

SKRIPSI

**ANALISIS MENU ENGINEERING PADA MENU APPETIZER
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
DI WARUNG LIBERDADE RESTORAN & BAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Kadek Rifan Armada Surya

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

SKRIPSI

**ANALISIS MENU ENGINEERING PADA MENU APPETIZER
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
DI WARUNG LIBERDADE RESTORAN & BAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Kadek Rifan Armada Surya
NIM 2415854081**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

SKRIPSI

ANALISIS MENU ENGINEERING PADA MENU APPETIZER UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI WARUNG LIBERDADE RESTORAN & BAR

**Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata
di Politeknik Negeri Bali**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Kadek Rifan Armada Surya
NIM 2415854081**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

ABSTRAK

Surya, Kadek Rifan Armada. (2025). *Analisis Menu Engineering Pada Menu Appetizer Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Warung Liberdade Restoran & Bar*. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Elvira Septevany, S.S.,M.Li, dan Pembimbing II: Ni Ketut Bagiastuti, SH., M.H.

Kata Kunci: *menu engineering, appetizer, margin kontribusi*

Restoran menjadi salah satu bidang usaha yang penting dalam pariwisata. Pihak manajemen restoran harus dapat meningkatkan penjualan menu dengan melakukan evaluasi terhadap menu-menu yang dijual sehingga mendapatkan keuntungan yang maksimal. Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) untuk mengetahui analisis menu engineering pada menu appetizer di Warung Liberdade Restoran & Bar, dan 2) untuk mengetahui strategi yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan menu appetizer di Warung Liberdade Restoran & Bar. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan analisis menu engineering. Berdasarkan analisis yang digunakan didapatkan hasil bahwa dari 11 item menu appetizer yang dianalisis, menu dengan tingkat popularitas yang tinggi sebesar 45,5% atau sebanyak 5 item dan menu dengan tingkat popularitas yang rendah sebesar 9% atau sebanyak 1 item, sedangkan menu dengan margin kontribusi tertinggi sebesar 63,6% atau sebanyak 7 item, dan menu dengan margin kontribusi terendah sebesar 36,4% atau sebanyak 4 item. Kemudian dari 11 item menu appetizer yang dianalisis, sebesar 45,5% atau sebanyak 5 item menu tergolong kategori star, sebesar 27,3% atau sebanyak 3 item menu tergolong kategori plowhorse, sebesar 18,2% atau sebanyak 2 item menu tergolong kategori puzzels, dan sebesar 9% atau sebanyak 1 item menu tergolong kategori dog. Berdasarkan hasil analisis, usaha yang dapat dilakukan yaitu mempertahankan kualitas menu, mempromosikan menu, menekan biaya produksi, menghapus menu, dan mengembangkan menu baru.

ABSTRACT

Surya, Kadek Rifan Armada. (2025). *The Analysis of Menu Engineering on Appetizer Menu to Increase Sales Volume at Warung Liberdade Restaurant & Bar*. Undergraduate Thesis: Tourism Business Management, Tourism Department, Politeknik Negeri Bali.

This thesis has been approved and reviewed by Supervisor I: Elvira Septevany, S.S.,M.Li, and Supervisor II: Ni Ketut Bagiastuti, SH.,M.H.

Keywords: menu engineering, appetizer, contribution margin

Restorans are one of the important business fields in tourism. Restoran management must be able to increase menu sales by evaluating the menus sold so as to get maximum profit. The objectives of this study are: 1) to find out the menu engineering analysis on the appetizer menu at Warung Liberdade Restoran & Bar, and 2) to find out the strategies carried out in increasing the sales volume of the appetizer menu at Warung Liberdade Restoran & Bar. The data collection methods used in this research are observation, documentation, and in-depth interviews. The data analysis technique used in this research is menu engineering analysis. Based on the analysis used, it was found that of the 11 appetizer menu items analyzed, the menu with a high level of popularity was 45.5% or 5 items and the menu with a low level of popularity was 9% or 1 item, while the menu with the highest contribution margin was 63.6% or 7 items, and the menu with the lowest contribution margin was 36.4% or 4 items. Then of the 11 appetizer menu items analyzed, 45.5% or 5 menu items were classified as star category, 27.3% or 3 menu items were classified as plowhorse category, 18.2% or 2 menu items were classified as puzzles category, and 9% or 1 menu item was classified as dog category. Based on the results of the analysis.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, yang telah memberkati penulis dengan kemampuan untuk menulis skripsi penelitian. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “Analisis Menu Engineering pada Menu Appetizer Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Warung Liberdade Restoran & Bar”. Penulisan skripsi penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut ini atas dukungan, saran, dan bantuan yang diberikan selama proses penelitian dan penulisan:

