

ABSTRAK

Bisnis warung makan adalah salah satu jenis usaha yang akan selalu ada dan terus berkembang. Makanan sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia tentunya membuat keberadaan industri warung makan menjadi peluang yang menarik dari segi bisnis. Tentunya hal ini juga berdampak pada banyaknya jumlah kompetitor yang terdapat pada sektor bisnis ini, yang membuat manajemen dari setiap rumah makan harus dapat menerapkan strategi yang tepat agar bisnisnya tetap mampu menghasilkan keuntungan yang maksimal namun tetap memperhatikan loyalitas dari para pelanggan. Salah satu cara untuk dapat memaksimalkan *revenue* adalah dengan menganalisis valuasi produk dan sensitivitas harga dari pelanggan.

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan perspektif dari pelanggan yang memberikan persepsi penilaian terhadap suatu produk untuk mendapatkan harga jual produk yang optimal, sehingga dapat menghasilkan *revenue* yang maksimal. Persepsi dari pelanggan dapat diketahui dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk memperoleh data profil responden, tingkat sensitivitas harga, dan kekuatan *willingness to pay* yang dimiliki oleh setiap pelanggan. Analisis sensitivitas harga dilakukan untuk mengetahui rentang harga jual produk yang dapat diterima oleh pelanggan, sedangkan analisis valuasi produk menggunakan *willingness to pay* atau *reservation price* pelanggan dilakukan dengan membangun model *demand* produk yang nantinya dapat digunakan untuk mengetahui nilai optimal dari harga jual produk sehingga dapat menghasilkan *expected revenue* yang maksimal.

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa harga jual dari menu makan dapat dioptimalkan, dan jumlah *expected revenue* yang diperoleh bertambah sebesar 7,96% untuk menu nila bakar dengan menaikkan harga jual dari Rp9.000 menjadi Rp10.000, 30,2% pada menu tumis kangkung dengan menurunkan harga jual dari Rp4.500 menjadi Rp4.000, dan 29,57% untuk menu sambal bawang dengan menurunkan harga jual dari Rp2.000 menjadi Rp1.750 apabila dibandingkan dengan masing-masing *revenue* aktualnya.

Kata kunci: *revenue management*, strategi harga jual, sensitivitas harga, valuasi produk, bisnis warung makan.

ABSTRACT

Restaurant business is type of business that will always exist and continue to grow. Food as one of the main human needs, makes the restaurant industry as an attractive opportunity in business. This opportunity also has an impact on the number of competitors in this sector, which makes the management of each restaurant must provide the right strategy, so their business is still able to make maximum profits while still paying attention to the customers loyalty. One of the ways to maximize revenue is to analyze product valuations and price sensitivity from the customers.

The analysis strategy is carried out using the perspective of the customer who provides a perception of product valuation to get the optimal product selling price, and to generate the maximum revenue. Perceptions from the customer can be known by distributing questionnaires to obtain respondent data profile, price sensitivity levels, and the strength of customer willingness to pay. Price sensitivity analysis is carried out to determine the range of product selling prices that can be accepted by customers, while product valuation analysis using customer willingness to pay or reservation price to build a product demand model that later can be used to determine the optimal value of the product selling price and then used to generate the maximum expected revenue.

The results of the data analysis show that the selling price of the menu can be optimized, and the amount of expected revenue increased by 7.96% for the grilled tilapia menu by increasing the selling price from IDR 9,000 to IDR 10,000, 30.2% on the sauteed kale menu by lowering the selling price from IDR 4,500 to IDR 4,000, and 29.57% for the onion chilli menu by lowering the selling price from IDR 2,000 to IDR 1,750 when the value is compared with each of the actual revenue.

Keywords: revenue management, selling price strategy, price sensitivity, product valuation, restaurant business.