

MENU PLANNING TRAINING FOR MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTREPRISES IN FOOD AND BEVERAGES INDUSTRY

Yoanita Alexandra¹, Nosica Rizkalla², Septi Fahmi Choirisa³

^{1,2,3} Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara

Yoanita.alexandra@umn.ac.id, nosiza.rizkalla@umn.ac.id, septi.choirisa@umn.ac.id

Abstract

The Covid-19 pandemic had a significant impact on the Indonesian economy, including MSME business players. In the Indonesian economy, Micro, Small and Medium Enterprises or MSMEs are the business groups that have the largest number. The menu in the culinary business is an important component for business success. The menu structure plays important role in the level of sales, therefore it must be made attractively and appropriately. For this reason, basic knowledge is needed to support menu preparation, such as knowledge of the type of food provided, framework, character, composition, design and menu writing. This activity is a Community Service activity that is integrated with the Menu Planning course (menu planning) majoring in Hospitality. The Community Service Partners are five culinary MSMEs located in the Tangerang and Bogor areas. The implementation of activities is carried out directly or by interview with culinary MSME entrepreneurs. The results of this activity are in the form of observation reports and recommendations for menu design for culinary businesses. This activity is useful for culinary entrepreneurs to be able to analyze business progress and the need for changes in terms of menus. In addition, careful menu planning can have an impact on culinary businesses becoming more operationally and financially efficient.

Keywords: *SMEs, Covid-19, culinary business, Menu Planning*

PELATIHAN PERANCANGAN MENU BAGI UMKM KULINER

Yoanita Alexandra¹, Nosica Rizkalla², Septi Fahmi Choirisa³

^{1,2,3} Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara

Yoanita.alexandra@umn.ac.id, nosiza.rizkalla@umn.ac.id, septi.choirisa@umn.ac.id

Abstrak

Pandemi Covid-19 membawa dampak yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, tak terkecuali para pelaku bisnis UMKM. Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Menu dalam usaha kuliner merupakan komponen penting bagi keberhasilan usaha. Susunan menu sangat berperan dalam tingkat penjualan, maka dari itu harus dibuat secara menarik dan tepat. Untuk itu diperlukan pengetahuan dasar sebagai penunjang dalam penyusunan menu, seperti pengetahuan tentang tipe makanan yang disediakan, kerangka, karakter, komposisi, design serta penulisan menu. Kegiatan ini merupakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang terintegrasi dengan mata kuliah *Menu Planning* (Perencanaan menu) jurusan Perhotelan. Mitra Pengabdian adalah lima UMKM kuliner yang terletak di daerah Tangerang dan Bogor. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan secara langsung ataupun dengan interview dengan pengusaha UMKM kuliner. Hasil dari kegiatan ini berupa laporan observasi serta rekomendasi perancangan menu bagi usaha kuliner. Kegiatan ini bermanfaat bagi pengusaha kuliner untuk dapat menganalisa progress usaha dan kebutuhan perubahan dari segi menu. Selain itu, perencanaan menu yang matang, dapat berdampak terhadap usaha kuliner menjadi lebih efisien secara operasional maupun finansial.

Kata kunci: UMKM, Covid-19, usaha kuliner, Perencanaan Menu

PENDAHULUAN (font TNR, 12, BOLD, before 24pt, after 6pt)

Pandemi Covid-19 membawa dampak yang signifikan bagi perekonomian Indonesia (Alexandra & Situmorang, 2021), tak terkecuali para pelaku bisnis UMKM. Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu, kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. UMKM memiliki peranan sangat penting dalam perekonomian negara Indonesia. Ini karena sektor UMKM merupakan penyumbang PDB terbesar, paling banyak menyerap lapangan kerja, serta relatif tahan terhadap krisis keuangan (Idris, 2021).

Bank Indonesia menyebutkan sebanyak 87,5 persen UMKM terdampak pandemi Covid-19. Dari jumlah ini, sekitar 93,2 persen di antaranya terdampak negatif di sisi penjualan. Menurut survei yang dilakukan bank sentral, pandemi memberi tekanan pada pendapatan, laba, dan arus kas. Namun, tak semua pelaku UMKM terdampak pandemi. Bank Indonesia (BI) mengungkapkan ada 12,5 persen responden yang tidak terkena dampak ekonomi dari pandemi Covid-19, dan bahkan 27,6 persen di antaranya menunjukkan peningkatan penjualan (Saputra, 2021). Selain itu, Indonesia memiliki banyak makanan dan minuman lokal asli, yang berpotensi menawarkan titik fokus yang kuat untuk menggambarkan Indonesia sebagai tujuan wisata. Hal ini dapat ditunjang dengan pertumbuhan UMKM Kuliner di Indonesia (Alexandra, Harianto, & Choirisa, 2020).

Menu merupakan suatu pedoman bagi pengusaha kuliner terutama dibagian produksi dapur. Selain itu seiring dengan perkembangan, design menu dibuat sangat menarik sehingga menjadi salah satu alat promosi bagi industri restoran. Oleh karena itu susunan menu memegang peranan yang cukup penting dalam menunjang keberhasilan usaha kuliner, maka dari itu harus dibuat secara menarik dan tepat. Untuk itu diperlukan pengetahuan dasar sebagai penunjang dalam penyusunan

menu, seperti pengetahuan tentang tipe makanan yang disediakan, struktur/kerangka, karakter, komposisi, design serta penulisan menu.

Fungsi menu sangat penting bagi pengusaha UMKM kuliner, salah satunya sebagai media komunikasi dan media promosi antara pihak warung makan dengan tamu. Selain itu, menu juga berperan sebagai pedoman kerja bagi pekerja di warung makan seperti untuk menentukan bahan makanan yang diperlukan, menentukan jumlah alat, menentukan jumlah pekerja yang dibutuhkan, dan lain sebagainya.

