

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Meningkatnya angka konsumsi masyarakat selama beberapa tahun terakhir menjadi salah satu faktor pendorong perkembangan bisnis industri terutama di sektor makanan dan minuman (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022).

**TABEL 1**  
Pengeluaran Per Kapita menurut Kelompok Komoditas Makanan Jadi dan Kuintil Pengeluaran (Persen) Maret 2023

Kuintil	Persentase Pengeluaran
Kuintil 1	25,37
Kuintil 2	27,88
Kuintil 3	29,70
Kuintil 4	31,38
Kuintil 5	36,50

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Menurut Badan Pusat Statistik (2023), peningkatan pendapatan yang terjadi secara perlahan mengakibatkan terjadinya pergeseran pola pengeluaran untuk komoditas makanan yang dikonsumsi, yaitu peningkatan porsi pengeluaran yang dibelanjakan untuk komoditas makanan yang lebih berkualitas.

Pengeluaran untuk makanan dan minuman jadi, merupakan yang terbesar pada setiap kuintil baik pertama, kedua, sampai dengan kuintil kelima. Pada kuintil 5, terlihat besarnya pengeluaran pada sub kelompok makanan dan minuman jadi mencapai 36,50 persen menduduki peringkat pertama.

**TABEL 2**  
Rata-rata Pengeluaran per Kapita Provinsi Banten  
Maret 2022-Maret 2023

<b>Kelompok Komoditas</b>	<b>Maret 2022</b>	<b>Maret 2023</b>
Makanan dan Minuman Jadi	281.437	297.845
Jumlah Makanan	830.111	847.452

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Berdasarkan Tabel 2, rata-rata pengeluaran per kapita dalam sebulan berdasarkan kelompok komoditas makanan dan minuman jadi di Provinsi Banten menunjukkan adanya peningkatan sebesar 5,83 persen dalam kurun waktu satu tahun. Salah satu produk dalam makanan dan minuman jadi yaitu merupakan roti. Maka dapat disimpulkan bahwa seiring dengan meningkatnya pengeluaran konsumsi makanan dan minuman jadi, konsumsi produk roti masyarakat Indonesia khususnya di Provinsi Banten juga ikut meningkat.

**TABEL 3**  
Tingkat Partisipasi Konsumsi menurut Jenis Makanan di Daerah Perkotaan dan Perdesaan (Persen)

<b>Jenis Makanan</b>	<b>Maret 2022</b>	<b>Maret 2023</b>
Roti Tawar	16,23	14,73
Roti Manis & Roti Lainnya	61,21	63,78
Kue Kering, Biskuit, Semprong	41,89	42,74
Kue Basah	57,17	60,42

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Tingkat partisipasi konsumsi merupakan perbandingan antara rumah tangga yang mengonsumsi komoditas tertentu dengan jumlah seluruh rumah tangga. Tingkat partisipasi Konsumsi di daerah Perkotaan dan Perdesaan pada tahun 2023 mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Berdasarkan Tabel 3, kategori roti tawar mengalami sedikit penurunan sebesar 1,5 persen. Kategori roti manis dan roti lainnya mengalami peningkatan sebesar 2,57 persen. Kategori kue kering, biskuit, dan semprong

meningkat sebesar 0,85 persen serta kategori kue basah meningkat sebesar 3,12 persen. Maka dari itu, industri makanan dan minuman khususnya industri roti berupaya untuk meningkatkan kualitas serta efisiensi penjualan untuk meningkatkan daya saing mereka.

Industri roti sebagai salah satu penyumbang perputaran roda ekonomi yang semakin berkembang di sektor bagian makanan dan minuman. Pertumbuhan industri ini dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup, di mana masyarakat kini lebih cenderung mengonsumsi roti sebagai bagian dari sarapan, sebagai teman kopi, dan sebagainya. Peningkatan permintaan terhadap produk roti mendorong perusahaan ini untuk lebih memahami posisinya, memungkinkan pengembangan strategi yang efektif untuk bersaing dengan pesaing (Siregar, 2020).

Industri roti merupakan sebuah usaha yang memanfaatkan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya yaitu dipanggang dalam oven. Dalam ilmu pangan, roti dikategorikan ke dalam produk *bakery*, bersama dengan kue, biskuit, roll, kraker, dan *pie*. (Maharputrananda et al., 2022).

Roti merupakan produk *bakery* yang diperkenalkan paling pertama dan memiliki popularitas yang tinggi. Saat ini, roti sudah menjadi pola makan di masyarakat, khususnya di daerah perkotaan yang kehidupannya sibuk. Tidak jarang, roti dikonsumsi sebagai sarapan, kudapan dan makanan siap santap ketika dibutuhkan. Keberadaan roti yang mulai disukai oleh semua lapisan masyarakat menjadikan peluang usaha industri roti ini semakin menjanjikan di mana hal ini ditunjukkan dengan perkembangan pesat dalam industri roti (Oktamala, 2014).

Golden Bakery merupakan salah satu usaha yang bergerak di industri makanan dan minuman, dalam hal ini *bakery*. Golden Bakery berdiri sejak Oktober 2020 di mana awalnya bermula dari *online* store. Namun dengan seiring berjalannya waktu Golden Bakery membuka *offline* storenya yang terletak di Citra Raya pada Agustus 2021 setelah melakukan test market dan mendapatkan *feedback*. Golden Bakery kini memiliki 4 cabang *outlet* yang terletak di Citra Raya, *Food Junction* Universitas Pelita Harapan, Gading Serpong, dan kantin Universitas Tarumanegara.

Golden Bakery Citra Raya beroperasi setiap harinya mulai dari pukul 06.00-21.00. Golden Bakery menyediakan berbagai jenis produk, mulai dari roti hingga kue kering yang di mana dapat dibeli langsung di toko dan juga secara *online*. Tidak hanya itu, Golden Bakery juga menerima order untuk *event-event* besar perusahaan.

**TABEL 4**  
Kategori Produk Golden Bakery

No.	Kategori	Total Jenis
1.	Roti	28
2.	Kue	13
3.	Cookies	7
4.	Whole Cake	12

Sumber : Hasil Olahan Data (2023)

Golden Bakery terdiri 4 kategori produk, yaitu roti dengan jumlah 28 jenis, kue dengan jumlah 13 jenis, *cookies* dengan jumlah 7 jenis, dan *whole cake* dengan jumlah 12 jenis. Produk kategori roti terdiri dari roti asin, roti manis,

dan juga roti tawar. Produk kategori kue terdiri dari 4 tipe *roll cake*, 8 *slice cake* dan brownies. Produk kategori *cookies* terdiri dari kue kering dengan tekstur dan yang beragam. Produk kategori *whole cake* terdiri dari kue-kue yang desainnya bervariasi dan juga menarik.

Melalui data tersebut, baru kemudian akan menemukan data yang mendetail mengenai performa penjualan setiap produk, mulai dari Januari hingga Juni. Laporan ini memiliki fungsi sebagai salah satu alat untuk menentukan produk-produk atau kategori produk mana yang dapat dimasukkan kedalam *menu engineering* yang nantinya akan dianalisa.

**TABEL 5**  
Data Penjualan Golden Bakery Periode Januari-Juni 2023 (*pcs*)

No.	Kategori	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Rata-Rata Penjualan
1	Roti	5665	5891	6780	5431	5527	6567	5,976.83
2	Whole Cake	171	132	185	127	185	192	165.33
3	Cookies	2164	132	175	2382	148	144	857.50
4	Kue	1894	1542	1457	2145	1177	1111	1,554.33

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan Tabel 5, kategori roti memiliki rata-rata penjualan tertinggi, sedangkan kategori *whole cake* memiliki rata-rata penjualan terendah. Kategori kue memiliki rata-rata penjualan yang cukup tinggi, namun tidak dapat dipungkiri bahwa angka penjualannya mengalami penurunan selama periode Januari hingga Juni 2023. Angka penjualan dari bulan Januari ke bulan Maret mengalami penurunan sebesar 23 persen, sedangkan di bulan April meningkat sebesar 47 persen. Namun, di bulan Mei hingga Juni penjualan menunjukkan adanya penurunan yang drastis sebesar 48 persen. Produk dalam Kategori *Cake*

mengalami rata-rata penurunan sebesar 1,56 persen dalam kurun waktu enam bulan.

Berdasarkan data-data penjualan di atas, dapat dilihat bahwa preferensi konsumen berubah terus menerus mengikuti tren konsumsi atau pasar. Produk yang populer dan laris manis pada bulan tersebut tidak menjamin produk akan tetap relevan kedepannya. Maka dari itu, memiliki strategi yang tepat terhadap penawaran produk adalah kunci untuk kesuksesan sebuah usaha dalam jangka waktu yang panjang. Rekayasa Menu atau *Menu Engineering* dapat diterapkan dengan melakukan analisis sebagai bentuk antisipasi terhadap menu-menu yang penjualannya kurang baik atau produk-produk yang kurang populer di kalangan pelanggan. Tidak hanya itu, *menu engineering* dapat memberikan wawasan yang diperlukan untuk membuat keputusan tersebut bukan hanya dari intuisi tetapi berdasarkan data-data yang jelas.

*Menu Engineering* adalah suatu metode manajemen yang menggabungkan analisis biaya makanan, preferensi konsumen, dan tingkat penjualan untuk melakukan pengelompokan dan meningkatkan item menu atau produk secara optimal. Meskipun *menu engineering* ini sudah cukup dikenal dalam industri makanan dan minuman, belum semua bisnis skala UMKM atau menengah memahaminya. Teknik ini terdiri dari empat kategori utama, yakni *Star*, *Plowhorse*, *Puzzle*, dan *Dog*. Dengan menerapkan metode *menu engineering*, bisnis dapat mengidentifikasi produk yang paling menguntungkan, menentukan item yang perlu dipromosikan lebih intensif, dan mengetahui produk yang perlu dihentikan atau diperbaiki. Ide dasar dari *menu engineering* muncul karena kebutuhan untuk memahami perilaku konsumen dan

dinamika penjualan dalam industri kuliner. Setiap item dalam menu memiliki peran khusus, baik sebagai bintang yang memberikan keuntungan tinggi dan permintaan tinggi, sebagai *dog* yang memiliki permintaan dan keuntungan rendah, atau bahkan sebagai *puzzle* yang memiliki permintaan tinggi namun keuntungan rendah. Dengan pemahaman terhadap kategori ini, manajemen Golden Bakery dapat melakukan penyesuaian strategis sesuai kebutuhan.

Golden Bakery dikenal dengan *Golden Buns* di mana produk ini menjadi ikon dari toko roti tersebut. *Golden Buns* tersedia mulai dari roti manis, roti asin hingga roti tawar yang dimana produksi dilakukan setiap hari. Ciri khas dari *Golden Buns*, adalah isian atau *filling* roti di Golden Bakery sebagai produk yang unggul, oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui produk-produk mana saja yang populer dan yang kurang populer berdasarkan hasil analisa dengan menggunakan metode rekayasa menu.

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi Golden Bakery, dan juga bagi industri *bakery* secara keseluruhan di Indonesia.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan hasil uraian latar belakang dan data yang telah disajikan sebelumnya, teridentifikasi adanya masalah dalam penelitian ini. Data menyatakan bahwa produk dalam kategori kue mengalami rata-rata penurunan penjualan yang signifikan di antara produk-produk lainnya selama periode waktu Januari-Juni 2023.

### **C. Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana indeks popularitas produk kue di Golden Bakery Citra Raya?
2. Bagaimana klasifikasi menu produk kue di Golden Bakery Citra Raya berdasarkan metode rekayasa menu?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui indeks popularitas produk kue di Golden Bakery Citra Raya
2. Untuk mengetahui klasifikasi menu produk kue di Golden Bakery Citra Raya.

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kontribusi Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan tambahan literatur yang berkaitan dengan penerapan rekayasa menu untuk pengembangan bisnis usaha makanan dan minuman. Ini akan memberikan sumbangan berharga pada pemahaman teoritis mengenai menu-menu prioritas dalam konteks ini. Selain untuk memperkaya literatur, diharapkan juga penelitian ini dapat mengkonfirmasi atau memvalidasi teori-teori yang ada terkait dengan indeks popularitas dan klasifikasi menu melalui penerapan rekayasa menu dalam usaha makanan dan minuman.

2. Kontribusi Praktik dan Manajerial :

Penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis dalam memperdalam pemahaman penulis mengenai penerapan rekayasa menu, khususnya dalam konteks indeks popularitas dan klasifikasi menu. Selain itu, penelitian juga dilakukan untuk meningkatkan keterampilan analitis penulis dalam mengumpulkan dan menganalisis data dengan tujuan memberikan hasil temuan yang berguna atau bermanfaat.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki manfaat yang luas, baik dalam pengembangan teori, kontribusi praktik dan manajerial. Diharapkan hasil penelitian ini dapat panduan yang berguna bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka.