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Politeknik Negeri Bali.
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali, atas arahan dan bimbingannya selama penulis menjalani masa studi.
3. Putu Tika Virginiya, M.Pd., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali, atas arahan dan bimbingannya selama penulis menempuh studi.
4. Dr. Made Satria Pramanda Putra, S.H, S.E, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.
5. Elvira Septevany, S.S.,M.Li selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan serta saran dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Ni Ketut Bagiastuti, SH.,M.H. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan serta saran untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Seluruh Dosen Jurusan Pariwisata atas ilmu dan pendidikan yang diberikan kepada penulis dan seluruh mahasiswa.

8. Made Artana dan Komang Dewi yang merupakan orang tua tercinta, Putu Rian Arde Surya sebagai kakak tersayang, atas dukungan dan kasih sayang yang tiada henti kepada penulis.
 9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberikan dukungan dan bantuannya selama proses pengerjaan skripsi ini.
- Penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini masih memerlukan perbaikan agar dapat bermanfaat bagi sebanyak mungkin orang, oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran.

Penulis,

Kadek Rifan Armada Surya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan dan Ruang Lingkup Masalah	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Restoran	7
2.1.2 Menu Appetizer	18
2.1.3 Menu Engineering	19
2.1.4 Penjualan	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian.....	27
3.2 Objek Penelitian	28
3.3 Identifikasi Variabel	28
3.4 Definisi Operasional Variabel	29
3.5 Jenis dan Sumber Data	30
3.6 Penentuan Informan.....	31
3.7 Metode Pengumpulan Data	31

3.8 Teknik Analisis Data	33
BAB IV PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum.....	37
4.1.1 Sejarah Warung Liberdade Restoran & Bar	37
4.1.2 Bidang Usaha dan Fasilitas Restaurant.....	38
4.1.3 Struktur Organisasi Warung Liberdade Restoran & Bar	40
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	48
4.2.1 Analisis <i>Menu Engineering</i> terhadap <i>Menu Appetizer</i> di Warung Liberdade Restoran & Bar.....	50
4.2.2 Strategi dalam Meningkatkan Volume Penjualan <i>Menu Appetizer</i> di Warung Liberdade Restoran & Bar	60
BAB V PENUTUP	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variable.....	30
Table 3.2 Variable Terikat	30
Tabel 3.3 Worksheet Menu Engineering	35
Tabel 3.4 Pengklasifikasian Menu	36
Tabel 4.1 History of Appetizer Sales Warung Liberdade Restoran & Bar Periode Tahun 2021 - 2023.....	49
Tabel 4.2 Perhitungan Persentase Penjualan Menu Engineering	51
Tabel 4.3 Perhitungan Marjin Kontribusi Menu Engineering	52
Tabel 4.4 Perhitungan Total Penjualan Menu Engineering	54
Tabel 4.5 Perhitungan Total Marjin Kontribusi Menu Engineering	55
Tabel 4.6 Klasifikasi Bauran Menu dan Marjin Kontribusi Menu Appetizer di Warung Liberdade Restoran & Bar Pada Tahun 2021-2023.....	57
Tabel 4.7 Klasifikasi Menu Engineering Terhadap Menu Appetizer di Warung Liberdade Restoran & Bar Pada Tahun 2021-2023.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Warung Liberdade Restaurant & Bar	01
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Pada Warung Liberdade Restaurant & Bar	03
Gambar 3.1 Lokasi Warung Liberdade Restaurant & Bar	28
Gambar 4.1 Google Map Warung Liberdade Restaurant & Bar	38
Gambar 4.2 Struktur Organisasi di Warung Liberdade Restaurant & Bar	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Permohonan Pengumpulan Data	73
Lampiran 2. Data Penjualan Appetizer hingga Maincourse di Warung Liberdade Restoran & Bar, Tahun 2021-2023 (porsi)	74
Lampiran 3. Omset Penjualan Menu Appetizer di Warung Liberdade Restoran & Bar, Tahun 2021-2023	75
Lampiran 4. Menu Warunng Liberdade Restoran & Bar.....	76
Lampiran 5. Analisis Menu Engineering Worksheet 1 di Warung Liberdade Nusa Dua Retaurant & Bar Pada Tahun 2021-2023	77
Lampiran 6. Analisis Menu Engineering Worksheet 2 Warung Liberdade Nusa Dua Restoran & Bar.....	78
Lampiran 7. Kategori Bauran Menu dan Kategori Marjin Kontribusi Menu Engineering Warung Liberdade Nusa Dua Restoran & Bar.....	79
Lampiran 8. Rincian Food Cost Makanan dari Avocado & Shrimps Salade	80
Lampiran 9. Photo dari Avocado Salade & Shrimps Salad (Kategori Star)	81
Lampiran 10. Suasana Warung Liberdade Nusa Dua Retaurant & Bar.....	82
Lampiran 11. Photo Rifan Bersama Team Warung Liberdade Nusa Dua	83

