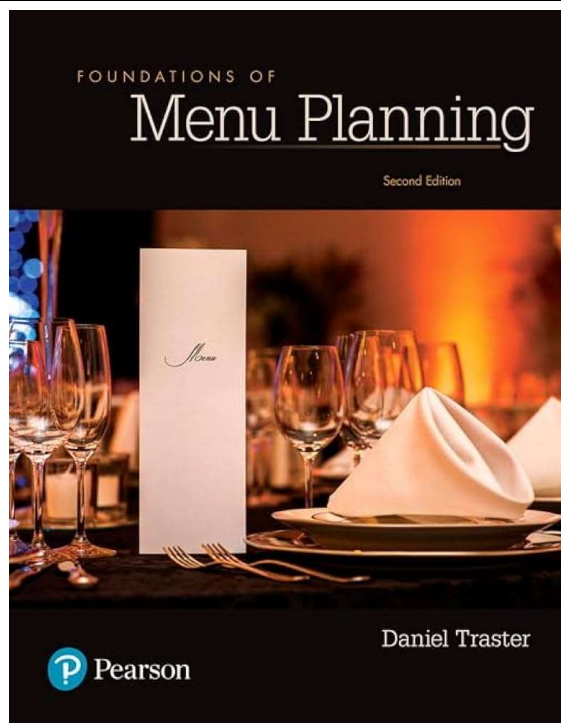


# Gastronomy

Gastronomy and Culinary Art

EISSN 2963-1270, Volume 5, Number 1, 2026

<http://jurnal.ampta.ac.id/index.php/Gastronomy>



## Book Review: Foundations of Menu Planning (2nd Edition) by Daniel Traster

\*Fuadi Afif<sup>1</sup>, Hary Hermawan<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Indonesia, email: [fuadiafif@gmail.com](mailto:fuadiafif@gmail.com)

\*(author corespondensi)

### INFORMASI BUKU

<b>Judul Buku</b>	: <i>Foundations of Menu Planning</i>
<b>Edisi</b>	: Edisi Kedua ( <i>Second Edition</i> )
<b>Penulis</b>	: Daniel Traster, CCP
<b>Penerbit</b>	: Pearson
<b>Tahun Terbit</b>	: 2018 (Hak Cipta © 2018, 2014)
<b>Kota Terbit</b>	: Boston
<b>Jumlah Halaman</b>	: Sekitar 250+ halaman (Indeks berakhir di hal. 247)
<b>ISBN-13</b>	: 978-0-13-448447-1   <b>ISBN-10</b> : 0-13-448447-9



## PENDAHULUAN

Industri layanan makanan (*foodservice*) merupakan pilar krusial dalam sektor pariwisata global, namun ia juga dikenal sebagai sektor dengan tingkat risiko kegagalan yang tinggi. Daniel Traster, dalam edisi kedua bukunya yang berjudul *Foundations of Menu Planning*, membuka perspektif kritis bahwa keberhasilan sebuah operasi kuliner tidak semata-mata bersandar pada kemahiran teknis seorang koki di dapur. Secara provokatif, Traster menyatakan bahwa meskipun banyak siswa sekolah kuliner bermimpi membuka bisnis sendiri dengan fokus utama pada keahlian memasak, ketidakmampuan memasak sebenarnya tidak masuk dalam sepuluh besar alasan mengapa restoran ditutup prematur. Sebaliknya, menu yang direncanakan dengan buruk adalah jalur pasti menuju kegagalan bisnis.

Tesis utama yang diusung oleh Traster dalam buku ini adalah bahwa menu bukan sekadar daftar statis mengenai makanan dan harga. Penulis memosisikan menu sebagai sebuah kendaraan komunikasi, mekanisme pemasaran yang kuat, dan alat kontrol biaya yang kritis. Tanpa perencanaan menu yang strategis, pendapatan dan profitabilitas sebuah bisnis *hospitality* akan layu. Oleh karena itu, buku ini menempatkan perencanaan menu sebagai fondasi utama di mana seluruh bangunan operasional bisnis kuliner, mulai dari katering, hotel, bar, hingga operasi non-komersial, berdiri dan bertahan.