METODE

Metode dan tahapan pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) sebagai berikut:

1. Persiapan Pengabdian

Persiapan Pengabdian dilakukan dalam mata kuliah *Menu Planning* (Perencanaan Menu). Kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk tugas terstruktur mahasiswa, untuk akhir pertemuan membuat luaran menu, makalah, dan slide Powerpoint yang dipresentasikan. Mahasiswa bekerja secara berkelompok (4-5 orang per kelompok), dan masing-masing memilih UMKM kuliner di daerah Jakarta atau Tangerang.

2. Pelaksanaan Pengabdian dan Pengumpulan Data

Pengabdian dilaksanakan dalam rentang waktu Agustus-November 2021 (selama masa perkuliahan Ganjil 2021). Proses awal dilakukan interview terhadap 5 pelaku usaha kuliner pilihan untuk pengumpulan data awal. Dalam tahap ini, diharapkan dapat mendalami lebih lanjut permasalahan dalam usaha kuliner selama masa pandemi, dan kemudian tim PKM memberikan laporan serta saran akan solusi terhadap permasalahan yang dapat digunakan mitra PKM untuk meningkatkan usaha nya. Berikut merupakan bentuk pendampingan yang akan diberikan kepada pelaku UMKM:

Tabel 1. Bentuk Pendampingan

No	Materi Pembahasan	Kegiatan
1	Pengenalan Usaha	Interview awal dengan UMKM dengan tujuan lebih mengenal jenis usaha serta tampilan menu.
2	Faktor Pemaksa Perubahan	Untuk dapat mengetahui sepaik terjang UMKM, pelaksana pengabdian mendiskusikan perubahan-perubahan apa saja yang terjadi pada usaha kuliner selama berdiri.
3	Perencanaan Menu	Melakukan observasi awal terhadap Menu yang telah dipakai dalam usaha, mengetahui lebih dalam pro dan kontra, serta kebutuhan apa yang diperlukan dalam menu.
4	Poin Kontrol	Melakukan observasi terhadap flow operasional dan kontrol penjualan makanan dan minuman.
5	Pengembangan Menu	Mendiskusikan trend kuliner saat ini dan kebutuhan akan peningkatan produk serta penambahan menu baru.
6	Keseimbangan Menu	Melakukan observasi terhadap keseimbangan menu (dari keberagaman jenis makanan, tekstur, kandungan nutrisi, dan lain sebagainya).
7	Analisa Resep	Melakukan Observasi untuk bagian dapur dan resep guna menerapkan efisiensi bagi operasional
8	Desain Menu	Berdasarkan analisa diatas, tim akan membuat <i>menu design</i> . Menu ini kemudian didiskusikan dengan pelaku UMKM.

3. Evaluasi Kegiatan

Laporan hasil observasi serta saran bagi mitra PKM akan diserahkan kepada pemilik usaha kuliner. Laporan tersebut diharapkan dapat memberikan masukan masukan yang dapat mengembangkan usaha mereka. Evaluasi kegiatan juga dilaksanakan untuk mendapatkan masukan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Terdapat 5 UMKM Kuliner yang menjadi mitra PKM untuk kegiatan ini, berikut merupakan hasil dari observasi:

a. Mitra PKM 1

Lokasi: Perumahan Legok Permai dan Lingkungan Kampus, Tangerang

Mitra 1 adalah usaha kuliner yang menjual berbagai menu bakso, seperti bakso urat, bakso beranak, bakso selimut, and bakso tulang iga.



Gambar 1. Proses Interview Mitra PKM 1

Tabel 2. Hasil Observasi Mitra PKM 1

No	Materi Pembahasan	Hasil Observasi
1	Faktor Pemaksa Perubahan	<i>Health issue:</i> pandemic COVID-19 memaksa untuk menutup sementara usaha di kantin UMN <i>Governments:</i> Kebijakan pemerintah untuk menutup sementara kegiatan belajar tatap muka di lingkungan kampus.
2	Perencanaan Menu	Menu Bakso sudah disesuaikan dengan tipe pelanggan di daerahnya. Kegiatan operasional sudah baik sebelum masa pandemic. Variasi tidak terlalu banyak, karena mitra merupakan usaha kuliner yang fokus pada menu Bakso dan variasi bakso lainnya.
3	Poin Kontrol	<i>Prosedur Kontrol Biaya:</i> Belanja sendiri di pasar dekat rumah tanpa menggunakan supplier. <i>Kebutuhan Produksi:</i> Kira-kira mempersiapkan 50-100 porsi 100 per hari. Adonan bakso dipersiapkan pada malam hari, dan di cetak pada pagi harinya. <i>Manajemen Sanitasi:</i> Proses sanitasi sesuai standar. Karena ada pandemic, Mitra menyediakan hand sanitizer dan mempunyai kebijakan wajib untuk menggunakan masker pada saat konsumsi langsung. <i>Kebutuhan Staff:</i> 2 staff untuk di kantin kampus, 2

		staff di Perumahan Legok Prosedur Kontrol Keuntungan: Bahan dibeli senilai Rp 800.000,- untuk 125 porsi bakso.
4	Pengembangan menu	Saat menu Baso Beranak viral, mitra menambahkan menu tersebut. Setelah itu belum ada development menu baru.
5	Keseimbangan Menu	<i>Food Courses Menu Principles</i> : hanya menjual bakso <i>Varian Menu</i> : kurang, karena hanya menjual bakso <i>Menu yang Kontras</i> : kurang variasi, bakso semua disediakan hangat/panas, tekstur menu semua lembut, rasa gurih (perbedaan rasa ada pada penambahan kecap manis, sambal, serta cuka). <i>Prinsip keindahan visual</i> : tampilan tradisional bakso
6	Analisa Resep	<i>Analisa Bahan Makanan</i> : membeli bahan per hari, tidak membutuhkan storage yang besar.
7	Desain Menu	standard kantin kampus, perumahan legok menu tidak dimiliki.

b. Mitra PKM 2

Lokasi: Tangerang

Mitra PKM 2 merupakan usaha kuliner yang awal berdiri di Denpasar, Bali pada tahun 2019. Namun karena pandemi COVID-19, pariwisata kuliner Bali yang sangat tergantung akan turis mancanegara ikut terkena imbasnya. Mitra PKM kemudian pindah ke Tangerang di tahun 2020. Restoran ini memiliki menu makanan yang banyak dan bervariasi, dengan menu unggulan ayam betutu Bali dan nasi ayam Semarang. Restoran ini memiliki area makan dengan kapasitas kecil, dan saat ini operasional dibantu oleh tiga orang karyawan.