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daerah Nusa Dua dan Tanjung Benoa terdapat banyak hotel dan restoran disepanjang jalan yang menawarkan berbagai macam menu untuk wisatawan, seperti Warung Liberdade Restoran & Bar.

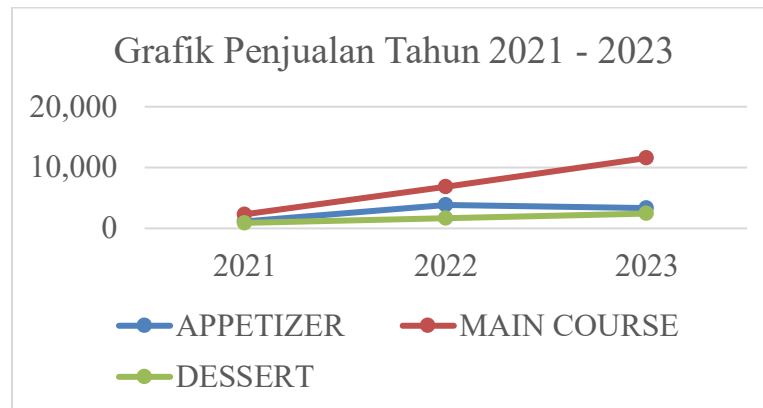
Warung Liberdade berlokasi di Jalan Pratama No. 57, Tanjung Benoa. Restoran ini menyediakan layanan makanan dan minuman yang nyaman bagi wisatawan. Adapun kapasitasnya sejumlah 30 meja, dengan konfigurasi tempat duduk berpasangan maupun berempat untuk kelompok /keluarga, dengan kapasitas total kurang lebih 60 orang yang buka setiap hari mulai dari *branch*, *lunch*, dan *dinner*. Restoran ini menyediakan berbagai macam menu seperti menu A'la Carte yang bisa dipilih oleh tamu. Menu A'la Carte merupakan daftar makanan yang disediakan dalam outlet penjualan atau restoran, yang tersedia mulai dari *appetizer* (makan pembuka selera), *maincourse* (makanan utama), *dessert* (makanan penutup) dan jenis minuman lainnya.

Appetizer dalam Bahasa Prancis disebut dengan *Hors D'oeuvre*. Beberapa orang sering menyebut sebagai *starter* atau *first course*, yang berarti hidangan yang disajikan pada giliran pertama yang berfungsi untuk membangkitkan selera makan (Cahyana & Guspri, 2009). Sedangkan menurut Agustina (2015), *appetizer* terdiri dari 2 jenis yaitu *cold appetizer* (*appetizer* yang disajikan dalam keadaan dingin) dan *hot appetizer* (*appetizer* yang disajikan dalam keadaan panas).

Appetizer baik *cold appetizer* maupun *hot appetizer* harus disajikan semenarik mungkin agar dapat meningkatkan nafsu makan wisatawan.