Secara posisi ilmiah, buku ini mengisi celah literatur yang sering terabaikan dalam pendidikan kuliner konvensional. Traster mencermati pengalamannya sendiri di mana perencanaan menu sering kali disubordinasikan atau dianggap hanya sebagai bagian kecil dari subjek nutrisi, seolah-olah tantangan utama menulis menu hanyalah mengakomodasi diet khusus pelanggan. Meskipun nutrisi tetap menjadi komponen penting, Traster menegaskan bahwa penulisan menu adalah keterampilan bisnis yang kompleks dan mandiri. Buku ini melampaui pendekatan "bagaimana" (*how*) dengan menggali secara mendalam aspek "mengapa" (*why*), sehingga pembaca tidak hanya memahami langkah teknis tetapi juga tujuan strategis di balik setiap keputusan perencanaan.

Dalam konteks pariwisata modern, buku edisi kedua ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengintegrasikan tren industri terkini. Penulis memperbarui kontennya untuk mencerminkan pergeseran selera pasar, seperti tren *small plates*, penggunaan koktail khas (*signature cocktails*) dari bahan-bahan *house-crafted*, hingga penggunaan teknologi seperti Excel untuk analisis biaya dan resep. Hal ini sangat relevan bagi akademisi pariwisata, mengingat menu adalah representasi budaya dan identitas merek atau yang disebut Traster sebagai "jiwa" dari sebuah bisnis.

Lebih jauh lagi, Traster menyoroti dilema klasik antara "mana yang lebih dulu: menu atau pasar?". Ia berargumen bahwa perencana menu tidak boleh mengandalkan insting semata, melainkan harus berbasis pada riset pasar yang melibatkan studi demografi, psikografi, dan analisis kompetitif. Dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) mulai dari pemilik, manajer, koki, hingga pelanggan buku ini memosisikan perencanaan menu sebagai proses kolaboratif yang menentukan kaliber staf yang akan dipekerjakan dan desain dapur yang akan dibangun. Pendekatan holistik ini menjadikan buku ini bukan sekadar panduan praktis, melainkan sebuah manifesto manajemen operasional yang sangat penting bagi mahasiswa sarjana dan praktisi di bidang *hospitality*.

### **RINGKASAN ISI BUKU**

Daniel Traster menyusun buku ini ke dalam dua belas bab yang membawa pembaca dari tahap riset pasar hingga evaluasi profitabilitas akhir. Buku ini tidak hanya menawarkan teori, tetapi juga panduan langkah-demi-langkah yang diperkuat dengan berbagai fitur pedagogis seperti *Case Studies*, *Discussion Questions*, dan *Capstone Project* yang berjalan di setiap akhir bab.

#### **Bagian I: Fondasi dan Riset Pasar (Bab 1-2)**

Buku ini dimulai dengan penegasan bahwa perencanaan menu tidak boleh dilakukan dalam ruang hampa. Bab 1 mengeksplorasi faktor-faktor yang mendefinisikan menu, menekankan bahwa pasar harus ditentukan terlebih dahulu melalui studi demografi dan psikografi sebelum menu ditulis. Traster juga menyoroti kendala logistik seperti tingkat keterampilan karyawan dan ketersediaan peralatan dapur yang harus selaras dengan konsep menu. Bab 2 membahas integrasi nutrisi dalam perencanaan menu. Penulis berargumen bahwa bisnis kuliner memiliki kewajiban etis untuk menyediakan pilihan sehat, terutama bagi "pasar captive" seperti sekolah atau rumah sakit, di mana pelanggan tidak memiliki pilihan tempat makan lain.

#### **Bagian II: Struktur dan Jenis Menu (Bab 3-5)**

Pada bagian ini, Traster membedah variasi gaya menu. Bab 3 berfokus pada dasar-dasar tradisional untuk sarapan, makan siang, dan makan malam, serta pengenalan gaya harga seperti *à la carte* dan *prix fixe*. Bab 4 melampaui standar tersebut dengan membahas menu khusus untuk katering, *room service*, menu etnik, hingga tren *small plates* modern. Bab 5 secara khusus didedikasikan untuk menu minuman mulai dari anggur, bir, hingga koktail sebagai instrumen krusial untuk meningkatkan pendapatan dan margin keuntungan.