Gambar 2. Mitra PKM 2

Tabel 3. Hasil Observasi Mitra PKM 2

No	Materi Pembahasan	Hasil Observasi
1	Faktor Pendorong Perubahan	<i>Isu Kesehatan</i> : pandemik COVID-19 memaksa untuk pindah lokasi dari Bali ke Tangerang. <i>Pemerintah</i> : Kebijakan PPKM
2	Perencanaan Menu	Memiliki banyak varietas makanan, <i>fixed menu</i> , tidak memiliki deskripsi menu (listing format, tanpa gambar), limitasi lebih kepada staff dapur
3	Poin Kontrol	<i>Prosedur Kontrol Biaya</i> : pembelian supplies dilakukan

		<p>sendiri tanpa bantuan vendor lain.</p> <p><i>Kebutuhan Produksi:</i> fresh ingredients dan staff yang berpengalaman</p> <p><i>Kebutuhan peralatan:</i> selalu memastikan kebutuhan equipment yang diperlukan untuk operasional lengkap.</p> <p><i>Kebutuhan Karyawan:</i> 1 orang di dapur, 1 orang bagian service</p> <p><i>Kebutuhan Service:</i> a'la carte set up</p>
4	Pengembangan Menu	Menu baru dipertimbangkan, salah satunya 'Bebek Sambal Ijo'. Mitra PKM 2 memutuskan untuk tidak langsung mengikuti tren kuliner, karena tren mudah meredup.
5	Keseimbangan Menu	<p><i>Jenis Menu:</i> Bonum café & resto menjual beragam menu seperti snack, main course, cream cheese beverages, juice, dan lain sebagainya.</p> <p><i>Variasi menu:</i> sudah cukup banyak. Terdapat berbagai pilihan protein seperti ayam, sapi, seafood, dan telur.</p> <p><i>Menu Kontras:</i> menu sudah beragam secara tekstur dan temperature, karena menjual makanan sup, gorengan, tumisan, serta minuman dingin lainnya.</p> <p><i>Prinsip Visual:</i> Menu tidak memiliki gambar. Tampilan makanan (<i>food plating</i>) juga tidak diketahui secara keseluruhan.</p>
6	Analisa Resep	Analisa bahan makanan: ingredients yang digunakan sangat bervariasi, sehingga membutuhkan tempat penyimpanan yang cukup besar
7	Desain Menu	Menu Design: berupa kertas printing 1 lembar, dengan listing menu yang banyak, latar belakang berwarna coklat, dengan tulisan putih.

c. Mitra PKM 3

Lokasi: BSD, Tangerang

Mitra PKM 3 merupakan restoran usaha keluarga yang menjual berbagai jenis *menu chinese food*. Restoran ini telah berdiri sejak tahun 2004, buka setiap hari nya mulai dari jam 7.30 AM dan tutup di jam 8 malam.



Gambar 3. Proses Interview Mitra PKM 3

Tabel 4. Hasil Observasi Mitra PKM 3

No	Materi Pembahasan	Hasil Observasi
1	Faktor Pendorong Perubahan	<i>Isu Kesehatan:</i> pandemic COVID-19 menjadikan restoran harus menerapkan 50% kapasitas pelanggan dan lebih fokus terhadap sanitasi makanan <i>Pemerintah:</i> Kebijakan PPKM
2	Perencanaan Menu	Melihat sudah berdiri selama 17 tahun, menu yang ditawarkan Mitra PKM 3 sudah sesuai dengan market disekitarnya. Menu Chinese food yang ditawarkan cukup bervariasi.
3	Poin Kontrol	<i>Prosedur Kontrol Biaya:</i> bahan masakan dibeli langsung oleh Pemilik Usaha di Pasar. <i>Kebutuhan Produksi:</i> penjualan fokus pada toko offline, memberikan perhatian yang lebih pada kebersihan makanan <i>Manajemen Sanitasi:</i> Mitra PKM fokus pada kebersihan dan sanitasi makanan. Untuk delivery makanan telah menggunakan wadah tertutup, plastic, serta diikat dengan tali plastic, sehingga aman dari debu ataupun udara luar dalam proses delivery. <i>Kebutuhan Staff:</i> 5 orang, cook helper, preparation, packaging, dan dua orang untuk delivery <i>Kebutuhan Penyajian:</i> pelayanan tamu dari meja ke meja.
4	Menu Development	Tidak mengikuti tren, belum ada perubahan menu baru.
5	Menu Balance	<i>Prinsip course menu:</i> menjual sebagian besar adalah menu makan tengah/makan bersama, dan juga makan secara individual. <i>Variasi Menu:</i> variasi menu ada banyak, olahan ikan, sayur, ayam, udang, cumi, dan lain sebagainya. <i>Menu yang Kontras:</i> karena variasi menu ada banyak, cukup ada kontras rasa yang diberikan. Menu yang dijual pun beraneka ragam bentuk seperti sup, tumisan, kuah, dan lain sebagainya. <i>Keindahan Visual:</i> Chinese food pada umumnya
6	Analisa Resep	<i>Analisa Bahan Makanan:</i> karena menu yang dimiliki bervariasi, maka bahan-bahan yang dipersiapkan cukup banyak.
7	Desain Menu	paper printing hitam putih yang di laminating. Model menu listing items, dilengkapi dengan harga, nomor telpon, serta informasi penerimaan pesanan untuk ulang tahun.

d. Mitra PKM 4
 Lokasi: Cibadak, Bogor

Mitra PKM 4 merupakan café yang berkonsep minimalis dan warna monokrom, coffee shop ini berdiri sejak bulan Oktober 2020. Mitra PKM 4 buka setiap hari mulai dari jam 8 pagi hingga jam 22 malam. Salah satu menu yang terkenal adalah coffee tower atau menara kopi, minuman kopi yang bisa diminum sebanyak enam orang.



Gambar 4. Proses Interview Mitra PKM 4

Tabel 5. Hasil Observasi Mitra PKM 4

No	Materi Pembahasan	Permasalahan
1	Faktor Pendorong Perubahan	<i>Isu Kesehatan:</i> penerapan protocol kesehatan karena pandemic COVID-19 <i>Kebijakan Pemerintah:</i> Kebijakan PPKM mempengaruhi jam operasional.
2	Perencanaan Menu	Menu yang disediakan layaknya menu coffee shop, menu minuman kopi serta non-kopi dan juga makanan ringan, pastry serta kue yang cocok dimakan bersama dengan kopi.
3	Poin Kontrol	<i>Kebutuhan produksi:</i> mesin kopi yang berjalan dengan baik <i>Kebutuhan Peralatan:</i> lengkap sesuai dengan standar coffee shop pada umumnya. <i>Kebutuhan area:</i> mempunyai area yang cukup besar, termasuk outdoor dan smoking area. <i>Kebutuhan Karyawan:</i> memerlukan staff yang ahli dalam pembuatan kopi, serta mengerti pengoperasian mesin kopi. <i>Kebutuhan Service:</i> menerapkan go green management serta rewards bagi pelanggan yang mengembalikan piring kotor.
4	Pengembangan Menu	Mempunyai inovasi menu baru seperti: coffee tower, houjicha latte, dan lain-lain.
5	Keseimbangan Menu	<i>Food Courses Menu Principles:</i> hanya menjual minuman serta makanan ringan. <i>Variasi Menu:</i> tidak terlalu bervariasi <i>Menu yang Kontras (variant taste, temperature, texture):</i> minuman dapat disajikan dingin atau panas, untuk tekstur makanan lebih ke arah lembut. Rasa dari menu dominan manis.
6	Analisa Resep	<i>Analisa Bahan Makanan:</i> Karena sebagian besar menu merupakan menu minuman dengan bahan-bahan siap saji (seperti sirup, gula, dan lain lain), penyimpanan bahan terbilang cukup tahan lama. Selain itu pengembangan menu dari kopi atau non-kopi cukup banyak, sehingga harus menyediakan

		berbagai jenis sirup atau bahan lainnya.
7	Desain Menu	<i>paper printing</i> , design hitam putih, menu listing, tidak ada gambar.

e. Mitra PKM 5

Alamat: Benda, Tangerang

Mitra PKM 5 telah membuka bisnisnya sejak tahun 2016. Namun karena beberapa masalah yang dihadapi, Mitra harus berpindah tempat sebanyak tiga kali, dan kemudian menetap di food court citra 8, Tangerang. Mitra PKM terfokus pada penjualan kopi lokal Indonesia, dan ditambah dengan penjualan snack ringan. Di awal pandemi COVID-19, Mitra terpaksa harus menutup usahanya untuk beberapa bulan, dan kemudian berhasil membuka usahanya lagi setelah berhasil mengumpulkan cukup modal. Operasional Mitra PKM 5 dilakukan oleh *owner* seorang diri.



Gambar 5. Proses Interview Mitra 5

Tabel 6. Hasil Observasi Mitra PKM 5

No	Materi Pembahasan	Permasalahan
1	Faktor Pendorong Perubahan	<i>Isu Kesehatan</i> : pandemic COVID-19 memaksa Wancine Ngopi untuk menutup sementara operasional <i>Kebijakan Pemerintah</i> : Kebijakan PPKM tutup pada pukul 20.00
2	Perencanaan Menu	Menu yang diberikan cukup simple (menu kopi, non-kopi, serta makanan ringan), dengan pengecualian menu makanan yang ditiadakan sementara selama masa pandemi.
3	Poin Kontrol	<i>Prosedur Kontrol Biaya</i> : <i>inventory</i> serta semua pembelian dilakukan oleh owner. <i>Kebutuhan Produksi</i> : skills membuat kopi, karena sangat tergantung dari rasa kopi yang dijual. <i>Kebutuhan Peralatan</i> : lengkap peralatan untuk membuat kopi serta makanan ringan <i>Kebutuhan area</i> : terbatas <i>Kebutuhan Karyawan</i> : Saat ini semua kegiatan operasional dilaksanakan oleh owner seorang diri. <i>Kebutuhan penyajian</i> : penyajian secara langsung. <i>Prosedur Kotrol Keuntungan</i> : semua di control oleh owner
4	Pengembangan Menu	Belum ada penambahan menu baru

5	Keseimbangan Menu	<i>Course Menu:</i> kopi dan camilan <i>Variasi Menu:</i> kurang ada variasi (sebatas roti bakar, pisang bakar, dan banana split) <i>Prinsip Menu Kontras:</i> dominan rasa manis. <i>Prinsip visual:</i> tradisional tampilan suguhan kopi serta snack ringan.
6	Analisa Resep	Analisa Bahan Resep: karena saat ini menu makanan belum jalan, resep yang digunakan hanya sebatas minuman berbahan dasar kopi dan non-kopi.
7	Desain Menu	Paper printing yang di laminating, dominan warna coklat, model menu listing, tidak ada menu description, dan dilengkapi dengan beberapa gambar.

Pembahasan

Materi pengajaran perancangan menu bagi usaha kuliner UMKM. Adapun 12 (dua belas) pembahasan yang diberikan sebagai materi pengajaran, yaitu:

1. Faktor Pendorong Perubahan

Terdapat pengaruh yang dapat memaksa suatu usaha kuliner untuk dapat mengubah menu atau kegiatan operasional kuliner, yaitu pengaruh dari perubahan teknologi, adanya masalah kesehatan, pengaruh dari kultur dan keagamaan di sekitar usaha kuliner, kebijakan pemerintah, serta adanya tren baru dalam kuliner yang memberikan perubahan (Motta & Martin, 2021). Pandemi COVID-19 sangat mempengaruhi perubahan-perubahan yang terjadi pada usaha kuliner. Daya beli konsumen menurun, kebiasaan konsumen untuk makan diluar rumah berubah, ditambah dengan pertumbuhan ekonomi yang melambat. UMKM kuliner dapat fokus untuk mengubah strategi pada masa pandemi ini dengan:

a. Menghitung kembali dan menyesuaikan pengeluaran usaha

UMKM kuliner dapat mencoba untuk melihat kembali serta menyesuaikan pengeluaran atau harga berikut:

- Biaya makanan per menu: Biaya bahan-bahan per menu perlu dipertimbangkan. Naik dan turunnya harga pasar, serta kualitas yang ada perlu dipertimbangkan.
- Pembelian barang: Tempat pembelian barang bahan baku, supplier, serta penyedia bahan lainnya seperti pasar tradisional sangat mempengaruhi terhadap harga dan keuntungan menu usaha per hari. Harga yang berubah-ubah, serta ketergantungan usaha kuliner terhadap satu pemasok barang, kadang dapat mempengaruhi ke besar kecilnya untung yang di dapat per menu.
- Penerimaan barang: Penerimaan barang merupakan salah satu poin yang berperan dalam perputaran uang dalam usaha kuliner. Adanya tindakan penyelundupan barang, korupsi, pencurian atau kuantitas dan kualitas barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan, akan sangat mempengaruhi keuntungan yang didapatkan usaha kuliner. Karena itu penerimaan barang disarankan untuk selalu disupervisi agar tidak berdampak ke pengeluaran yang tidak terduga.
- Penyimpanan barang: Penyimpanan barang sangat penting dalam usaha kuliner, karena bahan-bahan makanan atau minuman banyak merupakan bahan yang bersifat perishable (cepat rusak) dan mempunyai shelf-life (daya simpan) yang rendah. Penyimpanan yang tidak baik dapat merusak kualitas makanan yang berujung pada pembuangan makanan yang sangat berdampak pada UMKM kuliner.

- Proses penyiapan makanan (food preparation): Dalam proses penyiapan makanan, juga perlu diperhatikan agar tidak membuang waste (sisa-sisa makanan yang terbuang dalam proses persiapan, contoh: potongan lemak, kulit, tulang, dan lain sebagainya) yang terlalu banyak. Sampah makanan ini yang menyebabkan pengeluaran usaha kuliner yang menjadi lebih besar, karena tidak dimanfaatkan secara utuh.
 - Proses pengolahan makanan (food production): dalam proses pengolahan makanan, mengikuti standard recipe (resep standar) sangat dianjurkan. Pemberian kuantitas makanan yang berbeda-beda saat proses memasak akan berpengaruh terhadap hasil akhir dan kualitas masakan. Selain itu, proses makanan yang dilakukan berkali-kali dapat berdampak pada penyusutan kuantitas makanan yang dapat mengurangi nilai dari suatu makanan.
 - Penyajian Makanan: Proses penyajian makanan juga berdampak pada pengeluaran yang tidak terduga. Karyawan yang tidak terampil, ataupun jumlah karyawan yang terlalu banyak berbanding terbalik dengan jumlah tamu yang datang juga sangat berpengaruh. Sebaliknya, karyawan yang terlalu sedikit akan berpengaruh terhadap kualitas servis restoran yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan dari pelanggan.
 - Proses Pencucian alat dapur: Proses pencucian alat-alat dapur, piring, gelas, serta sampah-sampah lainnya juga mengeluarkan pengeluaran yang tidak terduga. Analisa kebutuhan alat-alat, serta efisiensi barang sekali buang seperti sedotan atau tissue.
- b. Mempromosikan kebersihan dan keamanan makanan/restoran
- Menggunakan pendekatan yang tersanitasi dan higienis atau dapat menggunakan prinsip HACCP (Hazard Analytical Critical Control Point).
 - Memberikan pilihan paperless dan touchless service bagi tamu
 - Digitalisasi: menggunakan sistem restoran yang terintegrasi, pembayaran menggunakan QR code, cashless payment, digital menu, dan lain sebagainya.
- c. Menjadi otentik dan spesifik
- Dalam pandemi ini, dimana banyak penurunan daya beli masyarakat akan produk kuliner, disarankan untuk tetap mempunyai keunikan yang berbeda dari kompetitor. Menjual produk kuliner yang spesifik dimana menjadi keunggulan usaha kuliner tersebut sangat disarankan.
- d. Mengambil peluang baru
- Walaupun banyak mengalami penurunan pembelian selama pandemi, UMKM kuliner dapat tetap mencoba peluang baru yang muncul sesuai dengan permintaan masyarakat, seperti contohnya makanan RTE (ready to eat) yang dapat dikonsumsi di rumah, frozen food, take away food, layanan drive thru, kopi 1 liter, dan lain sebagainya.
- e. Mengeluarkan inovasi baru dalam produk serta marketing
- Inovasi dalam food experiences (memberikan diversifikasi menu kuliner unik agar tetap menarik dan mempunyai konsep yang fresh)
 - Berinovasi dengan gaya marketing yang baru
 - Mempergunakan sosial media untuk bercerita

2. Prinsip Perancangan Menu

a. Tipe tempat dan jenis tamu

Menjadi sangat penting untuk dapat memahami pelanggan dan menyediakan makanan yang sesuai dengan jenis tempat dan jenis pelanggan. Faktor-faktor yang dapat menjadi pertimbangan adalah faktor geografis dan kultural, tingkat ekonomi, kepadatan penduduk, serta umur dari konsumen yang ada di daerah bisnis usaha kuliner.

b. Fasilitas, staff, keterbatasan peralatan

Dalam perancangan menu baru, usaha UMKM kuliner perlu mempertimbangkan keterbatasan yang dimiliki, karena itu penting untuk selalu dapat:

- Mempertimbangkan ukuran area ruang makan dan dapur
- Mempertimbangkan pengetahuan staff yang dimiliki dan biaya pelatihan yang diperlukan
- Mempertimbangkan peralatan yang dimiliki

c. Variasi dan Keseimbangan

Dalam perancangan menu baru, usaha UMKM kuliner juga dapat mempertimbangkan varietas menu serta keseimbangan didalamnya, seperti:

- Menampilkan metode memasak yang berbeda (ada menu yang di goreng, ada bentuk kuah, dan lain sebagainya)
- Gunakan rasa dan tekstur yang berbeda (tekstur: garing, lembut, padat, dll; rasa: pedas, manis, asin, gurih, dll)
- Menawarkan hidangan khusus untuk tamu berkebutuhan khusus seperti vegetarian atau pelanggan dengan alergi (opsional)
- Sertakan tren makanan terkini
- Menawarkan berbagai tingkat harga sehingga dapat diterima dari berbagai kalangan

d. Kejujuran dalam Menu

- Kuantitas: jumlah dan berat yang dicantumkan dalam menu harus akurat
- Kualitas: janji kualitas yang diberikan dalam menu harus sesuai dengan yang diberikan ke konsumen (Contoh: daging sapi wagyu, harus benar-benar menggunakan daging wagyu)
- Harga: pencantuman harga dalam menu harus akurat
- Nama-nama merek: Jika dalam menu menggunakan merk, harus diwakili secara akurat. (Contoh: jika dalam menu menjual brand teh botol, maka harus menggunakan brand yang sama)
- Identifikasi produk: Jika dikatakan dalam menu suatu makanan terkandung minyak zaitun, penyajian makanan harus menggunakan minyak zaitun.
- Titik Asal: Jika menggunakan bahan-bahan khas, pastikan menggunakan bahan yang sesuai dan akurat. Misal: dalam menu tertulis menggunakan terasi asli Cirebon, maka masakan harus menggunakan bahan tersebut.
- Merchandising terms: Istilah-istilah atau kalimat persuasive (kalimat pendorong) yang digunakan untuk mendorong penjualan harus akurat. Misal: dalam menu tertulis bahwa di warung kopi ini menggunakan biji kopi luwak asli yang dibeli langsung dari petani Indonesia, maka biji kopi yang digunakan harus demikian.
- Sarana Pelestarian/Pengawetan: Jika makanan dalam menu melewati proses pengawetan, maka harus sesuai dan akurat. Misal: dalam menu menjual butter aged steak, maka makanan yang disediakan juga harus menggunakan metode pengawetan yang sama.
- Metode Persiapan Makanan: metode pengolahan makanan yang ditampilkan dalam menu juga harus sesuai dengan makanan aslinya. Contoh: Menu Tim Ayam Cincang, harus menggunakan proses pemasakan dengan ayam yang di cincang
- Verbal dan Visual: Menu yang dijual secara verbal ataupun yang ditampilkan secara visual melalui menu fisik, harus sesuai dan akurat. Contoh: dalam gambar di menu atau secara verbal dijelaskan oleh waiter/server bahwa, serving 1 porsi nasi goreng menggunakan telur mata sapi, lalap, serta kerupuk; maka, nasi goreng yang diberikan ke tamu juga sesuai dengan gambar visual pada menu.
- Presentasi: Presentasi gambar harus akurat, baik dalam bentuk tampilan akhir, porsi, serta piring yang digunakan.
- Info Diet dan Gizi: jika mencantumkan info diet dan gizi, harus sesuai dan akurat.

3. Poin Kontrol

Menu adalah landasan awal untuk proses kontrol dalam usaha kuliner. Dengan mengetahui alur produksi restoran, akan mempermudah pengusaha UMKM kuliner untuk mengontrol operasional

usaha. Dengan adanya kontrol yang tepat, terkait dengan masing-masing fungsinya menjadikan aktivitas lebih mudah diidentifikasi dan dijalankan.

UMKM kuliner disarankan untuk mengerti alur usaha nya sendiri, dan dapat memecah aktifitas apa saja yang diperlukan disetiap point. Dengan memiliki alur kontrol yang jelas, dapat di visualisasikan, serta terukur, permasalahan yang dihadapi dalam usaha kuliner bisa lebih efektif dan cepat ditangani. Aktivitas usaha yang dapat ditinjau lebih lanjut yang dapat mempengaruhi perencanaan menu:

- **Prosedur Kontrol Biaya:** usaha UMKM kuliner dapat mencoba untuk meninjau kembali segala aktifitas yang membutuhkan biaya. Seperti aktivitas belanja bahan dasar, naik turunnya harga pasar yang mempengaruhi laba, serta biaya-biaya yang tidak terlihat dalam proses belanja (seperti biaya parkir, biaya waktu, dan lain sebagainya).
- **Kebutuhan Produksi:** setiap pengusaha kuliner harus paham mengenai alur produksi makanan/minuman dalam usahanya. Apa saja yang dibutuhkan dalam kegiatan produksi, mulai dari teknik memasak, teknik penyimpanan, berat per porsi makanan, dan lain sebagainya.
- **Kebutuhan Peralatan:** Kebutuhan equipment dalam usaha kuliner perlu diketahui untuk dapat memastikan menu dapat berjalan dengan baik.
- **Manajemen Sanitasi:** Mengatur proses sanitasi dan kebersihan dalam UMKM kuliner sangatlah penting. Mulai dari proses penerimaan bahan makanan dari pasar, pengolahan di dapur, makanan sampai ke meja tamu, sampai piring kembali lagi ke dapur untuk dapat dicuci harus mengikuti standar kebersihan yang ada.
- **Kebutuhan luas tempat dan bentuk layout usaha kuliner:** layout area dapur serta ruang makan tamu sangat penting untuk dilihat kebutuhan yang diperlukan oleh tamu dan tim operasional.
- **Kebutuhan Karyawan:** Kebutuhan staff dalam kelancaran operasional UMKM kuliner harus menjadi prioritas penting. Staff adalah orang pertama yang langsung turun memproduksi makanan dan menyapa tamu, sehingga kualitas usaha kuliner kita sangat tergantung dari kecukupan karyawan yang bekerja. Staff yang bekerja terlalu banyak dapat merasa tidak puas yang berujung pada penurunan kualitas kerja.
- **Kebutuhan Penyedia Jasa:** Penyajian dalam UMKM kuliner juga harus dapat dianalisa lebih lanjut. Apa saja yang dibutuhkan usaha kuliner untuk dapat memberikan servis yang baik bagi tamu yang datang? Menu yang bersih, cara pembayaran yang menerima cashless (tanpa uang cash), serta keramahan dari pramusaji menjadi dasar dari servis yang dapat diberikan di suatu usaha kuliner.
- **Prosedur Kontrol Keuntungan Usaha:** UMKM kuliner adalah suatu bisnis yang harus tetap memikirkan keuntungan yang didapat, agar tetap bertahan dan meningkatkan produksi bisnisnya. Karena itu, manajemen serta owner restoran diharapkan dapat terus memantau pendapatan setiap harinya, serta menganalisa hal-hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan produktivitas usaha.

4. Pengembangan Menu

Konsumen di tahun 2019 mengalami perubahan dalam permintaan kuliner. Masyarakat lebih peduli akan kesehatan dan makanan yang mereka konsumsi, transparansi usaha, bisnis yang bertanggung jawab akan lingkungan hidup, memiliki empati sosial, kepercayaan dan kejujuran, serta adanya integrasi dengan teknologi. Berikut merupakan rekomendasi untuk penambahan menu baru yang dapat dipertimbangkan:

- a. Kesadaran akan kesehatan: Dengan banyaknya informasi kesehatan yang di dapat masyarakat secara online, juga meningkatkan awareness masyarakat akan apa yang akan mereka konsumsi. Menyajikan makanan yang mengandung nutrisi yang baik, serta sehat untuk tubuh. Contoh: menyajikan makanan vegetarian, vegan, plant-based, dan lain sebagainya.
- b. Transparansi: Masyarakat sangat menghargai restoran yang transparan, tidak menutup-nutupi fakta atau asal-usul makanan.
- c. Ramah lingkungan: Dengan tingginya informasi mengenai lingkungan hidup, banyak masyarakat juga lebih peduli akan sampah dari pembelian mereka. Menerapkan gaya usaha yang eco-sustainability atau ramah lingkungan sangat disarankan. Misalnya menggunakan paper straw, tidak menggunakan plastik, dan lain sebagainya.
- d. Kesadaran bermasyarakat: Dengan mudahnya interaksi sosial dengan media internet, masyarakat juga lebih mudah mengakses berita sosial serta keterlibatan usaha kuliner dalam masyarakat. Masyarakat dapat merasa lebih berarti dalam membeli produk kuliner jika mengetahui tempat makan yang mereka sukai ikut berperan dalam masyarakat.
- e. Kepercayaan dan Kejujuran: Kejujuran UMKM kuliner adalah pondasi awal kepercayaan masyarakat. Kepercayaan masyarakat sangat penting dalam menciptakan konsumen yang loyal.
- f. Integrasi dengan teknologi: Integrasi dengan teknologi menjadi sangat penting, terutama setelah pandemi ini, dimana masyarakat dianjurkan untuk menggunakan sistem pembayaran yang touchless untuk mengurangi penyebaran virus COVID-19. Ditambah, masyarakat Indonesia sangat tergantung dengan platform online untuk pembelian makanan dan minuman, sehingga integrasi dengan teknologi sangat disarankan.

5. Keseimbangan Menu

a. Prinsip jenis hidangan menu

Memiliki beberapa course menu dalam usaha restoran, seperti makanan pembuka, makanan inti serta makanan penutup. Atau memiliki beberapa jenis makanan, mulai dari breakfast (menu sarapan), lunch (makan siang), dinner (makan malam), camilan, makanan pembuka, dan makanan penutup. Jenis course makanan yang bervariasi dapat membantu memuaskan kebutuhan konsumen yang berbeda.

b. Prinsip variasi jenis menu

Memiliki pilihan yang berbeda akan membantu memastikan setiap tamu menemukan sesuatu yang mereka sukai. Selain itu variasi membuat menu tetap menarik bagi pelanggan. Makanan alternatif lainnya juga dapat dipertimbangkan, seperti menyajikan makanan khusus untuk orang yang memiliki alergi, atau makanan dengan kepentingan kultural ataupun keagamaan. Namun, menu yang terlalu bervariasi dan terlalu banyak jenisnya, cenderung menutup ke khasan dari suatu usaha kuliner.

c. Prinsip menu kontras

Menu sebaiknya menawarkan sesuatu yang berbeda dalam hal rasa (asin, manis, asam, umami, pedas, rasa yang 'kuat', dan lainnya), temperatur (hangat, dingin, suhu ruang), tekstur (garing, lembut, padat, cair, dan lain lain) dan warna (kombinasi warna) makanan.

d. Prinsip Visual

Buku menu yang ditampilkan sebaiknya memiliki daya tarik visual, karena dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli. Selain itu, makanan juga harus terlihat mengundang dan menarik ketika disajikan. Food plating atau tampilan akhir dari menu yang memiliki estetika yang baik sangat disarankan.

6. Analisa Resep

a. Analisa Bahan Menu

Memperbaiki menu akan membantu mengurangi food cost dan meningkatkan serta memaksimalkan keuntungan, karena itu sangat penting bagi pengusaha kuliner untuk menganalisa kembali bahan-bahan serta food cost yang digunakan dalam setiap menu. Jika usaha kuliner menjual terlalu banyak menu dengan harga tinggi, biaya makanan akan naik; karena banyak di antaranya (seperti daging sapi dan makanan laut) juga memiliki harga yang tinggi. Namun, jika usaha kuliner menjual terlalu banyak menu berbiaya rendah, rata-rata dari penjualan dan laba kotor akan menurun. Dalam merancang menu, sangat penting untuk dapat memiliki percampuran dari kedua menu ini.

b. Analisa Tren Menu

Tren "*grazing*" adalah tren umum yang diamati pada *Baby Boomers* yang gaya hidupnya mencerminkan keinginan mereka untuk variasi. "*Grazer*" ketika membeli makanan biasanya memilih makanan pembuka, inti, dan makanan penutup untuk melengkapi pilihan menu mereka. Mereka suka membuat menu sendiri. Sehingga operasional FB yang target marketnya adalah generasi baby boomers dapat memberikan variasi yang banyak dalam menu.

Jika bisnis operasional kuliner bersifat sementara dan pelanggannya sering berubah, menu dapat dibuat statis atau tidak berubah.

Jika bisnis kuliner melibatkan tamu langganan yang datang berulang kali, ada kebutuhan untuk menggunakan menu yang bersifat dinamis atau sering berubah (mingguan atau bulanan). Menu special harian dapat ditambahkan untuk membuat menu lebih bervariasi menawarkan pilihan yang lebih besar kepada pelanggan.

7. Desain Menu

Setelah menu telah dianalisa serta keputusan akhir telah dibuat mengenai item makanan, hal terakhir yang dapat dilakukan adalah mulai merencanakan menu design dan presentasi visual dari buku menu fisik. Keputusan mengenai penggunaan kertas, bentuk cetakan, warna, daftar makanan, ukuran, dan desain sampul harus dibuat lebih lanjut. Keseimbangan, variasi, komposisi, dan salinan deskriptif makanan dan minuman, kebenaran dalam menu, dan pelabelan menu juga harus dipertimbangkan sebelum bahan diserahkan untuk dicetak. Sebuah menu dapat berhasil jika telah dihitung secara akurat dan disajikan dengan benar. Penempatan item menu dengan cara yang menarik dan terorganisir dengan deskripsi yang efektif dapat meningkatkan penjualan suatu usaha kuliner.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat bagi pengusaha UMKM kuliner ini dapat disimpulkan:

1. Pemilik usaha kuliner terbekali dengan hasil observasi yang cukup mendalam dan personal, selain itu diberikan masukan yang sesuai dengan kebutuhan usaha kuliner masing-masing. Dalam kegiatan evaluasi kegiatan, pengusaha UMKM kuliner menyatakan respon yang positif akan kegiatan ini.

2. Laporan hasil observasi dapat dimanfaatkan sebagai panduan dalam perancangan menu baru berikutnya, atau untuk meningkatkan kualitas menu yang sudah ada. Laporan tersebut dilengkapi dengan materi teori yang dapat digunakan untuk keperluan usaha kuliner.

3. Pemahaman pemilik usaha kuliner akan pentingnya perancangan menu yang baik juga meningkat. Selain itu, laporan hasil observasi serta saran yang diberikan bagi usaha kuliner dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat akan dinyatakan dalam sesi evaluasi akan diterapkan dalam

usaha kuliner masing-masing. Hal ini berarti kebutuhan akan perubahan serta saran yang diberikan tepat sasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini didukung oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Multimedia Nusantara.

DAFTAR REFERENSI

- Alexandra, Y., & Situmorang, R. (2021). Pengajaran Daring Protokol Kesehatan Industri Hotel Bagi Siswa-Siswi Vokasi Pehotelan. *Prosiding PKM-CSR, Vol. 4*, 819-824. <https://doi.org/10.37695/pkmsr.v4i0.1108>
- Alexandra, Y., Harianto, A., & Choirisa, S. F. (2020). Lontar's Nectar from Nusa Tenggara Timur as Sugar Replacement for CoffeeBased Beverages: Coffee Tourism Potential . *Culture, People and Technology: The Driving Forces for Tourism Cities - Proceedings of 8th ITSA Biennial Conference 2020*, 323-341. [http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/Proceeding_\(Corporate_Language_as_Corporate_Strategy_to_Sustainable_Brand_in_Indonesia_\(Case_of_Starbuck_Language\)\).pdf#](http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/Proceeding_(Corporate_Language_as_Corporate_Strategy_to_Sustainable_Brand_in_Indonesia_(Case_of_Starbuck_Language)).pdf#)
- Idris, M. (2021, 03 26). *Apa Itu UMKM: Pengertian, Kriteria, dan Contohnya*. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertian-kriteria-dan-contohnya?page=all>
- Motta, R., & Martin, E. (2021). Food and social change: Culinary elites, contested technologies, food movements and embodied social change in food practices. *The Sociological Review*, 69(3):503-519. doi:10.1177/00380261211009468.
- Saputra, D. (2021, Maret 19). *Survei BI : 87,5 Persen UMKM Indonesia Terdampak Pandemi Covid-19*. Retrieved from Kompas.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/1370022/survei-bi-875-persen-umkm-indonesia-terdampak-pandemi-covid-19>