Berdasarkan data penjualan *appetizer* hingga *maincourse* di Warung Liberdade Restoran & Bar, tahun 2021-2023 (porsi) yang terdapat pada Lampiran 1., dapat dilihat bahwa penjualan menu *appetizer* di Warung Liberdade Restoran & Bar dari tahun 2021 hingga tahun 2023, mengalami penurunan pada tahun 2022 dan 2023 dibandingkan menu-menu lainnya. Secara keseluruhan menu *appetizer* dari tahun 2022 hingga dan tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 500 porsi, sedangkan untuk menu *maincourse* dan menu *dessert* secara keseluruhan mengalami peningkatan masing-masing sebesar 4.755 porsi dan 754 porsi. Penurunan penjualan dari menu *appetizer* ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, pelayanan, promosi, ketertarikan wisatawan, serta segmentasi pasar yang berubah. Hal ini bisa dilihat pada Gambar 1.2.

Penjualan dari menu-menu *appetizer* tentu akan berpengaruh terhadap omzet yang akan diterima oleh pihak Warung Liberdade Restoran & Bar. Berdasarkan Webb dkk (2023), *appetizer* dan *maincourse* dapat digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan pendapatan. Apabila volume dari penjualan *appetizer* meningkat bisa jadi akan meningkatkan omzet penjualan yang merujuk pada peningkatan profit perusahaan.



Gambar 1.2 Grafik Penjualan pada Warung Liberdade Restoran & Bar
Sumber: Sales & Marketing Department

Berdasarkan Omset Penjualan *Menu Appetizer* di Warung Liberdade Restoran & Bar, tahun 2021-2023 yang dapat dilihat pada Lampiran 2, bahwa omzet penjualan menu *appetizer* yang didapat dari tahun 2021 hingga tahun 2022 mengalami peningkatan, sedangkan pada tahun 2022 ke 2023 mengalami penurunan. Pada tahun 2022 ke 2023 sudah masa new-normal setelah Covid-19. Penurunan omzet ini dipengaruhi oleh jumlah penjualan *appetizer* yang menurun. Banyak faktor yang mempengaruhi penurunan ini seperti berbedanya segmen pasar yang datang, ketertarikan konsumen terhadap *appetizer*, dan masih banyak lagi.

Meskipun terdapat menu *appetizer* baru, tapi bukan berarti penurunan terhadap menu-menu *appetizer* yang lama tidak segera diatasi pada tahun 2023. *Menu Appetizer* memang dapat mendatangkan omzet penjualan yang tinggi bagi pihak restoran, tetapi penurunan omzet terhadap menu-menu yang sudah ada harus segera ditemukan cara untuk mengatasinya agar tidak menimbulkan kerugian yang semakin besar. Untuk mengatasi penurunan dalam penjualan *appetizer*, dapat digunakan beberapa cara seperti melakukan evaluasi menu atau menerapkan *menu engineering*.

Menu engineering merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengevaluasi dan mengelola item menu berdasarkan popularitas dan profitabilitasnya. Tujuan utamanya adalah memaksimalkan keuntungan restoran atau hotel melalui strategi penyusunan menu yang tepat (Ninemeier, 2009). *Menu engineering* berfungsi sebagai alat evaluasi untuk mengukur sejauh mana menu mampu memenuhi ekspektasi konsumen, khususnya wisatawan, serta untuk menganalisis kontribusi keuntungan dari penjualan makanan dan minuman dalam rangka pencapaian target pendapatan restoran (Puri, 2015). *Menu engineering* dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan volume penjualan, khususnya menu *appetizer* (Putra dkk, 2018). Dengan menerapkan *menu engineering* ini, maka pengelola dapat menilai perkembangan penjualan makanan di Warung Liberdade Restoran & Bar yang tentunya akan mempengaruhi keuntungan yang diterima oleh Warung Liberdade Restoran & Bar. Dengan adanya fenomena tersebut, peneliti melakukan penelitian mengenai “Analisis *Menu Engineering* pada *Menu Appetizer* dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di Warung Liberdade Restoran & Bar”.