### **Bagian III: Manajemen Biaya dan Strategi Penetapan Harga (Bab 6-7)**

Inti operasional buku ini terletak pada Bab 6, di mana Traster mengajarkan standarisasi resep dan kalkulasi biaya resep (*recipe costing*). Ia memperkenalkan konsep penting seperti *as-purchased* (AP), *edible portion* (EP), serta penggunaan *Spice Factor* dan *Q Factor* untuk mencakup biaya bahan-bahan kecil atau pendamping gratis yang sering terlewatkan dalam penghitungan biaya. Bab 7 kemudian menghubungkan biaya tersebut dengan strategi penetapan harga. Penulis memaparkan berbagai metode, mulai dari persentase biaya makanan (*food cost percentage*), metode *prime cost*, hingga metode laba kotor (*gross profit method*) yang cocok untuk bisnis dengan volume tinggi namun biaya bahan rendah seperti kedai kopi.

### **Bagian IV: Desain, Komunikasi, dan Psikologi (Bab 8-10)**

Setelah aspek finansial terpenuhi, Traster beralih ke aspek komunikasi. Bab 8 membahas seni penulisan salinan menu (*menu copy*), menekankan pentingnya kejujuran dalam menu (*Truth in Menu*) untuk menghindari penyesatan konsumen mengenai asal bahan atau metode persiapan. Bab 9 mengulas "menu tidak tertulis" seperti papan menu atau presentasi verbal oleh pramusaji, serta manajemen visual pada prasmanan (*buffet*). Bab 10 menutup bagian ini dengan aspek desain fisik dan tata letak. Traster menjelaskan konsep "zona panas" (*hot zones*) pada menu, di mana mata pelanggan pertama kali tertuju, dan bagaimana memanfaatkan area tersebut untuk mempromosikan item yang paling menguntungkan.

### **Bagian V: Strategi Bisnis dan Evaluasi (Bab 11-12)**

Dua bab terakhir memberikan perspektif manajerial tingkat tinggi. Bab 11 memperkenalkan *Menu Engineering*, sebuah alat analisis untuk mengevaluasi popularitas dan profitabilitas setiap item. Traster mengklasifikasikan item ke dalam empat kategori: *Stars*, *Plowhorses*, *Puzzles*, dan *Dogs*, serta memberikan strategi spesifik untuk menangani masing-masing kategori guna memaksimalkan keuntungan. Buku ini diakhiri dengan Bab 12, yang merangkum bagaimana menu berfungsi sebagai alat kontrol utama yang mengarahkan seluruh aspek bisnis, mulai dari staf hingga desain fasilitas.

## **ANALISIS KRITIS**

Analisis terhadap *Foundations of Menu Planning* edisi kedua ini mengungkap sebuah karya yang mencoba menjembatani jurang antara seni kuliner murni dan manajemen bisnis yang rigid. Berikut adalah evaluasi kritis terhadap kontribusi buku ini dalam diskursus manajemen *hospitality*.

### **Kekuatan Metodologis: Pendekatan Sekuensial Dunia Nyata**

Kekuatan fundamental dari buku ini terletak pada struktur metodologisnya yang bersifat sekuensial dan logis. Traster tidak menyajikan perencanaan menu sebagai sekumpulan konsep yang acak, melainkan sebagai alur kerja operasional yang meniru proses di dunia nyata mulai dari riset pasar hingga evaluasi performa. Dengan menekankan aspek "mengapa" di balik setiap langkah teknis, Traster berhasil memberikan pemahaman strategis kepada pembaca, bukan sekadar instruksi klerikal. Hal ini sangat krusial bagi mahasiswa pariwisata agar mereka memahami bahwa setiap kata yang dipilih dalam deskripsi menu memiliki konsekuensi langsung terhadap persepsi nilai dan profitabilitas.

### **Integrasi Teknologi sebagai Alat Demokrasi Bisnis**

Salah satu pembaruan paling berharga dalam edisi ini adalah fitur *Technology Assistance*. Traster memberikan panduan langkah-demi-langkah dalam membangun templat Excel untuk kalkulasi biaya resep (*recipe costing*) dan analisis menu (*menu engineering*). Di tengah dominasi sistem *Point-of-Sales* (POS) yang mahal dan kompleks, pendekatan Traster memberikan alat kendali yang demokratis bagi pengusaha kuliner skala kecil dan menengah untuk tetap kompetitif secara finansial. Ini menunjukkan bahwa buku ini tidak hanya ditujukan untuk korporasi besar, tetapi juga memiliki relevansi praktis bagi *entrepreneur* mandiri.

### **Menu Engineering: Kedalaman Analisis Strategis**

Pembahasan mengenai *Menu Engineering* dalam buku ini memberikan kerangka kerja analitis yang sangat kuat melalui klasifikasi *Stars*, *Plowhorses*, *Puzzles*, dan *Dogs*. Traster melampaui angka-angka statistik dengan memberikan saran manajerial yang konkret. Misalnya, strateginya dalam menangani *Plowhorse* (item populer namun rendah profit) melalui penyesuaian porsi atau harga secara halus menunjukkan pemahaman mendalam tentang psikologi konsumen. Hal ini membuktikan bahwa perencanaan menu adalah alat kontrol bisnis yang dinamis, bukan sekadar dokumen statis.

### **Etika dan Tanggung Jawab: "Truth in Menu" dan Nutrisi**

Buku ini memberikan bobot yang signifikan pada etika komunikasi melalui konsep *Truth in Menu*. Traster secara tegas memperingatkan risiko hukum dan moral dari misrepresentasi bahan makanan, asal daerah, atau metode persiapan. Selain itu, argumennya mengenai tanggung jawab etis bisnis kuliner terhadap kesehatan masyarakat (khususnya untuk *captive market* seperti sekolah dan rumah sakit) memberikan dimensi kemanusiaan pada manajemen operasional yang biasanya kering akan nilai moral.

### **Kritik dan Keterbatasan:**

Bias Geografis dan Adaptasi Lokal Meskipun sangat komprehensif, buku ini memiliki keterbatasan dalam hal bias geografis yang kental. Referensi nutrisi yang digunakan secara eksklusif bersandar pada *Dietary Guidelines for Americans 2015–2020*. Bagi akademisi dan praktisi di luar Amerika Serikat, khususnya di Indonesia, poin-poin ini memerlukan adaptasi besar terhadap regulasi lokal dan budaya makan setempat yang berbeda secara signifikan. Selain itu, meskipun buku ini membahas menu web dan teknologi, analisis mengenai peran media sosial dan aplikasi pengiriman makanan (yang kini menjadi pilar utama pariwisata kuliner modern) masih bisa dikembangkan lebih jauh untuk mencerminkan dinamika pasar pasca-pandemi.

### **Nilai Pedagogis dan Kontribusi pada Literatur**

Secara pedagogis, integrasi antara *Case Studies* dan *Capstone Project* mentransformasi buku teks ini menjadi instrumen pembelajaran aktif (*active learning*). Kontribusi utamanya terhadap literatur *hospitality* adalah keberhasilannya memposisikan perencanaan menu sebagai subjek mandiri yang kompleks, melepaskannya dari bayang-bayang mata kuliah nutrisi atau teknik memasak semata. Buku ini berhasil membuktikan tesisnya bahwa menu adalah "jiwa" dan fondasi utama dari keberhasilan bisnis layanan makanan.

## **KESIMPULAN**

Secara keseluruhan, *Foundations of Menu Planning* edisi kedua karya Daniel Traster merupakan kontribusi yang sangat berharga dan substansial bagi literatur manajemen *hospitality* dan pariwisata kuliner. Buku ini berhasil membuktikan tesis utamanya bahwa keberhasilan operasional layanan makanan tidak hanya ditentukan oleh kemahiran teknis di dapur, melainkan oleh strategi perencanaan menu yang matang sebagai fondasi utama bisnis. Traster secara efektif mengubah persepsi pembaca terhadap menu; dari yang semula dianggap sebagai daftar harga statis menjadi sebuah mekanisme pemasaran, alat kontrol biaya, dan instrumen komunikasi yang dinamis.

Kekuatan utama buku ini terletak pada kemampuannya menyinkronkan teori akademis dengan kebutuhan pragmatis industri. Melalui pendekatan sekuensial yang logis, pembaca dibimbing untuk memahami tidak hanya "bagaimana" merancang menu, tetapi yang lebih penting adalah "mengapa" setiap langkah tersebut diambil secara strategis. Penambahan fitur teknologi berupa bantuan templat Excel untuk *recipe costing* dan *menu analysis* pada edisi ini memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan buku teks serupa, karena memberdayakan pembaca dengan alat kendali finansial yang aplikatif di lapangan.

Meskipun buku ini memiliki keterbatasan dalam hal bias geografis pada standar nutrisi Amerika Serikat, hal tersebut tidak mengurangi nilai fundamentalnya sebagai panduan manajemen global. Bagi akademisi dan praktisi di luar Amerika, tantangan ini justru dapat menjadi peluang untuk melakukan adaptasi kreatif dan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana prinsip-prinsip Traster dapat diterapkan dalam konteks budaya kuliner lokal yang berbeda.

### **Rekomendasi Audiens**

Buku ini direkomendasikan bagi mahasiswa program sarjana di bidang kuliner dan hospitality, dosen serta akademisi pariwisata, maupun wirausahawan kuliner pemula. Bagi mahasiswa, buku ini dapat digunakan sebagai buku teks utama karena memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai aspek bisnis di balik pengelolaan layanan makanan dan minuman. Selain membahas konsep-konsep dasar, buku ini juga dilengkapi dengan fitur *Capstone Project* yang dirancang untuk membantu mahasiswa mengintegrasikan teori dengan praktik serta mempersiapkan diri menghadapi tantangan nyata di industri kuliner.

Bagi dosen dan akademisi, buku ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengembangan kurikulum, khususnya pada mata kuliah yang berkaitan dengan manajemen makanan dan minuman. Materi yang disajikan tidak hanya menekankan aspek gizi dan penyajian makanan, tetapi juga membahas manajemen operasional, strategi pemasaran, pengendalian biaya, hingga upaya meningkatkan profitabilitas usaha, sehingga mendukung proses pembelajaran yang lebih aplikatif dan relevan dengan kebutuhan industri.

Sementara itu, bagi wirausahawan kuliner pemula, buku ini berfungsi sebagai panduan praktis dalam merancang dan mengelola usaha secara efektif. Berbagai pembahasan mengenai penetapan harga, pemilihan pasar sasaran, pengelolaan biaya, serta strategi operasional disusun untuk membantu pelaku usaha menghindari kesalahan-kesalahan umum yang sering menjadi penyebab kegagalan bisnis restoran pada tahap awal. Dengan demikian, buku ini menjadi sumber referensi yang bermanfaat bagi siapa saja yang ingin memahami dan mengembangkan bisnis makanan dan minuman secara profesional dan berkelanjutan.

Sebagai penutup, Traster telah berhasil menyusun sebuah karya yang informatif, inspiratif, dan menyeluruh. Buku ini adalah bacaan wajib bagi siapa pun yang bercita-cita menjadi pemimpin industri kuliner yang sukses. Dengan memahami bahwa menu adalah "jiwa" dari sebuah operasional, pembaca akan memiliki fondasi yang kokoh untuk membangun bisnis yang tidak hanya menyajikan makanan lezat, tetapi juga berkelanjutan secara finansial.

### **REFERENCE**

Traster, D. (2018). *Foundations of menu planning* (2nd ed.). Pearson.

### **BIOGRAFI PENULIS**

**Fuadi Afif** merupakan akademisi dan peneliti di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dengan minat penelitian pada bidang manajemen pariwisata, hospitality, dan pengembangan destinasi wisata. Aktif terlibat dalam penelitian ilmiah dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada inovasi serta pengembangan industri pariwisata. Email: [fuadiafif@gmail.com](mailto:fuadiafif@gmail.com)

**Hary Hermawan** merupakan dosen dan peneliti di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dengan fokus penelitian pada pengembangan pariwisata berkelanjutan, ekonomi pariwisata, *wellness tourism*, perilaku wisatawan, dan pemberdayaan masyarakat. Aktif menghasilkan berbagai publikasi ilmiah serta memimpin penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di bidang pariwisata. Email publik yang tersedia: [haryhermawan8@gmail.com](mailto:haryhermawan8@gmail.com)