masing *pax* dengan nominal di atas 200 ribu rupiah. Hal tersebut merupakan energi positif bagi Rabbit Jump Beach Club yang mulai beroperasi pada bulan Juli 2023.



Berdasarkan hasil pengamatan dan data sementara, proses pemasaran produk pada Rabbit Jump belum maksimal, karena jika dilihat dari total menu produk yang terjual hanya sebagian menu yang terjual dan menu yang menjadi *top sales* hanya itu-itu saja, padahal jika dilihat dari potensinya Rabbit Jump dapat memaksimalkan penjualan lebih efektif.

Tabel 1. 1 Sampel data Item Menu Slow Moving Oktober – Desember 2023

No.	Items	Qty	Total
1	Monday salsa verdee	2	110,000
2	Captain morgan silver	2	340,000
3	Caipiroska	2	300,000
4	Bloody mary	2	270,000
5	Mango lychee	2	110,000
6	Haineken draft large	1	380,000
7	Frozen peach bellini	1	150,000
8	House pour import rose	1	125,000
9	White russian	1	150,000
10	Tofu futomaki	2	110,000

Sumber: Rabbit Jump Beach Club, 2024

Pada tabel 1.1 menunjukkan *sample* data penjualan item menu Rabbit Jump antara bulan Oktober – Desember tahun 2023 yang mengalami *slow-moving* atau *worse sales*. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut diantaranya seperti kurangnya permintaan, produk tidak sesuai dengan preferensi kebutuhan konsumen sehingga produk tersebut cenderung lambat terjual, kemudian harga yang terlalu tinggi, harga yang dianggap terlalu tinggi oleh konsumen juga menjadi salah satu hambatan. Konsumen banyak beralih

ke produk sejenis yang lebih terjangkau. Kurangnya variasi, produk kebanyakan tersedia dalam satu bentuk atau varian. Hal ini membuatnya kurang menarik bagi sebagian konsumen, selanjutnya Kurangnya promosi, produk tidak memperoleh cukup perhatian dari kampanye pemasaran atau promosi sehingga konsumen dalam hal ini wisatawan tidak mengetahui sehingga tidak tertarik untuk membeli.

Adapun hal yang paling penting, manajemen Rabbit Jump Beach Club tidak pernah melakukan analisa mendalam terkait menu yang disediakan kepada para pelanggan. Produk menu *slow moving* seringkali menjadi batu sandungan bagi bisnis, tetapi jika dikelola dengan baik hal tersebut bisa menjadi peluang karena pada dasarnya tiap-tiap produk memiliki potensi untuk bersinar. Analisis serta manajemen produk mulai dari penyesuaian harga yang bijak inovasi serta kampanye promosi khusus sangat diperlukan. Untuk memaksimalkan penjualan diperlukan analisis produk menu serta strategi bauran pemasaran yang jitu agar produk menu yang terjual lebih bervariasi sehingga berdampak positif pada *revenue*. Selain itu juga, ada beberapa komponen dalam item menu tersebut yang memiliki tenggat waktu kadaluarsa (*expired*) yang apabila mengalami *stuck* di gudang *storage* terlalu lama tidak dapat digunakan lagi. Hal ini tentu merupakan masalah serius sehingga analisis menu serta perancangan model strategi dalam memasarkan produk menu Rabbit Jump Beach Club sangat diperlukan.

Di dalam sebuah restoran, menu memiliki peran penting dalam kesuksesan penjualan makanan dan minuman. Dengan adanya menu, pengelola

dapat merencanakan kebutuhan yang diperlukan, mulai dari bahan baku, biaya produksi, dekorasi, suasana, hingga pelayanan yang akan diberikan, serta menentukan target pasar yang ingin dicapai. Seiring perkembangan zaman, menu tidak bersifat tetap; inovasi dan variasi makanan dan minuman terus muncul, dan selera atau kebutuhan konsumen pun sering berubah. Oleh karena itu, perencanaan desain menu dan penghitungan keuntungan yang dihasilkan oleh menu harus dilakukan secara akurat. Menu yang baik diukur dari kemampuannya memberikan keuntungan bagi perusahaan serta popularitasnya di mata masyarakat.

Salah satu cara untuk mengukur popularitas dan profitabilitas menu di sebuah perusahaan adalah dengan menggunakan metode *Menu Engineering* atau *Rekayasa Menu*. Metode ini memungkinkan untuk mengetahui indeks popularitas dan margin kontribusi dari setiap menu, sehingga dapat dihitung seberapa besar keuntungan yang dihasilkan oleh menu tersebut. Indeks popularitas adalah perbandingan jumlah produk yang terjual sesuai dengan menu yang tersedia, sementara margin kontribusi adalah selisih antara harga jual suatu menu dan biaya produksi menu tersebut. Setelah margin kontribusi dan popularitas suatu menu diketahui, menu tersebut dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori: *Star*, *Plowhorse*, *Puzzle*, dan *Dog*. Berdasarkan klasifikasi ini, keputusan dan strategi bauran pemasaran dapat dirancang untuk meningkatkan penjualan di Rabbit Jump Beach Club Gili Trawangan.

Berdasarkan uraian dan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Menu Engineering* Dalam

Pengembangan Bauran Pemasaran Pada Rabbit Jump Beach Club Gili Trawangan Lombok Utara.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana analisis *Menu Engineering* dalam Pengembangan bauran pemasaran pada Rabbit Jump Beach Club Gili Trawangan?
2. Bagaimana model bauran pemasaran menu untuk meningkatkan penjualan makanan dan minuman pada Rabbit Jump *Beach club* Gili Trawangan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Untuk menganalisis menu makanan dan minuman selanjutnya hasil analisis tersebut akan menjadi landasan perancangan model bauran pemasaran menu untuk meningkatkan penjualan makanan dan minuman di Rabbit Jump Beach Club Gili Trawangan

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

- a. Untuk menganalisis *Menu Engineering* dalam pengembangan bauran pemasaran pada Rabbit Jump Beach Club Gili Trawangan
- b. Untuk merancang model bauran pemasaran menu untuk meningkatkan penjualan makanan dan minuman pada Rabbit Jump *Beach club* Gili Trawangan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai evaluasi bagi penulis mengenai teori yang didapatkan selama perkuliahan serta sebagai kajian

referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

a. Bagi Mahasiswa

Dapat mengembangkan kreatifitas dan ide yang dimiliki mahasiswa. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam menambah wawasan bagi mahasiswa.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Dapat menambah informasi bagi para peneliti yang akan menganalisis masalah yang serupa.

c. Bagi Industri Terkait

Dari hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam evaluasi menu serta dapat menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk menentukan bauran pemasaran menu di Rabbit Jump *Beach club* Gili Trawangan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu kerangka manajemen kinerja, sehingga membantu manajer dalam menemukan faktor kunci keberhasilan dalam mengelola menu dan memberikan sumbangan pemikiran serta masukan bagi pihak manajemen.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Total 112 item menu minuman dan makanan pada Rabbit Jump Beach Club dapat diklasifikasikan menjadi 4 kategori, yaitu:
  - a. Kategori star sebanyak 25 item menu makanan dan minuman (22%). Jenis makanan ini sangat digemari oleh wisatawan dan dapat memberikan keuntungan yang tinggi, oleh karena itu perlu dipertahankan dan kalau memungkinkan jumlahnya ditingkatkan untuk meningkatkan volume penjualan.
  - b. Kategori plowhorse sebanyak 34 item menu makanan dan minuman (30%). Jenis makanan ini populer dalam penjualan tetapi memberikan keuntungan yang rendah.
  - c. Kategori puzzle sebanyak 33 item menu makanan dan minuman (29%). Item menu ini menghasilkan keuntungan besar tetapi kurang populer dalam penjualannya.
  - d. Kategori dog sebanyak 20 item menu makanan dan minuman (18%). Item menu kategori ini memiliki tingkat popularitas rendah dan tingkat keuntungan yang rendah pula, Oleh karena itu item menu ini perlu diteliti kembali.

2. Model bauran pemasaran yang dapat digunakan oleh Rabbit Jump Beach Club yang telah terintegrasi dengan menu engineering untuk meningkatkan penjualan menu makanan dan minuman diklasifikasikan dalam 4 kategori yaitu, star, puzzle, plowhorse dan dog.

#### A. Produk

- 1) Star, Produk paling populer yang menjadi daya tarik utama. Tidak membutuhkan promosi khusus karena selalu dicari pelanggan.
- 2) Plowhorse, Produk umum yang wajib ada, namun sulit memberikan margin keuntungan tinggi. Perlu strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan.
- 3) Puzzle, Produk spesial untuk segmen pelanggan tertentu. Penyajiannya membutuhkan keahlian khusus dan strategi pemasaran dalam bentuk paket.
- 4) Dog, Produk yang kurang populer namun masih dipertahankan untuk menghabiskan stok atau melengkapi menu. Bisa dijadikan bahan promosi agar lebih diminati.

#### B. Harga

- 1) Star, Ditetapkan berdasarkan kualitas, popularitas, dan pengalaman pelanggan.
- 2) Plowhorse, Harga kompetitif, bisa dikombinasikan dengan promosi untuk menarik pelanggan.
- 3) Puzzle, Harga premium karena produk langka dan berkualitas.

- 4) Dog, Harga fleksibel, biasanya lebih murah saat dipromosikan atau dijadikan permintaan khusus.

#### C. Penempatan di Menu

- 1) Star, Biasanya ditempatkan di awal menu untuk menarik perhatian.
- 2) Plowhorse, Diletakkan di bagian akhir karena sudah umum diketahui pelanggan.
- 3) Puzzle, Ditempatkan di tengah menu, dengan ciri khas unik dan harga yang lebih tinggi.
- 4) Dog, Ditempatkan di bagian bawah atau atas tergantung strategi, untuk memaksimalkan pergerakan stok.

#### D. Promosi

- 1) Star, Tidak memerlukan banyak promosi, namun bisa diberikan diskon saat jam sepi.
- 2) Plowhorse, Promosi dilakukan pada hari-hari yang sepi dengan meningkatkan volume atau bundling.
- 3) Puzzle, Ditawarkan dalam bentuk paket untuk menarik pelanggan yang mencari produk eksklusif.
- 4) Dog, Sering di-bundling dengan produk lain agar lebih cepat terjual dan mengetahui minat pelanggan.

Rekomendasi ini menunjukkan pentingnya pemahaman kategori produk dan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan penjualan dan keuntungan/

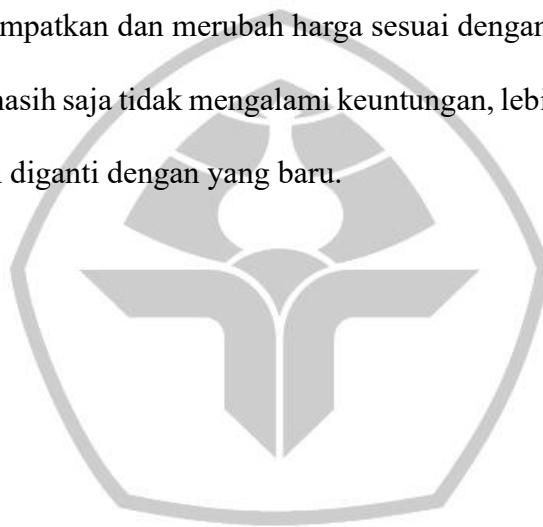


## 6.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka saran-saran yang dapat diajukan kepada pihak Manajemen Rabbit Jump Beach Club adalah:

1. Melakukan analisis menu yang perlu dilakukan secara periodik, minimal enam bulan sekali. Hal ini dimaksudkan karena analisis menu adalah suatu alat evaluasi yang digunakan oleh manajemen Rabbit Jump Beach Club untuk membuat agar menu yang ditawarkan kepada calon pelanggan lebih sesuai dengan selera atau minat pelanggan, sehingga menu tersebut menjadi populer dan memberikan tingkat keuntungan yang memadai. Ditambah dengan penunjang design – design selebaran promosi dan design menu yang di perbaharui sedemikian rupa untuk menarik minat pelanggan membaca dan membeli produk dari menu yang kita tawarkan.
2. Analisa menu juga dapat dibuat dengan cara menerima komentar dari pelanggan yang dimana pelanggan tersebut adalah bagian dari market base kita, sehingga menu yang akan kita revisi menjadi searah dengan target, market base dan konsep yang kita buat sebelumnya. Analisa menu ini juga dapat di arahkan ke bebrapa sudut pandang, diantaranya, nama daripada menu dalam sebuah category dan promo menarik yang memungkinkan di masukkan ke dalam menu utama.
3. Sebagai tindak lanjut dari Analisis menu perlu diambil langkah-langkah yang dapat meningkatkan potensi makanan tersebut, sehingga makanan yang disajikan disukai oleh wisatawan dan memberikan keuntungan yang tinggi. Langkah-langkah yang perlu diambil antara lain menu-menu yang

tergolong kategori star, agar bisa dipertahankan dan untuk kategori plowhorse, agar lebih diperhatikan lagi untuk penentuan harga yang sesuai, sehingga mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Pada menu kategori puzzle, harus lebih dikonsentrasikan agar menu tersebut dapat menarik minat pelanggan untuk menikmatinya, hal ini harus diperhatikan tingkat kepopuleran dari menu ini, sehingga perusahaan akan mendapatkan hasil yang maksimal. Untuk menu dog, yang paling penting adalah berusaha untuk menempatkan dan merubah harga sesuai dengan standar perusahaan, tetapi jika masih saja tidak mengalami keuntungan, lebih baik menu tersebut dihapus dan diganti dengan yang baru.



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## REFERENSI

- Anggitha, I. P. N., Sudiarta, I. N., & Kuntariati, U. (2023). Analisis menu a'la carte menggunakan metode menu engineering di poppies restaurant kuta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(1), 202-209.
- Ardiansyah, I. (2020). The application of menu engineering technique in determining marketing strategy at the den of kalaha restaurant jakarta. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(1), 18-39.
- Astuti, M. T. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA BAHARI DI GILI TRAWANGAN KABUPATEN LOMBOK BARAT PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT. *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*, 78–80. <http://lombokbaratkab.go.id/peluang-pengembangan-wisata-bahari>
- Atmaja, I. N. P. S., Pambudi, B., & Wardana, M. A. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Berbasis Menu Engineering Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Restoran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(5), 1206-1224.
- Axnestasya, Ismail, D., & Sinaga, F. (2023). Analisis Menu Engineering Pada Menu A'la Carte Restoran Sky Borneo Pontianak. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 02(7), 1488–1504. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i7>
- Badan Pusat Statistik. (2015). *PROFIL PENDUDUK INDONESIA HASIL SUPAS 2015*.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Penerbit Ombak.
- Choirunissa, F. (2022). Perancangan bauran pemasaran Kedai Kopi Kulo berdasarkan pendekatan Segmentation-Targeting-Positioning.
- Damayanti, I. A. K. W., Solihin, & Suardani, M. (2021). *Pengantar Hotel dan Restoran* (hlm. 84–89). CV. Eureka Media Aksara.
- Ekawatiningsih, W. R. P. (2020). *Manajemen Pelayanan Makanan dan Minuman*. Uny Press.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. CV. Budi Utama.
- Hamidah, S., & Komariah, K. (2018). *Resep & menu*. Deepublish.
- Hartanto, A., & Wardoyo, A. (2015). *BONCAFÉ BEACH CLUB DENGAN KONSEP BALI MODERN*. 19–20.
- Hendratmoko, H. (2014). Pulau Bali dan Gili Trawangan juga masuk ke dalam 10 pulau teratas di Asia yang layak dikunjungi. *KBR*, 1–1. <https://kbr.id/intermezzo/02-2014/travellers/45924.html>
- Hermida, C. E. C., & Aráuz, M. B. B. (2023). Menu engineering: A benchmark methodology for improving the profitability of a restaurant company. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10(3S), 3067-3079.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Nugroho, D. W. P. S. (2021). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 76–82.

- Juliana, J., Pramezwy, A., Nukak, N. A., & Situmorang, J. M. H. (2021). Using contribution of menu engineering in upscale restaurants to enhance sales volume. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(4), 1-12.
- Koetler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12*. PT. Index.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Kusuma, F., & Hidayat, R. (2024). PENERAPAN BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TIMELESS COFFEE BAR. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(6), 406-413.
- Kwong, L. Y. L. (2005). The application of menu engineering and design in Asian restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 24(1), 91-106.
- Lestari, A. P. (2023, Agustus 23). Rabbit Jump: Rekomendasi Beach Club Terbesar di Gili Trawangan. *Fimela*, 1-2.
- Linassi, R., Alberton, A., & Marinho, S. V. (2016). Menu engineering and activity-based costing: an improved method of menu planning. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(7), 1417-1440.
- Marsum, W. A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya* (Edisi 4). Andi.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 370-386.
- Mentari, I., & Christina, M. H. (2015). Analisis Dan Usulan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Kafe (Studi Kasus: Kafe Lumiere). In *PROCEEDING 2nd ANNUAL CONFERENCE ON INDUSTRIAL AND SYSTEM ENGINEERING 2015* (p. 81).
- Mertayasa, I. G. A. (2019). Analisis Menu dalam Meningkatkan Penjualan Makanan pada Coffee Shop Restoran Puri Saron Denpasar-Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 14(2).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis* (H. Salmon, K. Perry, K. Koscielak, & L. Barret, Ed.; Third Edition). SAGE Publications, Inc.
- Nasution, H. F. (2016). INSTRUMEN PENELITIAN DAN URGENSINYA DALAM PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4, 59-75.
- Octaviany, M. (2017). Usulan bauran pemasaran Kafe Le Cordon untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen.
- Owen, J. (2023). The Most Beautiful Countries in The World. *Rough Guides*, 1-1. <https://www.roughguides.com/gallery/most-beautiful-country-in-the-world/#17-indonesia>
- Pasi, S. U. (2023, Agustus 7). Mengintip Rabbit Jump, Beach Club Terbesar di Gili Trawangan Lombok yang Cocok Jadi Tempat Pelepas Penat. *Bola.NET*, 1-1.