1.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimanakah analisis *menu engineering* pada *menu appetizer* di Warung Liberdade Restoran & Bar?
2. Bagaimanakah strategi *menu engineering* pada *menu appetizer* meningkatkan volume penjualan di Warung Liberdade Restoran & Bar?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan untuk memperoleh hasil adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis *menu engineering* pada *menu appetizer* di Warung Liberdade Restoran & Bar.
2. Untuk mengetahui strategi *menu engineering* pada *menu appetizer* meningkatkan volume penjualan di Warung Liberdade Restoran & Bar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan, baik dalam pengembangan teori maupun penerapannya di lapangan. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini akan memberikan manfaat dalam pengembangan teori mengenai menu khususnya penerapan *menu engineering* untuk meningkatkan volume penjualan *Appetizer* di Warung Liberdade Restoran.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan yang berguna bagi Warung Liberdade Restoran & Bar untuk meningkatkan volume penjualan *appetizer* di *Food & Beverage Departement*.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini akan membantu para akademisi dalam memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana peran menu engineering dalam meningkatkan volume penjualan appetizer di Warung Liberdadde Restoran & Bar. Selain itu, temuan dari penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan dan referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian di bidang *Food & Beverage Departement* khususnya dalam meningkatkan volume penjualan *appetizer*.

3. Bagi Penulis

Penulis dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran menu engineering dalam upaya meningkatkan volume penjualan di Warung Liberdade Restoran & Bar.

1.5 Batasan dan Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan topik penelitian yang sangat luas, maka dari itu perlu adanya pembatasan masalah untuk memfokuskan penelitian agar memiliki ruang lingkup yang spesifik, antara lain:

1. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *menu engineering* dan variabel terikatnya adalah volume penjualan *appetizer*.
2. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan appetizer di Warung Liberdade Restoran & Bar.
3. Sampel untuk penelitian ini diambil dari Food & Beverage Departement di Warung Liberdade Restoran & Bar.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menggunakan analisis *menu engineering* pada menu *appetizer* di Warung Liberdade Restoran & Bar, Nusa Dua Bali dari tahun 2021 hingga tahun 2023, maka dapat disimpulkan bahwa dari 11 *item menu appetizer* yang telah dianalisis diperoleh hasil sebesar 45,5% atau sebanyak 5 *item menu* dari keseluruhan *menu appetizer* tergolong kategori *star* yaitu *Avocado & Shrimps Salad*, *Caesar Salad*, *The Bedugul Salad*, *Seafood Salad*, dan *Chicken Wing*. Kategori selanjutnya yaitu kategori *plowhorse* sebesar 27.3% atau sebanyak 4 *item menu* yaitu *Greek Salad*, *Spring Rool*, dan *Corn & Shrimps Fritter*. Kategori menu selanjutnya yaitu kategori *puzzels* sebesar 18,2% atau sebanyak 2 *item menu* yaitu *Seafood Tomyam* dan *Seafood Laksa*. Kategori menu yang terakhir yaitu kategori *dog* sebesar 9% atau sebanyak 1 *item menu* yaitu *Sauted Chicken Liver*.

Usaha yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan menu kategori *star* yaitu dengan mempertahankan kualitas menu, meletakkan menu kategori *star* di posisi yang strategis dalam *menu layout /menu list*, dan selalu merekomendasikan menu-menu yang tergolong kategori *star* kepada wisatawan. Usaha yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan menu kategori *plowhorse* yaitu dengan menekan biaya produksi menu kategori *plowhorse*, melakukan pertimbangan untuk menggantikan bahan-bahan dengan harga yang lebih murah namun dengan

kualitas yang sama, dan selalu merekomendasikan menu-menu yang tergolong kategori *plowhorse* kepada wisatawan. Selanjutnya, untuk kategori *puzzels* yaitu dengan menambahkan menu dengan kategori *puzzels* ke dalam *event-event* khusus yang dilakukan oleh pihak hotel, melakukan perubahan terhadap tampilan penyajian makanan, dan selalu merekomendasikan menu-menu kategori *puzzels* kepada wisatawan. Untuk menu dengan kategori *Dogs* disarankan untuk dihapus dari daftar menu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang diperoleh, beberapa saran yang dapat diajukan adalah agar manajemen Departemen F&B di Warung Liberdade Restaurant & Bar melakukan evaluasi menu dengan menggunakan analisis *menu engineering* secara berkala minimal setiap tiga bulan sekali. Hal ini bertujuan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam meningkatkan penjualan *menu appetizer* sehingga penjualan menjadi lebih efektif dan operasional berjalan lebih efisien. Selain itu, dalam penentuan harga jual menu appetizer, disarankan agar manajemen melakukan pengendalian terhadap harga pokok makanan serta memberikan pelatihan kepada karyawan agar pengolahan bahan baku menjadi lebih efisien.

Untuk meningkatkan penjualan *menu appetizer* di Warung Liberdade nusa Dua Restoran & Bar memerlukan peran serta dari semua *staff F & B Department* Warung Liberdade Restarant & Bar agar terus melakukan promosi terhadap seluruh *menu appetizer* yang dijual baik itu kategori *star*, *plowhorse*, *puzzels*, sehingga dapat meningkatkan popularitas menu dan memberikan keuntungan

yang besar. Ataupun memodifikasi atau menghapus menu dengan kategori *dogs* dari daftar menu. Selain itu, pihak manajemen juga harus memperhatikan keinginan wisatawan dan menciptakan inovasi-inovasi baru terhadap makanan sehingga sesuai dengan selera dan keinginan para wisatawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- Alfaruq, A. N. (2021). Pengaruh Instagram Ads (Advertising) dalam Membangun Brand Awareness Clothing Line HEBE. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Arini, I. A. D., Paramita, I. B. G., & Triana, K. A. (2020). Ekspektasi, Realisasi dan Negosiasi Tourism Reborn di Masa Pandemi dalam Pariwisata Bali. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 1(2), 101-112.
- Armanto, R., & Gunarto, M. (2022). Analisis Dampak Media Sosial terhadap Penjualan Perumahan: Studi Empiris Penggunaan Iklan Facebook dan Instagram. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 3(1), 45-55.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing pada Hotel Kila di Kabupaten Lombok Barat terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary: Penelitian dan Pengembangan dibidang Administrasi Pendidikan*, 9(1), 22-32.
- Astawa, I. K., & Meirejeki, I. N. & Virginiya, P. T. (2023). Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian untuk Mahasiswa D4/S1 Terapan. Purbalingga, Jawa Tengah: Eureka Media Aksara. <https://bit.ly/4b7Cha5>
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321-339. <http://www.ijmra.us>, <http://www.ijmra.us>, <http://www.ijmra.us>, <http://www.ijmra.us>
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128-148. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>
- Budiarta, I. P., Solihin, S. Arjana, I. W. B., & Suja, I. K. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Aston Hotel Kupang dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(2), 161-168.
- Buil, I., De Chernatony, L., & Martínez, E. (2013). Examining the Role of Advertising and Sales Promotions in Brand Equity Creation. *Journal of Business Research*, 66(1), 115-122. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.030>

- Chaffey D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing. Loughborough, England: Pearson uk. <https://bit.ly/4bxbw4>
- Dameria, S. (2014). Buku Ajar Statistika Dasar. Cawang, Jakarta Timur: Uki Press. <https://bit.ly/3SAQ5kX>
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 47-54.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Press.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Press.
- Hasanah, N., Nugroho, L. E., & Nugroho, E. (2015). Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model. *Scientific Journal of Informatics*, 2(2), 99-109. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/sji>
- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2018). Pengantar Manajemen Hospitality. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Keller, K. L. (2013). Building Strong Brands in a Modern Marketing Communications Environment. In The Evolution of Integrated Marketing Communications. *Journal of Marketing Communications*, 15(2/3), 139-155.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2010). Principles of Marketing. India: Pearson Education. <https://bit.ly/3OhpFDa>
- Krizanova, A., Lazaroiu, G., Gajanova, L., Klietkova, J., Nadanyiova, M., & Moravcikova, D. (2019). The Effectiveness of Marketing Communication and Importance of its Evaluation in an Online Environment. *Sustainability (Switzerland)*, 11(24). <https://doi.org/10.3390/su11247016>
- Kusumawardani, P. A. (2013). Strategi Brand Communication dalam Membangun Brand Awareness. Jawa Timur: Universitas Pembangunan Nasional.
- Mafulla, D., Hestianah, S., & Kholik, A. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. *Jurnal el-Iddarah*, 1(2).
- Mahmudi. (2005). Manajemen Kinerja Sektor Publik. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

- Maliluan, F. C., Suharto, S., & Sunyoto, S. (2014). Strategi Sales and Marketing Department dalam Mengelola Corporate Rate dan Key Account di Hotel Grand Melia Jakarta. *Jurnal Pariwisata Indoensia*, 9(2), 82-100.
- Melati, K., & Febianty, F. (2016). The Effect of Social Media on the Brand Awareness at Hotels in Kuta Area. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 2(1), 474–482. www.internetworldstats.com
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Profesi Humas*, 3(1), 1-20. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Prayitno, S. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu-Rajawali Pers. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Priyo Hastono, S. (2006). Analisis Data SPSS. Jakarta: Universitas Indonesia
- Purwanto, & Nfn. (2019). Variabel dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 10(18), 196-215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *In Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Putra, H. A. A., Fikri, M., Dinata, A. A. K., & Purnamasari, I. (2023). Strategi Kreatif untuk Meningkatkan Efektivitas Fasilitas Digital Marketing. *Karimah Tauhid*, 2(4), 1238-1245.
- Putra, I. B. W. D., Astina, M. A., & Arnawa, I. G. M. S. (2023). Analisis Strategi Menu Engineering dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Restoran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(6), 1444-1457.
- Putra, I. G. N. D. P., Elistyawati, I. A., & Oka, I. (2018). The Application of Menu Appetizer Based nn Menu Engineering to Increase Selling Volume in El Patio Restaurant, Sol Beach House Benoa Bali. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 1(1), 178-187.
- Rahmadanti, A. R., Aditasari, K., & Wibawa, B. M., (2021). Efektivitas Strategi Iklan dengan Menggunakan Instagram Ads untuk Meningkatkan Penjualan dan Branding Produk: Studi Kasus Privet.id. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 10(1), 112-117.
- Riduwan, M. B. A. (2007). Skala Pengukuran Variabel - Variabel Penelitian. Jawa Barat: Alf. Bandung.
- Sánchez-Franco, M. J., Peral-Peral, B., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2014). Users' Intrinsic and Extrinsic Drivers to Use a Web-based Educational Environment. *Computers and Education*, 74, 81-97.

<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.02.001>

- Santoso, P. Y. (2018). Transformasi Integrated Marketing Communication di Era Digital. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 313-326.
- Sholihin, R. (2019). Digital Marketing di Era 4.0. Semarang: Anak Hebat Indonesia. <https://bit.ly/3SOeDYR>
- Silitonga, A., Wibisono, C., & Indrawan, M. G. (2020). The Influence of Compensation, Competency, Facilities and Infrastructure on Teacher Performance and Work Motivation as an Intervening Variable in Private School. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 3(6), 2074-2082. <https://radjapublika.com/index.php/IJEBAS>
- Siyoto, & Ali Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Jawa Timur: Literasi Media Publishing. <https://bit.ly/49aPSM6>
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2011). Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Bandung: Alfabeta.
- Surya, P. R. A., Antara, D. M. S., Murni, N. G. N. S., & Sarja, N. L. A. K. Y. (2019). The implementation of e-commerce dynamic rate to generate room revenue. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, 1(1), 34-54
- Susan, G. (2011). 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGrawHill Companies.
- Suyasa, I. G. A. N. D., Ginaya, G., & Murni, N. G. N. S. (2023). Analisis Menu Engineering sebagai Strategi Meningkatkan Penjualan dan Mengurangi Food Waste di Mase Kitchen And Wine Bar Seminyak Bali (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Tritama, H. B., & Tarigan, R. E. (2016). The Effect of Social Media to The Brand Awareness of a Product of a Company. *In International Journal of Communication & Information Technology (CommIT)*, 10(1), 9-14.
- Tyaswening, E. (2019). Industri Perhotelan. Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Kemdikbud RI. <https://bit.ly/3SybHhS>
- Vinerean, S. (2017). Content Marketing Strategy. Definition, Objectives and

- Tactics. *Expert Journal of Marketing, Vinerean, Simona*, 5(2), 92–98.
- Wayan Suwithi, N. (2013). *Industri Perhotelan Kelas X Semester 1*. Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK Kemdikbud RI. <https://bit.ly/3Skv3Xm>
- Wiyasha, IBM. (2011). *Akuntansi Manajemen untuk Hotel dan Restoran*. Yogyakarta : Andi Offset
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. (2020). Pengaruh Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(2087-3077), 1-11
- Yanuar, D., Azman, Z., Nurrahmi, F., & Kamara, F. (2021). Penggunaan Viral Marketing di Instagram untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 145–168. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v13i1.1984>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI