



Analisis Popularitas dan Profitabilitas Jajanan Khas Bali pada Toko JASTIP di Wilayah Badung dengan Pendekatan Menu *Engineering*

Maria Fransiska^{1*}, Ni Ketut Wiradnyani², I Wayan Suryanto³

^{1,3}Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Pendidikan dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura

²Program Studi Gizi, Fakultas Kesehatan, Universitas Dhyana Pura

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menentukan tingkat popularitas jenis panganan yang dijual pada Toko Jasa penitipan jajanan (JASTIP), Toko yang di analisis tingkat popularitas jenis panganan yang di jual adalah Toko yang berada di Wilayah Badung, dengan jenis panganan jajanan khas Bali. Permasalahan yang terjadi di Toko JASTIP adalah kesulitan dalam mengontrol keuangan dan pemasaran menu yang dimiliki. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimanakah keadaan menu yang dimiliki Toko JASTIP wilayah Badug dalam tingkat popularitas dan keuntungan yang tinggi pula atau sebaliknya. Metode penelitian menggunakan Menu *Engineering* untuk menganalisis tingkat popularitas jajanan khas Bali. Hasil yang diperoleh pada Toko di Dalung Permai wilayah Badung teridapat 39 jenis jajanan khas Bali. Hasil analisis menunjukkan bahwa diantara 39 jenis jajanan yang diteliti, 18% dalam kategori star, 0,5% yang lain dalam kategori *plowhorse*, 41% dalam kategori *puzzle*, dan 33% dalam kategori *dog*. Rekomendasi yang diberikan berkaitan dengan strategi bauran pemasaran yaitu pada menu kategori star patut dipertahankan, *plowhorse* harga jual ditinjau kembali, *puzzle* makanan dipertahankan dan perlu disusun kembali, dan *dog* menu jajanan diganti.

Abstrak: Jajan Khas Bali, Jasa Titip (JASTIP), Menu *Engineering*, Popularitas Menu, Strategi Pemasaran.

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v7i1.3479>

*Correspondence: Maria Fransiska

Email:

mariafransiska@undhirabali.ac.id

Received: 26-11-2025

Accepted: 19-12-2025

Published: 06-01-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to determine the level of popularity of the types of snacks sold at the Snack Delivery Service Shop (JASTIP). The shop that was analyzed for the level of popularity of the types of snacks sold was a shop located in the Badung area, with typical Balinese snacks. The problems encountered at JASTIP stores include difficulty in controlling finances and marketing their menu. This study aimed to determine whether the menus at JASTIP stores in the Badung area are achieving high popularity and profitability, or vice versa. The research method used Menu *Eneengineering* to analyze the popularity of Balinese snacks. Results obtained at the Dalung Permai Shop in the Badung area revealed 39 types of Balinese snacks. The results obtained at the Dalung Permai Shop in the Badung area revealed 39 types of Balinese snacks. The analysis showed that of the 39 types of snacks studied, 18% were in the star category, another 0.5% were in the *plowhorse* category, 41% were in the *puzzle* category, and 33% were in the *dog* category. The recommendations regarding the marketing mix strategy are: maintain the star category menu; review the *plowhorse* selling price; maintain the food *puzzle* and rearrange it; and replace the *dog* snack menu.

Keywords: Balinese Traditional Snacks, Marketing Strategy, Menu *Engineering*, Menu Popularity, Personal Shopping Service.

Pendahuluan

Bali dikenal luas bukan hanya sebagai destinasi wisata, tetapi juga sebagai daerah dengan kekayaan kuliner tradisional yang kuat kaitannya dengan identitas budaya lokal (Mau & Mau, 2025). Sejumlah makanan dan minuman khas Bali seperti sate lilit, jaje laklak, serombotan, jaje klepon, rujak kuah pindang, daluman, teh beras merah, hingga arak Bali

telah ditetapkan sebagai Warisan Budaya Tak Benda Indonesia, menunjukkan pengakuan negara terhadap nilai budaya dan ekonomi kuliner tradisional tersebut (Lubis, 2023). Penetapan ini menegaskan bahwa jajanan khas Bali bukan sekadar komoditas pangan, tetapi juga ekspresi budaya yang perlu dilestarikan dan dikelola secara profesional.

Jajanan tradisional Bali seperti berbagai jenis jaje pasar dipandang sebagai ekspresi budaya tradisional yang lahir dari pengetahuan komunal dan kini berkembang menjadi produk bisnis dengan tampilan dan varian rasa yang beragam. Dahulu, kue tradisional Bali hanya digunakan dalam konteks upacara adat kini banyak diproduksi dan dipasarkan sebagai oleh-oleh di toko modern, sehingga menimbulkan kebutuhan akan perlindungan hukum dan pengelolaan bisnis yang lebih serius agar nilai ekonomi dan hak para pelaku usaha lokal dapat terjaga (Widiaswari, 2020). Pengelolaan jajanan tradisional Bali menyentuh dua dimensi sekaligus, yaitu pelestarian budaya dan penguatan ekonomi lokal.

Perkembangan teknologi digital dan pola konsumsi masyarakat turut mendorong munculnya model bisnis baru berupa jasa titip (JASTIP). JASTIP adalah layanan di mana seorang perantara membantu membeli dan mengirimkan produk yang diinginkan konsumen, sering kali berupa produk khas daerah, dengan imbalan biaya jasa. Berbagai artikel kewirausahaan menunjukkan bahwa bisnis JASTIP diminati karena memiliki modal awal yang relatif kecil. Melalui bisnis JASTIP pelaku usaha tidak perlu menyimpan stok barang, dan dapat menetapkan fee jasa titip yang memberikan potensi keuntungan signifikan (Wardani et al., 2024). JASTIP bahkan dipandang sebagai "jembatan" yang membantu produsen kecil menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus menguasai sendiri kanal pemasaran digital (Khristiana et al., 2024; Rokhmania et al., 2023; Wahyudiono et al., 2018).

Di wilayah Badung, khususnya kawasan permukiman dan perdagangan seperti Dalung dan sekitarnya, bisnis JASTIP jajanan khas Bali berkembang cukup pesat. Toko JASTIP yang menjadi fokus penelitian menerima pasokan jajanan basah dan kering dari berbagai produsen lokal. Jajanan basah umumnya mulai diproduksi pada tengah malam hingga dini hari dan dikirim ke toko sekitar pukul tiga pagi, sementara toko sudah mulai beroperasi sejak sekitar pukul lima pagi. Pola produksi dan distribusi yang sangat singkat ini diperlukan agar jajanan tetap segar ketika dijajakan, tetapi sekaligus meningkatkan risiko kerusakan dan sisa produk yang tidak terjual. Hal ini menjadi krusial karena jajanan basah sangat mudah rusak, sehingga kesalahan dalam memprediksi permintaan dan mengelola stok dapat langsung berimplikasi pada kenaikan *food cost* dan penurunan laba.

Hasil wawancara pendahuluan dengan pemilik usaha menunjukkan bahwa Toko JASTIP yang diteliti menjual puluhan jenis jajanan khas Bali, namun belum memiliki informasi yang sistematis tentang menu mana yang paling disukai konsumen dan mana yang paling menguntungkan secara finansial. Penjualan setiap item menu cenderung fluktuatif dari satu periode ke periode lain, dipengaruhi oleh preferensi konsumen, musim, dan momen keagamaan, sementara pencatatan penjualan dan biaya masih dilakukan secara sederhana. Kondisi ini membuat pemilik usaha kesulitan mengontrol *food cost*, menentukan menu prioritas, serta merancang strategi pemasaran yang mendorong pembelian ulang dan loyalitas konsumen. Tanpa analisis menu yang terstruktur, keputusan mempertahankan,

mempromosikan, atau menghapus suatu menu cenderung didasarkan pada intuisi, bukan data.

Salah satu pendekatan yang banyak digunakan untuk menjawab persoalan serupa adalah menu engineering (Suryani et al., 2024; Susila & Nugraha, 2021). Pendekatan ini menganalisis setiap item menu berdasarkan dua dimensi utama, yaitu tingkat popularitas (menu *mix* atau *popularity index*) dan tingkat profitabilitas (*contribution margin*), untuk kemudian mengklasifikasikan menu ke dalam empat kategori, yakni *star* (popularitas tinggi dan margin tinggi), *plowhorse* (popularitas tinggi dan margin rendah), *puzzle* (popularitas rendah dan margin tinggi), serta *dog* (popularitas dan margin sama-sama rendah) (Atmaja et al., 2023; Juliana et al., 2021; Wibawa & Rachman, 2023). Berbagai penelitian di restoran dan kafe menunjukkan bahwa menu *engineering* membantu manajemen mengidentifikasi menu yang perlu dipertahankan dan dipromosikan (Budiman & Kurniawan, 2025; Rinaldi & Hiskandar, 2024). Menu yang perlu penyesuaian harga atau resep, serta menu yang sebaiknya dihapus karena membebani biaya tanpa memberikan kontribusi laba yang memadai (Husada et al., 2018).

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai menu *engineering* sebagian besar dilakukan pada konteks restoran hotel berbintang, kafe kopi, dan restoran *à la carte*. Wibawa & Rachman (2023) menemukan bahwa di sebuah kafe terdapat distribusi menu dengan komposisi yang cukup besar pada kategori *star* dan *dog*, sehingga diperlukan strategi promosi dan evaluasi menu secara berkala untuk meningkatkan kinerja menu yang kurang populer dan kurang menguntungkan. Juliana et al. (2021) menunjukkan bahwa penggunaan analisis menu *engineering* di restoran hotel mampu memberikan informasi rinci mengenai klasifikasi menu dalam kategori *star*, *plowhorse*, *puzzle*, dan *dog*, sehingga mendukung pengambilan keputusan jangka pendek maupun jangka panjang terkait pengembangan menu dan peningkatan volume penjualan. Di sisi lain, kajian spesifik yang menerapkan menu *engineering* pada toko JASTIP dengan komoditas jajanan tradisional Bali masih sangat terbatas, padahal karakteristik produk, pola pasokan, dan risiko kerusakan produk pada JASTIP berbeda dengan restoran konvensional.

Bertolak dari kondisi tersebut, penelitian dengan judul ini dilakukan untuk mengisi kekosongan kajian pada konteks usaha jasa titip jajanan tradisional. Penelitian ini berfokus pada satu Toko JASTIP di wilayah Badung yang menjual 39 jenis jajanan khas Bali dan bertujuan menganalisis tingkat popularitas serta profitabilitas setiap menu menggunakan pendekatan menu *engineering*. Penelitian ini berupaya mengidentifikasi jenis jajanan yang termasuk kategori *star* sebagai menu yang sangat populer dan menguntungkan, jenis jajanan yang termasuk kategori *plowhorse* yang populer tetapi memberikan margin kontribusi rendah, jenis jajanan yang termasuk kategori *puzzle* yang memiliki margin tinggi namun kurang diminati, serta jenis jajanan yang termasuk kategori *dog* yang memiliki popularitas dan profitabilitas sama-sama rendah. Di samping itu, penelitian ini juga merumuskan strategi penjualan dan bauran pemasaran jajanan khas Bali pada Toko JASTIP berdasarkan hasil klasifikasi menu tersebut, sehingga diharapkan mampu membantu pemilik usaha mengendalikan *food cost*, meningkatkan laba, sekaligus berkontribusi pada pelestarian dan pengembangan jajanan tradisional Bali.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat melalui data numerik yang dianalisis untuk merumuskan strategi bauran pemasaran (Friadi et al., 2024; Intihanah et al., 2024). Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran objektif mengenai kondisi aktual kinerja menu berdasarkan data penjualan dan struktur biaya. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan studi literatur. Observasi difokuskan pada pengumpulan data menu, harga jual, dan informasi operasional pendukung. Wawancara mendalam dilakukan kepada Manajer Outlet dan satu staf bagian pemasaran untuk memperoleh pemahaman komprehensif terkait kebijakan pemasaran dan pengelolaan menu. Studi literatur digunakan untuk memperkuat landasan teoritis dan membandingkan hasil penelitian dengan temuan sebelumnya (Friadi et al., 2022; Prameswari & Silitonga, 2025; Taufiq et al., 2020).

Analisis data dilakukan menggunakan teknik Menu Engineering, yang mengevaluasi kinerja menu berdasarkan dua variabel utama, yaitu tingkat popularitas (Menu Mix) dan kontribusi margin (Contribution Margin). Tahapan analisis meliputi identifikasi seluruh item menu, pencatatan jumlah penjualan setiap item, perhitungan persentase Menu Mix, serta penentuan kategori popularitas tinggi atau rendah berdasarkan nilai rata-rata Menu Mix. Selanjutnya dilakukan perhitungan Contribution Margin dengan mengurangi harga pokok dari harga jual, dilanjutkan dengan perhitungan total pendapatan, total biaya, dan total margin kontribusi. Berdasarkan nilai rata-rata Contribution Margin, setiap menu diklasifikasikan ke dalam kategori margin tinggi atau rendah. Hasil akhir analisis berupa pengelompokan menu ke dalam empat klasifikasi, yaitu *star*, *plowhorse*, *puzzle*, dan *dog*, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis untuk meningkatkan kinerja penjualan dan profitabilitas menu (Abner & Adyatma, 2024; Latianingsih et al., 2025; Rizkyani & Anggraeni, 2022).

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menerapkan metode Menu Engineering sebagai alat analisis untuk menilai tingkat popularitas jajanan khas Bali. Objek penelitian berlokasi pada salah satu toko jajanan di kawasan Dalung Permai, Kabupaten Badung, dengan jumlah menu yang dianalisis sebanyak 39 jenis jajanan tradisional. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa komposisi menu tersebar ke dalam empat klasifikasi, yaitu sebesar 18% termasuk kategori *star*, 0,5% berada pada kategori *plowhorse*, 41% tergolong *puzzle*, dan 33% masuk dalam kategori *dog*.

Berdasarkan temuan tersebut, rekomendasi strategis difokuskan pada penerapan bauran pemasaran yang berbeda untuk setiap kategori menu. Menu yang berada pada kategori *star* disarankan untuk dipertahankan karena memiliki kinerja yang optimal, sementara menu *plowhorse* perlu dilakukan evaluasi ulang terhadap harga jualnya. Menu dalam kategori *puzzle* direkomendasikan untuk tetap dipertahankan dengan penataan dan strategi pemasaran yang lebih tepat, sedangkan menu yang tergolong *dog* disarankan untuk diganti dengan produk lain yang memiliki potensi penjualan dan keuntungan yang lebih baik.

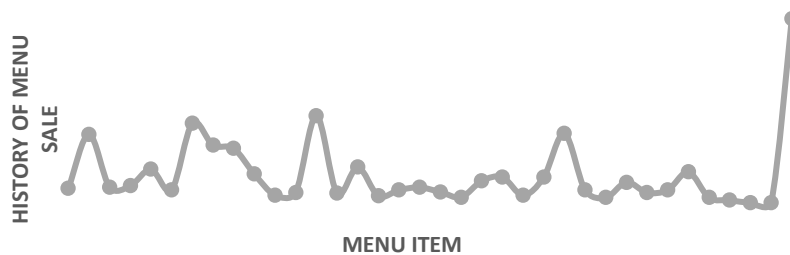
Tabel 1. Klasifikasi Menu

Menu Classification	CM Category	MM% Category	Action
Star	High	High	Retain
Plowhorse	Low	High	Reprice
Puzzle	High	Low	Reposition
Dog	Low	Low	Replace

Berdasarkan Tabel 2. Klasifikasi menu menurut Kasavana (1984), dalam mengambil keputusan sesuai dengan klasifikasi makanan yang telah dicapai sesuai langkah-langkah :

1. Klasifikasi Star, maka keputusan yang diambil adalah Retain yaitu jenis makanan tersebut tetap dipakai dalam susunan menu yang akan datang.
2. Plowhorse keputusan yang diambil adalah Reprice, artinya harga jual makanan harus ditinjau kembali.
3. Puzzle ,keputusan yang diambil adalah Reposition, artinya makanan tetap dipakai dalam susunan menu yang akan datang tetapi diletakkan pada posisi yang strategis.
4. Dog, maka keputusan yang diambil adalah Replace, artinya makanan diganti dengan makanan yang memungkinkan untuk memperoleh untung.

Star (bintang) mempertahankan kualitas, kuantitas dan penampilan dari jajanan yang dijual, Jajanan ditempatkan pada posisi yang strategis pada penjajaanya, harus dapat ditentukan rentangan keelastisitasnya. Kuda dalam menentukan harga menu klasifikasi harus berhati-hati karena perlu diperhatikan tanggapan yang diberikan oleh pelanggan terhadap kenaikan harganya, posisi menu jajanan sebaiknya diletakkan lebih rendah agar tidak mengurangi posisi star, Hidangan pada kriteria ini dapat dikombinasikan dengan bahan makanan yang biaya bahan makananya rendah untuk mmeningkatkan margin kontibusi, dapat dipertimbangkan unuk dikurangi porsiya namun jangan terlalu mmencolok. Puzzle, menghapus jenis hidangan ini yang daya jualnya rendah, dengan cara menurunkan harg tapi jagan sampai mempengaruhi permintaan menu lainnya yang kontribusinya marginya tinggi. Batasi jumlah hidangan jenis ini pada menu karena dapat mempengaruhi tingkat permintaan pelanggan secara keseluruhan. Dog, menghapus menu ini dari menu lainnya, jika diperlukan untuk menjaga jumlah hidangan pada menu agar tetap pada jumlah yang sama, maka klasifikasi ini dapat diganti dengan hidangan yang lebih menarik (Izzati & Watemin, 2025; Soekiman et al., 2018; Tuti et al., 2024).



Gambar 1. Grafik Pola Menu Mix Katagori Jajanan Basah Khas Bali Jajanan Di Wilayah Badung

Jajanan basah yang tergolong Star (bintang) sesuai pada Tabel 2. adalah: laklak, gegiling, wajik, cucur, pastel, putu ayu, bendu, sehingga kebijakan yang diberikan kepada

Toko Jastif adalah jajanan tersebut harus dipertahankan dari segi kualitas, kuantitas dan penampilan dari jajanan yang dijual, Jajanan ditempatkan pada posisi yang strategis pada penajaanya, harus dapat ditentukan rentangan keelastisitasnya. Jajanan yang memiliki klasifikasi star ini sebanyak 0,5 % paling sedikit dari klasifikasi dog, puzzle, maupun plowhorse. Hal ini disebabkan untuk pastel harganya cukup murah untuk konsumen walaupun keuntungannya sangat kecil tetapi omzetnya sangat tinggi dan orderan kue pastel ini tidak dipengaruhi oleh adanya acara-acara tertentu dan berkelanjutan artinya dalam segala situasi pastel tetap populer untuk masyarakat Badung karena rasanya enak, bersih, isianya bergizi yaitu ada sayuranya maupun daging, rasanya manis, asin sangat pas dan bisa dinikmati oleh segala kalangan usia, dan dapat dipergunakan sebagai sarapan pagi, perbekalan maupun dipergunakan dalam acara-acara resmi maupun santai, jadi kegunaanya sangat fleksibel (Mardiah et al., 2024).

Jajanan laklak memang sangat disukai karena bahanya alami, dan jajanan legendaris asli Bali semenjak nenek moyang umat Hindu sudah sering dipergunakan sebagai jajanan upekare persembahyangan setiap hari maupun dihari –hari sakral umat Hindu, walaupun jajanan yang satu ini mudah basi jika terlalu lama dibiarkan namun masih sangat populer di wilayah Badung, jajanan yang serupa dengan laklak adalah gegiling, wajik, putu ayu. Jaje bendu merupakan jaje khas Bali barat khususnya kabupaten Jembrana, jaje yang berasal dari bahan tepung ketan yang masih segar dan untinya dari kelapa parut yang ditambahkan gula bali, jajanan ini sering dipergunakan dalam upacara agama maupun sebagai oleh-oleh khas Bali untuk dibawa ke luar kota maupun ke luar negeri (Satriadi et al., 2023).

Pastel merupakan jajanan basah karena fillinya merupakan isian yang mudah basi, biasanya digolongkan menjadi isin dari bahan sayuran, daging, maupun varian yang lainnya sesuai degan permintaan maupun isian-isian kekinian yang berbau keju, krim dan sebagainya, sedangkan dough atau adonan kulitnya berkarakter pluntus, berlapis lapis dan renyah. Besaran dan jenis isian pastel sangat erat kaitnya dengan harga jualnya, makin banyak menggunakan daging atau bahan-bahan yang mahal maka food sales pastel juga akan berubah. Pastel sangat populer dibandingkan jajanan lainnya karena rasanya disukai atau sesuai lidah orang lokal Bali, disamping itu fleksibel dalam acara keagamaan yang paling berbeda nyata adalah acara keagamaan umat Hindu dimana tidak hanya pada saat hari-hari besarnya namun dalam setiap bulannya ada saja upacara keagamaan umat Hindu yang mempergunakan pastel untuk sesajen dalam persembahyangan mereka. Gambar 2 menunjukkan pastel di sajikan setiap hari.



Gambar 2. Jajanan Pastel

Jaje wajik merupakan jajanan basah yang terbuat dari biji beras ketan yang berwarna putih, dalam pembuatannya dicampur dengan santan kental dan gula merah yang berasal dari pohon kelapa, rasanya dominan manis (Isnaningrum & Wahab, 2023). Jajanan ini sangat sering muncul pada acara-acara keagamaan semua umat, jajanan ini biasanya dipergunakan pada saat acara pernikahan, jadi penempatan jajanan ini merupakan *happy hours* dimana tampil pada saat tamu datang atau pada posisi menu welcome drink sebagai kondimen.



Gambar 3. Jajanan Wajik

Jaje Bendu, jaje yang terbuat dari tepung beras ketan dan di dalamnya terbuat dari parutan kelapa yang diberi gula merah. Metode pembuatan jaje bendu ini menggunakan campuran ekstrak daun pucuk atau waru supaya jaje bendu tidak mudah keras selama penyajian. Jaje bendu sangat disukai bukan saja oleh orang Bali tetapi hampir semua orang suka jaje ini karena rasanya legit ketika digigit mengeluarkan juisi manisnya gula palem dengan parutan kelapa basah. Legitnya tekstur jaje ini karena kandungan tepung ketan yang memiliki amilopektin yang tinggi, berupa pati $(C_6H_{10}O_5)_n$, dimana pati merupakan homopolimer glukosa dengan ikatan α glikosidik. Beras ketan mengandung 1-2% amilosa dan 98% amilopektin dari kandungan pati seluruhnya. Tepung ketan berasal dari beras ketan yang kaya karbohidrat terutama pati yang dapat memberikan tekstur, kekenyalan dan meningkatkan rasa enak dari berbagai produk makanan. Jaje Bendu seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Jajanan Bendu

Jajanan tradisional yang sangat dikenal di wilayah Badung, Bali adalah jaje lalak, yaitu salah satu jenis jajanan pasar yang memiliki kemiripan dengan kue serabi dari Pulau Jawa. Kedua kue tersebut dibuat dari bahan dasar yang relatif sama, yaitu tepung beras,

santan, baking powder, dan garam, serta diproses menggunakan cetakan tanah liat. Setelah matang, permukaan kue laklak ditandai dengan munculnya pori-pori kecil yang menjadi ciri khasnya. Perbedaan utama antara jaje laklak dan serabi terletak pada variasi topping yang digunakan, yang disesuaikan dengan selera dan budaya lokal.

Berdasarkan hasil analisis menu engineering, jaje laklak termasuk dalam kategori *star* karena memiliki tingkat popularitas dan kontribusi margin yang tinggi. Hal ini didukung oleh harga jual yang relatif terjangkau, cita rasa yang sesuai dengan selera masyarakat Bali, serta fleksibilitas penggunaannya dalam berbagai kegiatan, baik sebagai sajian harian, menu sarapan, maupun sebagai pelengkap dalam upacara adat dan keagamaan. Tingginya kebutuhan jaje laklak juga dipengaruhi oleh frekuensi pelaksanaan perayaan umat Hindu di Bali yang berlangsung hampir setiap bulan, sehingga jajanan ini memiliki permintaan yang stabil dan mudah dikenali oleh masyarakat.



Gambar 5. Jaje Laklak

Jaje giling-giling merupakan jaje khas Bali yang mirip sekali dengan jaje cenil, memiliki tekstur kenyal dan di balut dengan kelapa parut saat penyajiannya, jaje ini dibuat dari bahan utamanya adalah tepung beras, dicampur dengan tepung kanji dan prosesnyapun di rebus atau di kukus, setelahnya didinginkan barulah di masukan ke kelapa parut, seperti yang disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Jaje Giling-Giling

Kue cucur merupakan panganan tradisional khas Betawi yang memiliki nilai budaya kuat dan kerap dikategorikan sebagai kue adat karena hampir selalu disajikan dalam berbagai ritual dan perayaan tradisional Betawi, seperti upacara pernikahan, potong rambut bayi, serta kegiatan keagamaan. Hidangan yang serupa dengan kue cucur juga dijumpai di

Sumatera Barat dengan sebutan pinyaram, namun keduanya memiliki perbedaan pada komposisi bahan baku. Pinyaram tidak menggunakan tepung terigu, sedangkan kue cucur dibuat dengan campuran tepung terigu protein sedang, tepung beras, dan gula pasir sebagai bahan utama. Berdasarkan hasil analisis di wilayah Badung, kue cucur termasuk dalam klasifikasi *dog*, yaitu menu dengan tingkat popularitas dan penjualan yang relatif rendah. Kondisi ini dipengaruhi oleh faktor budaya setempat, khususnya masyarakat Hindu yang umumnya menggunakan jenis kue lain sebagai sarana sesajen, meskipun secara umum kue cucur tetap dapat diterima oleh masyarakat luas.



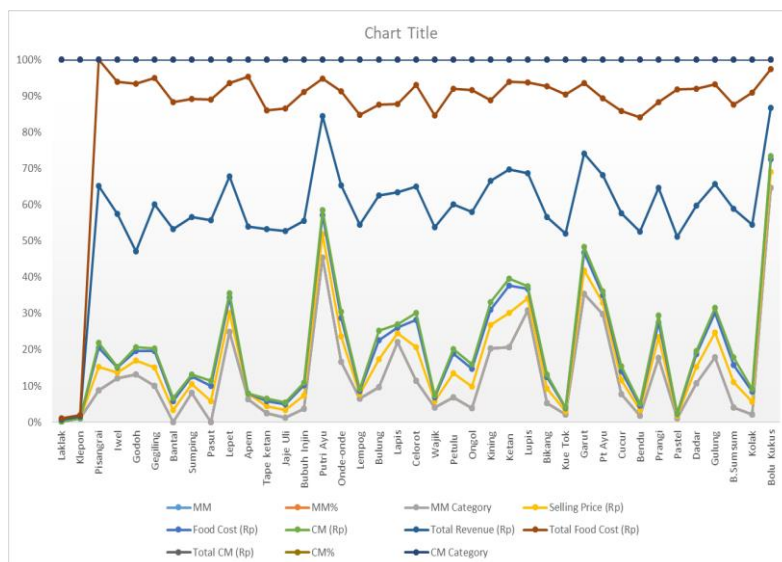
Gambar 7. Kue Cucur

Hasil analisis menunjukkan bahwa diantara 39 jenis jajanan yang diteliti, 18% dalam kategori star, 0,5% yang lain dalam kategori plowhorse, 41% dalam kategori puzzle: Iwel, godoh Bantal, Sumping, Pasut, Apem, Tape ketan, Jaje Uli, Bubuh Injin, Lempog, lapis Bikang, Kue Tok, dadar gulung, bubur sumsum, bolu kukus. Hal ini disebabkan jenis jaje ini mudah basi dan memerlukan kemasan yang khusus sehingga mudah rusak dalam penyajiannya jika tidak diperhatikan cara kemas yang benar puzzle makanan dipertahankan dan perlu disusun kembali. Dan 33% dalam kategori dog diantaranya: Pisangrai, lepet, putu ayu, bulung, celorot, petulu, ketan, kining, lupis, garut, cucur, prangi, klasifikasi dog merupakan menu jajanan yang boleh diganti. Jaje yang masuk ke dalam klasifikasi plowhorse harga jual ditinjau kembali, seperti: onde-onde dan ongol-ongol. Hal ini seperti terlihat pada Tabel 2, Gambar 8.

Tabel 2. Menu Mix Katagori Jajanan Basah Khas Bali Jajanan Di Wilayah Badung

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
No	Menu item	MM	MM%	MM Cate gory	Selling Price (Rp)	Food Cost (Rp)	CM (Rp)	Total Revenue (Rp)	Total Food Cost (Rp)	Total CM (Rp)	CM %	C M Ca te go ry	Menu Classifi cation
1	Laklak	16.500	2,52	H	5.000	4.000	1.000	82.500	66.000	16.500.000	0,1149	H	Star*0,069
2	Klepon	110.60	1,68	H	5.000	4.000	1.000	55.300	44.240	11.060.000	0,0770	L	Puzzle
3	Pisangrai	0	1,00	L	5.000	4.000	1.000	33.000	26.400	6.600.000	0,0459	L	Dog
4	Iwel	6.600	4,22	H	3.500	3.000	500	95.985	83.130	13.855.000	0,0964	L	Puzzle
5	Godoh	27.710	1,09	H	2.000	1.500	500	14.300	25.025	3.575.000	0,0249	L	Puzzle
6	Gegiling	7.150	1,16	H	4.000	3.500	500	30.600	26.775	3.825.000	0,0266	H	Star
7	Bantal	7.650	2,14	H	2.000	1.500	500	28.080	21.060	7.020.000	0,0488	L	Puzzle
8	Sumping	16.550	2,52	H	2.000	1.500	500	33.100	24.825	8.275.000	0,0576	L	Puzzle
9	Pasut	6.090	1,18	H	2.000	1.500	500	15.480	11.610	3.870.000	0,0269	L	Puzzle
10	Lepet	32.000	0,92	L	5.000	4.000	1.000	30.450	24.360	6.090.000	0,0417	L	Dog

No	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
	Menu item	MM	MM%	MM Category	Selling Price (Rp)	Food Cost (Rp)	CM (Rp)	Total Revenue (Rp)	Total Food Cost (Rp)	Total CM (Rp)	CM %	CM Category	Menu Classification
11	Apem	23.500	4,88	H	5.000	4.500	500	160.000	144.000	16.000.000	0,0111	L	Puzzle
12	Tape ketan	22.200	3,58	H	10.000	7.000	3.000	235.000	164.500	70.500.000	0,0490	L	Puzzle
13	Jaje Uli	12.200	3,38	H	7.000	5.000	2.000	155.400	111.000	44.400.000	0,3091	L	Puzzle
14	Bubuh Injin	4.000	1,86	H	5.000	4.000	1.000	61.000	48.800	12.200.000	0,0849	L	Puzzle
15	Putri Ayu	5.000	0,60	L	5.000	4.000	1.000	20.000	8.000	4.000.000	0,0278	L	Dog
16	Onde-onde	35.000	0,76	L	2.000	1.500	500	10.000	7.500	2.500.000	0,0174	H	Plowhose
17	Lempog	4.800	5,33	H	3.000	2.000	1.000	105.000	70.000	35.000.000	0,2437	L	Puzzle
18	Bulung	14.900	0,73	L	3.000	2.000	1.000	14.400	9.600	4.800.000	0,0334	L	Dog
19	Lapis	3.700	2,27	H	3.000	2.000	1.000	44.700	29.800	14.900.000	0,1037	L	Puzzle
20	Celorot	27.000	0,56	L	5.000	4.000	1.000	18.500	14.800	3.700.000	0,0257	L	Dog
21	Wajik	6.000	4,11	H	3.000	2.000	1.000	81.000	54.000	27.000.000	0,1880	H	Star
22	Petulu	7.000	0,91	L	5.000	4.000	1.000	30.000	24.000	6.000.000	0,0417	L	Dog
23	Ongol	5.200	1,06	L	5.000	4.000	1.000	35.000	28.000	7.000.000	0,0487	H	Plowhorse
24	Kining	3.200	0,79	L	3.000	2.000	1.000	15.600	10.400	5.200.000	0,0316	L	Dog
25	Ketan	9.500	0,48	L	5.000	4.000	1.000	16.000	12.800	3.200.000	0,0222	L	Dog
26	Lupis	11.000	1,44	H	5.000	4.000	1.000	47.500	38.000	9.500.000	0,0661	L	Dog
27	Bikang	47.000	1,67	H	3.000	2.500	500	33.000	27.500	5.500.000	0,0383	L	Puzzle
28	Kue Tok	4.000	7,16	H	5.000	4.000	1.000	235.000	188.000	47.000.000	0,3272	L	Puzzle
29	Garut	10.000	0,61	L	2.000	1.500	500	8.000	6.000	2.000.000	0,0139	L	Dog
30	Pt Ayu	11.000	1,52	H	3.000	2.000	1.000	30.000	20.000	10.000.000	0,0696	H	Star
31	Cucur	28.000	0,001	L	3.000	2.000	1.000	33.000	22.000	11.000.000	0,0366	L	Dog
32	Bendu	6.000	4,27	H	3.000	2.000	1.000	84.000	56.000	28.000.000	0,1949	H	Star
33	Prangi	3.000	0,91	L	3.000	2.000	1.000	18.000	12.000	6.000.000	0,0417	L	Dog
34	Pastel	9.000	11,13	H	3.000	2.500	500	219.000	182.500	36.500.000	0,2541	H	Star
35	Dadar	5.000	1,37	H	2.500	2.000	500	22.500	18.000	4.500.000	0,0313	L	Puzzle
36	Gulung	6.000	0,76	L	5.000	4.000	1.000	25.000	20.000	5.000.000	0,0348	L	Puzzle
37	B.Sumsum	13.000	0,91	L	5.000	3.500	1.500	30.000	21.000	9.000.000	0,0626	L	Dog
38	Kolak	3.000	9,26	H	5.000	4.000	1.000	65.000	52.000	13.000.000	0,0905	H	Star
39	Bolu Kukus	3.000	9,26	H	5.000	4.000	1.000	15.000	12.000	3.000.000	0,0208	L	Puzzle
		73.000											
		530.790	100		157.000	120.500	36.500	2.188.295	1.765.625	14.368.215.000	100		



Gambar 8. Grafik Menu Mix Katagori Jajanan Basah Khas Bali Jajanan Di Wilayah Badung

Simpulan

Hasil pengolahan data memperlihatkan bahwa dari total 39 jenis jajanan yang dianalisis, sebesar 18% termasuk dalam kategori *star*, 0,5% berada pada kategori *plowhorse*, 41% tergolong *puzzle*, dan 33% masuk ke dalam kategori *dog*. Berdasarkan distribusi tersebut, rekomendasi strategi bauran pemasaran disesuaikan dengan karakteristik masing-masing kategori, yaitu mempertahankan menu *star* karena kinerjanya optimal, melakukan peninjauan ulang terhadap harga jual menu *plowhorse*, mempertahankan menu *puzzle* dengan penataan dan strategi yang lebih tepat, serta mengganti menu *dog* dengan produk lain yang memiliki potensi penjualan lebih baik

Referensi

- Abner, K., & Adyatma, M. L. R. (2024). Tata Letak Fasilitas Area Produksi Startup Ceripik. *Jurnal Pembangunan Dan Kebijakan Publik*, 15(1), 57–65. <https://doi.org/10.36624/jpkp.v15i1.168>
- 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. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i5.428>
- Budiman, S. S., & Kurniawan, W. B. (2025). Analisis Menu Engineering: Studi Kasus pada Menu Minuman di Mama B Bintang. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(8), 10279–10283. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i8.9417>
- Friadi, J., Kom, S., Bambang Satriawan, S. E., Safarudin, M. S., Kom, S., Nolla Puspita Dewi, S. E., Ak, M., & Windayati, D. T. (2022). *Kewirausahaan berbasis produk*. Samudra Biru.
- Friadi, J., Windayanti, D. T., & Made, A. M. (2024). Pemberdayaan Masyarakat UMKM dalam Pemasaran Produk Lokal Batam. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 159–167. <https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.3608>
- Husada, D. D., Asmara, D., & Suroto, A. (2018). Pengaruh Penerapan Rekayasa Menu Terhadap Tingkat Penjualan di Restoran Epice Hotel Alila Solo. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 14(1), 94–114. <https://jurnal.stpsahidsurakarta.ac.id/index.php/JPI/article/view/222>
- Intihanah, Pebrianti, V. O., & P, D. Y. P. A. (2024). Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi pada Bakso Bakar Padaidi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 547–554. <https://doi.org/10.33772/jakuho.v9i2.212>
- Isnaningrum, I., & Wahab, M. A. (2023). Eksplorasi Etnomatematika pada Kue Tradisional di Daerah Magelang. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 1(4), 499–508. <https://doi.org/10.58540/jipsi.v1i4.113>

- Izzati, N. F., & Watemin, W. (2025). Marketing Strategy for Crispy Mushrooms from White Oyster Mushroom Cultivation in Waringinsari Village, Banjar (Case Study on Reginda Jamur UMKM). *Proceeding of International Seminar on Agricultural Conservation and Cultural Heritage*, 1, 24–27. <https://ojs.unigal.ac.id/index.php/proceedinginternationalseminar/article/view/5076>
- Juliana, J., Pramezuary, 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. <https://doi.org/10.5555/ijosmas.v2i4.45>
- Khristiana, Y., Santosa, J., Utomo, A., Pahlawi, L. A. I., & Susilowati, E. M. (2024). STRATEGI DIGITALISASI UMKM: PENDAMPINGAN DAN IMPLEMENTASI DI KAMPUNG BATIK PUNGSARI, SRAGEN. *JICS : Journal Of International Community Service*, 3(02), 99–109. <https://doi.org/10.62668/jics.v3i02.1372>
- Latianingsih, N., Nurhayati, I., Mariam, I., Sonjaya, I., Pratama, A. P., & Bidhari, S. C. (2025). *Transformasi Digital dalam Produksi Pangan Olahan*. Widina Media Utama.
- Lubis, H. P. M. (2023, March 15). 3 Makanan Bali yang Ditetapkan Jadi Warisan Budaya Tak Benda 2022 Baca artikel detikbali, "3 Makanan Bali yang Ditetapkan Jadi Warisan Budaya Tak Benda 2022" selengkapnya . Download Apps Detikcom Sekarang <https://apps.detik.com/detik/>. DetikBali. <https://www.detik.com/bali/kuliner/d-6618029/3-makanan-bali-yang-ditetapkan-jadi-warisan-budaya-tak-benda-2022>
- Mardiah, A., Sunarni, Putri, N. R., Sono, M. G., & Putra, J. E. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Digital. *El-Mal*, 5(11), 5465–5474.
- Mau, Y. P., & Mau, D. P. (2025). Festival Kuliner Sebagai Strategi Peningkatan Citra Destinasi Wisata Kuliner Tradisional Di Bali. *Nobel Management Review*, 6(2), 154–163. <https://doi.org/10.37476/nmar.v6i2.5277>
- Prameswari, A. M., & Silitonga, P. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek di McDonalds. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 3521–3545. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5475>
- 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. <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i2.523>
- Rizkyani, M. A., & Anggraeni, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kemasan, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian

- Hokben. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 482–487.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.3309>
- Rokhmania, N., Harsono, S., Lutfi, L., Poerwanti, R. P., & Belinda, Y. (2023). DIGITAL MARKETING BAGI UMKM: STUDI KASUS BATIK ERA KRISNA. *Jurnal KeDayMas: Kemitraan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 25–39.
<https://doi.org/10.14414/kedaymas.v3i1.3520>
- Satriadi, Oktina Amelia, A., Anggraini, S., Suryaningsih, J., & Octory Sanjaya, P. (2023). MANAJEMEN INOVASI PADA UMKM “ USAHA REMPEYEK IBU SUMIATIN.” *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*.
<https://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2763>
- Soekiman, J. S., Baktiono, R. A., Damayanti, S., & Oetoro, I. (2018). *Perekayasaan Sosial Redesain Model Pelatihan Manajemen Bagi Pelaku UMKM Pada Sentra UMKM di Jawa Timur*. Unitomo Press.
- Suryani, P. E., Nainggolan, P. P., & Suthanaya, I. P. B. (2024). Analisis Menu Engineering Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Makanan Di Deus Cafe Canggu, Kuta Utara Bali. *Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research*, 1(2), 175–183.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.14288810>
- Susila, B. P. E., & Nugraha, S. (2021). MENU ENGINEERING SEBAGAI STRATEGI PENETAPAN PRODUK MAKANAN DALAM MENGHADAPI TATANAN KEHIDUPAN BARU DI KORI RESTAURANT & BAR KUTA - BALI. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 3(1), 14–27.
<https://doi.org/10.51713/jamas.v3i1.45>
- Taufiq, M., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 1(2), 204–220. <https://doi.org/10.21009/japa.0102.05>
- Tuti, M., Arisanti, I., Mbado, M. R., Sadikin, M. R., Hina, H. B., Amrullah, Y. A., Ocotyuda, E., Ena, Z., Alhamidi, E. M. A., Karim, A., Razak, M., Nurmayanti, S., Harwiki, W., & Darsana, I. M. (2024). *Perilaku Organisasi pada Bisnis UMKM*. CV Intelektual Manifes Media.
- Wahyudiono, Widyastuti, M., & Aminatuzzahro. (2018). *Manajemen UMKM: Orientasi Peran Stakeholder dalam Membangun Daya Saing UMKM*. Putra Media Nusantara.
- Wardani, R. E. K., Febriyanti, P., Pohan, S. N., & Asbari, M. (2024). Usaha Bisnis Jastip Light Cart: Peluang Menjadi Studentpreneurs di Era Global. *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 35–44. <https://doi.org/10.70508/xp1wbc25>

Wibawa, I. S., & Rachman, M. A. (2023). *Menu Engineering Di Café Kopi Kisah Manis*. 4(1), 51–63. <https://jurnal.akparnhi.ac.id/jpv>

Widiaswari, R. A. (2020). Perlindungan Kue Tradisional Bali dalam Perspektif Kekayaan Intelektual. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 9(3), 575. <https://doi.org/10.24843/JMHU.2020.v09.i03.p09>