- Putra, A. M., & Guna, I. K. T. S. (2011). ANALISIS MENU A'LA CARTE DALAM MENENTUKAN BAURAN PEMASARAN PADA EDEN RESTAURANT DI DHYANA PURA BEACH HOTEL SEMINYAK KUTA BALI. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 1(2).
- Rinaldi, A., & Hiskandar, H. (2024). Implementasi Sistem Menu Engineering untuk Peningkatan Kualitas Menu di X Coffee Eatery Tebet. *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 10(2), 173-186.
- Ros. (2016). Lombok Kembali Raih Tiga Juara dalam Ajang “World Halal Tourism Awards” 2016. *Suara NTB*. <https://www.suarantb.com/2016/12/08/lombok-kembali-raih-tiga-juara-dalam-ajang-world-halal-tourism-awards-2016/>
- Safitri, E. Y., Yustita, D. A., & Wijaya, J. C. A. (2023). Analisis Menu Engineering dengan Pendekatan Matriks untuk Menentukan Strategi Bauran Pemasaran Bisnis Kuliner. *JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA*, 6(3), 100–107.
- Safitri, N. L. A., Muslikhati, M., & Millatina, A. N. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan: Studi Pada Café O/R Traffic Malang. *Journal of Islamic Economics Development and Innovation (JIEDI)*, 2(3), 193-208.
- Sahla, H. (2019). KONSEP PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, 5(2), 57–61. [www.universitاسahan.ac.id](http://www.universitاسahan.ac.id)
- Saragi, H. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Pariwisata terhadap Peluang Kerja di Industri Pariwisata* (Vol. 4).
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhartapa. (2021). *STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN DESTINASI PARIWISATA*.
- Suryawati, D. A., & Osin, R. F. (2019). ANALISIS MENU UNTUK MENENTUKAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BUNUT CAFÉ% DI HOTEL WHITE ROSE LEGIAN KUTA. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 3(1), 29-35.
- Susila, B. P. E., & Nugraha, S. (2021). Menu Engineering sebagai Strategi Penetapan Produk Makanan dalam Menghadapi Tatanan Kehidupan baru di Kopi Restaurant & Bar Kuta-Bali. *ournal of Applied Management and Accounting Science*, 3(1), 14–27.
- Sutaguna, I. N. T. (2017). *ANALISIS MENU DALAM MENENTUKAN BAURAN PEMASARAN PADA MAWAR RESTAURANT DI PURI SHARON RESORT SEMINYAK KUTA BALI*. Universitas Udayana.
- Suyasa, I. G. A. N. D. (2023). *ANALISIS MENU ENGINEERING SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN DAN MENGURANGI FOOD WASTE DI MASE KITCHEN AND WINE BAR SEMINYAK BALI*.
- Tumpuan, A. (2021). Penerapan Sistem Menu Engineering Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Menu di Restoran Bintang Inti Executive Village Clubhouse. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(1), 60–73.

<https://jurnal.ugm.ac.id><http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legal>  
cod

- Utama, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. (2018). *Membangun pariwisata dari desa: Desa Wisata Blimbingsari Jembrana Bali usaha transformasi ekonomi*. Deepublish.
- Veronika, R., Hadijah, S., Andriani, D., & Astiani, H. (2024). ANALISIS MENU ENGINEERING SEBAGAI UPAYA PENYUSUNAN MENU PADA CAFE & RESTO RTM (WISATA SUNGAI TELLO) KOTA MAKASSAR. *Home Journal.*, 6(1).
- Wahyudi, K. A., Sinaga, F., Amir, F. L., & Parwati, K. S. M. (2024). Upaya Peningkatan Popularitas dan Profitabilitas Menu Makanan Dengan Metode Menu Engineering. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 3(6), 1010-1021.
- Wani, Y. A., Tanuwijaya, L. K., & Arfiani, E. P. (2019). *Manajemen Operasional Penyelenggaraan Makanan Massal (Edisi Revisi)*. Universitas Brawijaya Press.
- WARDANI, K. M. K., YUDISTIRA, C. G. P., SUCIANI, N. K., & KASIANI, K. (2023). PENINGKATAN PENJUALAN MAIN COURSE MENU PADA PREGO RESTAURANT THE WESTIN RESORT NUSA DUA-BALI (PENDEKATAN MENU ENGINEERING). *GANEC SWARA*, 17(1), 338-346.
- World Economic Forum. (2021). *Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future M A Y 2 0 2 2*.
- Yulianti, F., Lamsyah, & Periyadi. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Zanuar, A. Z., Sendra, I. M., & Mananda, I. G. S. (2017). PREFERENSI WISATAWAN BERPASANGAN MANCANEGARA TERHADAP PRODUK WISATA DI GILI TRAWANGAN, LOMBOK UTARA, NUSA TENGGARA BARAT. *Jurnal IPTA*, 5, 45-46.

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI