

**HUBUNGAN MUTU MAKANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN VAVI CATERING DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Strata Satu (S1)*



Oleh:

YESI MARINI
76834 –2006

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
JURUSAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**HUBUNGAN MUTU MAKANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
VAVI CATERING DI KOTA PADANG**

Nama : Yesi Marini
BP/NIM : 2006/76834
Program Studi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Jurusan : Kesejahteraan Keluarga
Fakultas : Teknik

Padang, Agustus 2011

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Silfeni, M.Pd.
NIP. 19521028 198110 2 001

Kasmita, S.Pd., M.Si.
NIP. 19700924 200312 2 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Kesejahteraan Keluarga

Dra. Ernawati, M.Pd.
NIP. 19610618 198903 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

**Dinyatakan Lulus Ujian Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik
Universitas Negeri Padang**

**Judul : Hubungan Mutu Makanan dengan Kepuasan Pelanggan
Vavi Catering di Kota Padang**
Nama : Yesi Marini
BP/NIM : 2006/ 76834
Program Studi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Jurusan : Kesejahteraan Keluarga
Fakultas : Teknik

Padang, Agustus 2011

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Dra. Silfeni, M.Pd.	1. _____
Sekretaris	: Kasmita, S.Pd., M.Si.	2. _____
Anggota	: Dra. Liswarti Yusuf	3. _____
Anggota	: Dra. Baidar, M.Pd.	4. _____
Anggota	: Dra. Wirnelis Syarif, M.Pd.	5. _____

ABSTRAK

Yesi Marini: Hubungan Mutu Makanan dengan Kepuasan Pelanggan Vavi Catering di Kota Padang.

Berdasarkan dari penelitian awal apangan ternyata timbul beberapa fenomena dalam pelayanan usaha jasa katering. Kondisi ini di khawatirkan akan mempengaruhi perkembangan usaha katering sebagai salah satu usaha jasa boga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kepuasan pelanggan katering diduga dipengaruhi oleh mutu makanan. Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengungkapkan hubungan mutu makanan dengan kepuasan pelanggan Vavi Catering di kota Padang. Sedangkan secara khusus penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengungkapkan informasi tentang mutu makanan Vavi Catering yang meliputi (Penampakan makanan, konsistensi makanan/tekstur, aroma, dan rasa), 2) Mendeskripsikan kepuasan pelanggan Vavi Catering di Kota Padang tentang mutu makanan, 3) Mengungkapkan hubungan mutu makanan dengan kepuasan pelanggan Vavi Catering di kota Padang.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisis data penelitian menggunakan pendekatan deskriptif korelasional. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau mengungkapkan sesuatu apa adanya. Populasi penelitian adalah pelanggan tetap Vavi Catering yang terbagi atas empat instansi sebanyak 690 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Teknik Sampel Random Atau Sampel Acak* dengan cara pengundian, yaitu apabila populasi besar dari 100, maka dapat diambil 10% dari populasi. Instrumen penelitian yang digunakan berupa angket (kuesioner) yang disusun dalam bentuk skala likert dimana data uji coba dan data yang sebenarnya dilakukan penyebaran angket kepada responden pelanggan catering yang terdiri atas empat instansi di kota Padang. Teknik analisis data yang digunakan berupa deskriptif statistik dan teknik korelasi dengan rumus korelasi *Product Moment* kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu computer program SPSS (*Statistical Package For Science Solution*) versi 16.0.

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel Mutu Makanan termasuk dalam kategori sedang dengan persentase 44,9%, dan variabel Kepuasan Pelanggan Catering termasuk dalam kategori sedang dengan persentase sebesar 52,2%. Hubungan antara variabel mutu makanan (X) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Catering (Y), berkorelasi positif dan signifikan dengan jumlah korelasi sebesar 0,475 dan variabel Mutu Makanan (X) memberikan hubungan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Catering (Y) dengan koefisien determinasi sebesar 22,5%. Hal ini menggambarkan bahwa Mutu Makanan berkorelasi positif dan signifikan dengan Kepuasan Pelanggan Vavi Catering di Kota Padang.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran ALLAH SWT atas segala rahmat dan hidayahNya yang memberikan kesempatan dan kesehatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan Mutu Makanan Dengan Kepuasan Pelanggan Vavi Catering di Kota Padang”.

Penulis menyadari sepenuhnya, di dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Terakhir dengan tulus penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ganefri, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd. selaku ketua jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dra. Sofnitati, selaku sekretaris jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Dra. H. Baidar, M.Pd. selaku peasehat akademik (PA) yang telah memberikan arahan kepada penulis.
5. Ibu Dra. Silfeni, M.Pd. selaku pembimbing I yang telah memberikan motivasi, dan bimbingan mulai dari pembuatan proposal sampai selesainya penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Kasmita, S.Pd., M.Si. selaku pembimbing II yang telah memberikan sumbangan pikiran dan membimbing, mulai dari pembuatan proposal sampai selesainya penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh staf pengajar dan teknisi pada jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
8. Seluruh staf Vavi Catering yang telah banyak membantu untuk menyempurnakan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orang tua, kakak, abang, adik tercinta yang tak henti-hentinya memberikan dukungan moril dan materil.
10. Sahabat-sahabat perjuangan yang telah memberikan motivasi dan bantuan selama proses penulisan skripsi ini.
11. Semua pihak yang turut berpartisipasi, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga segala bantuan, dorongan, pemikiran, dan nasehat serta ilmu yang diberikan mendapat balasan dari ALLAH SWT serta membawa berkat dan manfaat bagi penulis. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak, khususnya bagi penulis sendiri. Amin.

Padang, Agustus 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Perumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Kajian Teori	8
1. Jasa Catering	8
2. Mutu Makanan di Usaha Catering	9

3. Faktor-faktor yang Menentukan Kualitas Makanan	18
4. Kepuasan Pelanggan Usaha Jasa Catering	20
B. Kerangka Konseptual	27
C. Hipotesis Penelitian	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	29
B. Definisi Operasional	29
C. Populasi dan Sampel	30
D. Variabel dan Data Penelitian	32
E. Instrumen Penelitian	33
F. Teknik Analisa Data	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	46
B. Analisis Data	55
C. Pembahasan	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA	69
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	71
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Populasi Katering dan Pelanggan Tetap	31
2. Jumlah Sampel Katering dan Pelanggan Tetap	31
3. Daftar Skor Jawaban Setiap Pertanyaan	34
4. Kisi-kisi Instrumen.....	35
5. Distribusi Banyaknya Item Tiap Indikator Setelah Diuji.....	39
6. Interpretasi Nilai r	41
7. Hasil Perhitungan Statistik Variabel Mutu Makanan.....	47
8. Distribusi Frekuensi Mengenai Penampakan Makanan	47
9. Distribusi Frekuensi Mengenai Konsistensi Makanan.....	48
10. Distribusi Frekuensi Mengenai Aroma	49
11. Distribusi Frekuensi Mengenai Rasa	49
12. Frekuensi Kategori Mutu Makanan (X).....	50
13. Hasil Perhitungan Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan Catering	52
14. Distribusi Frekuensi Mengenai Faktor Internal	52
15. Distribusi Frekuensi Mengenai Faktor Eksternal.....	53
16. Frekuensi Kategori Kepuasan Pelanggan Catering.....	54
17. Uji Normalitas	56
18. Tes Homogenitas Kepuasan Pelanggan	57
19. Hasil Uji Linearitas	57
20. Hasil Uji Korelasi Variabel Mutu Makanan dengan Kepuasan Pelanggan	58
21. Hasil Uji Keberartian Korelasi Variabel Mutu Makanan (X) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Catering (Y)	59
22. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual Penelitian	27
2. Bar Chart Kategori Mutu Makanan	51
3. Bar Chart Kategori Kepuasan Pelanggan Catering.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Penelitian	71
2. Kuesioner Uji Coba.....	75
3. Data Uji Coba.....	81
4. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	83
5. Kuesioner Penelitian	91
6. Data Penelitian	96
7. Perhitungan Deskripsi Analisis Data	100
8. Uji Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	106
9. Uji Normalitas dan Homogenitas.....	109
10. Analisis Korelasi	110
11. Tabel F	111
12. Tabel t	112
13. Kartu Konsultasi	113

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional atau global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang lebih bermutu, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat, dan pelayanan yang lebih dari pada pesaingnya. Menurut Silfeni (2010:1) “Produk dengan mutu rendah, harga yang mahal, dan penyerahan produk yang lambat, biasanya membuat pelanggan tidak puas”. Keadaan ini juga terlihat di berbagai usaha jasa makanan yang berkembang sangat pesat dan cepat saat ini di kota Padang.

Ada beberapa faktor yang memicu pertumbuhan usaha jasa katering baik berskala besar, menengah ataupun kecil, sedangkan golongan menengah ke atas umumnya adalah usaha jasa katering yang sudah ada sejak puluhan tahun yang lalu. Hal ini terlihat dari jumlah usaha jasa katering di kota Padang yang terdata dalam Ikatan Ahli Boga Sumatra Barat tahun 2007 bahwa jumlah katering yang ada di kota Padang selalu meningkat sebanyak dua sampai tiga katering per tahun dengan berbagai golongan. Ikatan Ahli Boga Sumatra Barat (2007).

Hal ini sesuai pula dengan keputusan Departemen Pendidikan Nasional dalam Silfeni (2010:1), bahwa yang mempengaruhi perkembangan jasa katering disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

Makanan merupakan kebutuhan dasar bagi manusia untuk kelangsungan hidupnya. Banyaknya saat ini keluarga yang bekerja di luar rumah dalam berbagai bidang kegiatan sehingga para keluarga untuk memenuhi kebutuhan makanan sehari-harinya cenderung membeli makanan siap saji. Hal ini terlihat dengan adanya keluarga atau pekerja yang berlangganan makanan rantangan dengan memesan kepada usaha jasa katering. Panjangnya jam kerja sehingga setiap pekerja membutuhkan snack atau makan siang di tempat kerja.

Kualitas makanan dapat ditinjau dari segi penilaian berdasarkan penginderaan (organoleptik) yaitu pengujian yang dilakukan terhadap mutu makanan yang dapat divariasikan oleh indra secara langsung yang terdiri dari penampakan makanan, konsistensi makanan, aroma, dan rasa. Menurut Depdikbud (1990:104) “Bentuk adalah wujud yang ditampilkan oleh makanan tersebut. “Warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya”. “Tekstur adalah ukuran susunan (jaringan) bagian suatu benda, jalinan atau penyatuan bagian-bagian sesuatu sehingga menjadi suatu benda”. “Aroma adalah bau-bauan yang berasal dari tumbuh-tumbuhan atau akar-akaran yang digunakan sebagai bahan pewangi makanan atau minuman”. “Rasa adalah tanggapan indera pengecap terhadap rangsangan syaraf seperti manis, gurih, asam, pahit”

Berdasarkan hasil pra survey peneliti di lapangan, pada tanggal 7 November 2009 di Vavi Catering, timbul beberapa fenomena dalam pelayanan usaha jasa katering. Fenomena-fenomena yang terlihat antara lain adalah: Variasi makanan cenderung kurang, pesanan datang tidak tepat pada

waktunya, kurang tercapainya rasa makanan yang di diharapkan, kurangnya bentuk dan penampilan makanan, kurang ramahnya sikap dari pelayan, terlihat kurang terjaganya kebersihan makanan dan peralatan yang digunakan. Vavi Catering (2009)

Berdasarkan hasil pra survey peneliti pada tanggal 7 November 2009 di Vavi Catering, baik itu menurut pantauan penulis maupun pendapat dari konsumen, timbul beberapa fenomena dalam usaha jasa katering ini, fenomena-fenomena yang terlihat antara lain adalah variasi makanan yang cenderung kurang, dan rasa pernah kurang memenuhi selera. Salah satu contohnya adalah pada menu makanan sayuran yaitu gulai pucuk ubi petak. Dalam penyajian, gulai pucuk ubi petak seharusnya disajikan dengan bentuk petak, tetapi fenomenanya sekarang gulai pucuk ubi yang disajikan oleh Vavi Catering tersebut tidak memiliki kesempurnaan bentuk yaitu terlihat sedikit hancur dalam penyajiannya. Selain itu kombinasi warna dari gulai pucuk ubi juga terlihat kurang menarik perhatian, dilihat dari gulai yang berwarna kuning, sayuran yang berwarna hijau dan penambahan telur pada sayuran yang berwarna putih, sehingga menghasilkan perpaduan warna yang kurang cerah. Dalam sebuah menu harus terdapat kombinasi yang serasi baik berupa warna, rasa, bentuk, tekstur, dan aroma. Namun, jika ditinjau dari teori yang ada, Vavi Catering belum memenuhi teori tersebut. Dapat dilihat dari warna dan bentuk masakan yang masih kurang mendapat perhatian. Padahal warna masakan merupakan salah satu faktor yang dapat menggugah selera orang yang akan mengkonsumsi makanan tersebut. Begitu juga dengan bentuk dari makanan yang dapat menarik perhatian konsumen untuk membelinya.

Selain dari itu, fenomena yang juga ditemukan adalah kurangnya disiplin waktu. Terlihat dari pesanan yang datang masih sering tidak tepat waktu. Kondisi ini menggambarkan bahwa produsen tergesa-gesa dalam menyiapkan pesanan makanan yang dapat juga berdampak pada kurangnya kerapian, kurang terjaganya kebersihan makanan dan peralatan yang digunakan, serta kurangnya kepercayaan dari konsumen itu sendiri.

Belum bisanya pelayan memberi pelayanan prima terhadap konsumen, ini juga merupakan fenomena yang terjadi di Vavi Catering. Sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa, pelayanan merupakan kunci utama dalam meraih kesuksesan. Namun di Vavi Catering hanya sebagian kecil saja dari karyawan yang bersikap ramah dan mau melayani konsumen dengan baik. Mahasiswa PLI: (2009)

Menurut Day dalam Darmayanti (2000:19) menyatakan bahwa, “Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya”. Kepuasan pelanggan keseluruhan pada akhirnya akan berpengaruh negatif pada keluhan pelanggan dan akan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan kenyataan tersebut timbul pula pertanyaan bagi para pemimpin usaha jasa katering “Apakah penyebab maju mundurnya jumlah pelanggan?”. Pimpinan tentu harus segera mengambil tindakan atau memecahkan persoalan, artinya mencari faktor-faktor penyebab tidak puasny pelanggan dan berusaha menghilangkan faktor-faktor tersebut.

Diduga ada berbagai faktor seperti masih kurangnya mutu atau kualitas makanan, belum sempurnanya pelayanan, atau mungkin banyaknya bermunculan pesaing dan berbagai sisi seperti harga dan jenis makanannya. Masalah lainnya juga terlihat masih kurang baiknya sistem manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan mutu makanan (penampakan makanan, konsistensi makanan, aroma, dan rasa) dan pelayanan. Sistem manajemen yang kurang baik di sini yaitu seperti tidak adanya standar resep dalam pengolahan beberapa jenis makanan tertentu.

Handi Irawan dalam Silfeni (2004:3) berpendapat bahwa “Faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan antara lain kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional dan biaya serta kemudahan”. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas, mereka akan meninggalkan perusahaan tersebut dan mencari catering sejenis yang mampu untuk mendapatkan kepuasan. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba bahkan kerugian. Maka berdasarkan permasalahan di atas perlu diteliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan usaha jasa catering di kota Padang dengan melakukan penelitian tentang **“HUBUNGAN MUTU MAKANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DI VAVI CATERING KOTA PADANG”**.

B. Identifikasi Masalah

Sebagaimana telah di uraikan dalam latar belakang masalah, bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh:

1. Paket makanan atau menu makanan yang ditawarkan cenderung kurang bervariasi dilihat dari segi penampakan makanan, konsistensi makanan/ tekstur, aroma, dan rasa.
2. Pesanan datang terkadang tidak tepat waktu.
3. Rasa makanan terkadang kurang sesuai dengan selera pelanggan.
4. Bentuk dan penampilan makanan ada yang belum menarik.
5. Sikap karyawan dalam pelayanan makanan masih kurang ramah.
6. Food hygiene dari makanan dan peralatan sering tidak terjaga.

C. Pembatasan Masalah

Agar tercapainya tujuan dan sasaran yang diinginkan dalam penelitian ini, maka penulis membatasi penelitian ini pada Hubungan Antara Mutu Makanan (Penampakan makanan, konsistensi makanan, aroma dan rasa) Dengan Kepuasan Pelanggan Vavi Catering di Kota Padang.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan yang telah dikemukakan maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah mutu makanan di Vavi Catering meliputi penampakan makanan, konsistensi makanan, aroma, dan rasa.

2. Bagaimanakah kepuasan pelanggan dengan mutu makanan Vavi Catering di kota Padang.
3. Bagaimanakah hubungan mutu makanan dengan kepuasan pelanggan Vavi Catering di kota Padang.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan informasi tentang:

1. Mutu makanan Vavi Catering yang meliputi penampakan makanan, konsistensi makanan, aroma, dan rasa.
2. Mendeskripsikan kepuasan pelanggan Vavi Catering di kota Padang tentang mutu makanan.
3. Mengungkapkan hubungan mutu makanan dengan kepuasan pelanggan Vavi Catering di kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi bagi pengusaha jasa katering dan khususnya bagi Vavi catering dalam meningkatkan usaha dengan memperhatikan mutu makanan guna memenuhi kepuasan pelanggan.
2. Sebagai masukan bagi Program Studi Tata Boga khususnya dalam memperkaya materi pelajaran mata kuliah Manajemen Usaha Boga.
3. Sebagai masukan bagi penulis dan syarat mendapatkan S1, serta untuk meningkatkan wawasan dan penelitian lanjutan.

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Jasa Katering

Salah satu usaha yang bergerak pada bidang memproduksi makanan adalah usaha jasa katering. Katering menurut Ari Fadiati (1988:1) berasal dari kata kerja *to Carte* yang berarti, "Menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman untuk umum". "Katering adalah suatu usaha dalam bidang usaha boga yang memberikan jasa pelayanan terhadap pemesan makanan dan minuman untuk jamuan makan" (Doddy Pamuji, dalam Silfeni, 1994:17).

Pengertian katering secara lebih luas yaitu meliputi segala usaha dalam makanan. Menurut Ari Fadiati (1988) macam-macam katering dibagi atas 3 bagian yaitu: 1) Ditinjau dari segi keuntungan, 2) Ditinjau dari segi tempat usahanya, 3) Ditinjau dari pelayanannya. Sementara Departemen Kesehatan telah menentukan pula penggolongan usaha jasa katering di dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor: 712/Menkes/Per/X/1986 dengan persyaratan khusus penggolongan usaha jasa boga ada 5 golongan yaitu: 1) Golongan A1, 2) Golongan A2, 3) Golongan A3, 4) Golongan B, dan 5) Golongan C. Golongan jasa boga A1, A2, A3, dapat dikelompokkan kepada usaha kecil dengan fasilitas yang masih terbatas sehingga katering yang bergolongan A belum bisa menerima pesanan dengan jumlah pesanan yang relatif banyak. Golongan jasa boga B yaitu

golongan jasa boga yang sudah bisa menerima pesanan dalam jumlah yang banyak dan sudah bisa mengikuti tender dalam berbagai event, sedangkan jasa boga golongan C sudah bertaraf nasional bahkan sudah internasional.

Katering yang dimaksudkan dalam penelitian ini ditinjau dari segi keuntungan termasuk usaha yang bersifat komersial dan dari segi tempat usahanya outside catering yaitu menerima pesanan makanan dimana lokasi penyajian berbeda tempat dengan lokasi dapur pengolahan. Lokasi penyajian pelayanan tergantung kepada permintaan konsumen sedangkan jenis pelayanannya pada umumnya adalah buffet service.

Katering dalam penelitian ini dapat disebut dengan outside catering dimana usahanya adalah bergerak menerima pesanan makanan, mengolah sesuai dengan order, tempat penyajian dan sistem pelayanan juga sesuai dengan permintaan pelanggan.

2. Mutu Makanan di Usaha Katering

Mutu didefinisikan "Quality is the extent to which products meet the requirements of people who use them" (Mountgomnery, dalam Supranto, 2006), adalah: "Suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya". Mutu produk dapat dibedakan menjadi dua yaitu mutu desain dan mutu kecocokan. Mutu desain mencerminkan apakah suatu produk atau jasa memiliki suatu penampilan atau penampakan yang dimaksud sedangkan mutu kecocokan mencerminkan seberapa jauh produk atau jasa benar-benar cocok atau sesuai dengan maksud desain. Mutu suatu produk menunjukkan identitas

dari produk tersebut. Secara lebih spesifik mutu suatu produk dapat didefinisikan "Sebagai gabungan sifat-sifat khas yang dapat membedakan masing-masing satuan dari suatu produk serta mempunyai pengaruh yang nyata dalam menentukan derajat penerimaan konsumen terhadap produk tersebut" (Evi Damayanti, 1993:3).

Menurut pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan erat antara suatu produk dengan kepuasan pelanggan serta ada keuntungan bagi industri itu sendiri. Mutu yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan berdampak pada penjualan yang meningkat. Begitu juga sebaliknya, mutu yang rendah juga menghasilkan kurangnya kepuasan pelanggan dan berdampak pada menurunnya penjualan.

Didefinisikan makanan menurut Zaidan dalam Silfeni (2010:13) yaitu: "Segala sesuatu yang dapat dimakan dan diminum berkhasiat bagi tubuh baik dalam bentuk makanan pokok seperti beras atau nasi, buah-buahan, kue-kue, atau penganan serta berbagai jenis minuman".

Menurut Silfeni (2010: 14)

Makanan bermutu adalah apabila setiap konsumen atau costumer merasa terpenuhi kebutuhannya dengan makanan dan minuman yang dikonsumsi, dengan sifat organoleptik baik makanan pokok, lauk pauk, sayuran, buah-buahan, kue-kue penganan serta berbagai jenis minuman". Karakteristik mutu barang adalah segala sesuatu pada bahan yang langsung mempengaruhi nilai pemuas atau nilai manfaatnya. Karakteristik mutu terdiri dari unsur-unsur mutu yang terlihat dan tersembunyi, atau yang dapat diukur dan tidak dapat diukur.

Unsur-unsur mutu dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu sifat-sifat mutu, parameter mutu, dan faktor mutu. Tidak semua sifat-sifat atau faktor-faktor mutu tersebut dipergunakan sebagai kriteria mutu untuk menyatakan standar mutu produk. Meskipun demikian perlu diketahui sifat-sifat dan faktor-faktor sebanyak mungkin karena kemungkinan ada beberapa sifat atau faktor yang dianggap penting tetapi berkorelasi erat dengan sifat atau faktor lain yang relatif lebih mudah diukur.

Sifat-sifat mutu adalah suatu besaran yang dapat langsung diamati atau diukur dari bahan tersebut atau diperoleh dan dihitung berdasarkan sifat-sifat itu. Sifat-sifat bahan merupakan faktor mutu yang penting karena kegunaan atau keragaan dari kondisi itu ditentukan oleh sifat-sifat bahan. Sifat-sifat bahan dapat digolongkan ke dalam sifat fisik, kimiawi, dan organoleptik. Masing-masing kelompok sifat tersebut tidak sama bobotnya dalam penentuan mutu barang hal ini tergantung pada jenis dan kegunaannya.

Sifat organoleptik bahan adalah sifat-sifat yang dapat ditangkap oleh indra manusia, karena itu disebut juga sifat-sifat indrawi. Manusia mempunyai 5 alat penginderaan yang disebut panca indera. Kelima alat penginderaan itu ialah alat penglihat, pembau, pencicip, peraba, dan pendengar. Alat-alat penginderaan itu terdapat dalam alat-alat tubuh berturut-turut sebagai mata, hidung, lidah, kulit dan telinga.

Sifat-sifat yang termasuk ke dalam sifat organoleptik:

- a. Indera penglihatan : penampakan, misalnya warna, kilap, bentuk ukuran, kotor, bersih dan lain-lain.
- b. Indera perabaan : keras lunaknya, kenyal tidaknya, dan lain-lain.
- c. Indera pembau : misalnya bau yang tidak normal, berbau kuat.
- d. Indera pengecap : rasa.
- e. Indera pendengar (audio) : misalnya suara kerupuk.

Sifat organoleptik di atas memiliki peranan yang penting dalam penerimaan suatu makanan. Parameter mutu adalah besaran yang mencirikan beberapa sifat mutu produk yang diturunkan dari beberapa pengukuran sifat fisik. Contohnya adalah berat jenis, diperoleh dari perhitungan pembagian dua pengukuran berat dan volume.

Penilaian cara organoleptik dilakukan dengan tujuan adalah untuk mengetahui sifat-sifat atau faktor-faktor dari cita rasa makanan serta daya terima terhadap makanan. Penilaian dilakukan oleh sekelompok penilai dengan menggunakan alat indera masing-masing, sehingga penilaian ini disebut juga penilaian inderawi (*sensorik*). Penilaian organoleptik ini merupakan cara penilaian yang kuno tetapi masih sangat umum digunakan. Ibu-ibu rumah tangga atau konsumen pada umumnya menggunakan cara penilaian organoleptik dalam memilih keperluan sehari-hari.

Dari kelima sifat organoleptik tersebut maka yang sangat umum digunakan untuk penilaian penerimaan makanan ialah bentuk, warna, tekstur, aroma, dan rasa. Suara pada jenis-jenis makanan tertentu memegang peranan penting, seperti pada kerupuk atau keripik.

Mutu makanan dapat divariasikan oleh indra secara langsung seperti:

a. Penampakan Makanan

1) Bentuk

Menurut Depdikbud (1990:104) "Bentuk adalah wujud yang ditampilkan oleh makanan tersebut". Menurut Moehyi (1992:95) menyatakan bahwa: "Untuk membuat makanan lebih menarik biasanya disajikan dalam bentuk-bentuk tertentu". Makanan akan lebih menarik apabila disajikan dalam beberapa bentuk tertentu. Bentuk yang menarik akan dapat menimbulkan keinginan orang untuk membeli dan mencoba makanan tersebut.

Bentuk makanan waktu disajikan dapat dibedakan menjadi beberapa macam bentuk:

a) Bentuk yang sesuai dengan bentuk asli bahan makanan.

Misalnya ikan sering disajikan dalam bentuk aslinya dengan lengkap. Ayam panggang dan kambing guling disajikan dalam bentuk aslinya.

b) Bentuk yang menyerupai bentuk asli, tetapi bukan merupakan bahan makanan yang utuh. Misalnya ayam kodok dibuat menyerupai ayam asli.

- c) Bentuk yang diperoleh dengan cara memotong bahan makanan dengan teknik tertentu atau mengiris bahan makanan dengan cara tertentu.
- d) Bentuk sajian khusus seperti bentuk sajian nasi tumpeng atau bentuk lainnya yang khas.

2) Warna

Menurut Depdikbud (1990:108) bahwa: "Warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya". Pada makanan warna memegang peranan yang penting, karena warna merupakan faktor utama yang akan diamati oleh konsumen. Seperti dijelaskan oleh Syahmien Moehyi (1992:94) bahwa: "Warna memegang peranan penting atau utama dalam penampilan makanan". Selain faktor yang ikut menentukan kualitas makanan, warna juga dapat dipergunakan sebagai indikator kematangan makanan.

3) Ukuran

Menurut Damayanti (1993:10) "Ukuran bisa dilihat dari berat, volume, luas, panjang, lebar, dan ketebalan". Menurut Soesarsono (1994:8) "Ukuran bahan makanan merupakan faktor mutu makanan yang kelihatan nyata, dan biasanya dapat diukur serta diawasi dengan mudah karena pada umumnya seluruh permukaan bahan kelihatan dari luar". Ukuran dan potongan makanan bisa diamati dengan alat indera penglihatan. Ukuran dan

potongan bahan makanan hendaknya bervariasi, tidak boleh monoton untuk segala hidangan, baik hidangan pembuka, hidangan utama, maupun hidangan penutup.

4) Kebersihan

Makanan merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia guna kelangsungan hidupnya. Makanan perlu mendapat perhatian baik dari segi nilai, kemurnian, maupun kebersihannya. Menurut Marriot dalam Damayanti (1993: 38) Menciptakan dan menjaga kondisi yang higienis dan aman dari kontaminasi mikroba. Menurut Nyoman dalam Ezi (2011:17) menyatakan bahwa "Food hygiene adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana menghindari makanan tersebut agar tidak mengandung bakteri atau racun yang menyebabkan seseorang menjadi sakit".

Menurut pendapat Sjahmien Moehyi dalam Ezi (2011:18) ada 3 hal yang menyebabkan terjadinya pencemaran makanan sehingga tidak aman untuk di makan yaitu:

- 1) Penanganan makanan tidak memenuhi syarat kebersihan
- 2) Alat yang digunakan untuk menyiapkan, mengolah dan menyajikan makanan tidak dibersihkan sebagaimana mestinya.
- 3) Makanan dibiarkan terlalu lama di lingkungan dimana temperaturnya rendah memungkinkan berbagai mikro-organisme berkembang biak.

Dalam hal ini yang berkaitan dengan makanan, menurut Sjahmien (1992) menyatakan bahwa ada lima langkah dalam upaya

pemeliharaan hygiene sanitasi makanan agar terhindar dari pencemaran yaitu:

- a) Penggunaan alat pengambil makanan
- b) Penjagaan makanan dari kemungkinan pencemaran
- c) Penyediaan lemari es
- d) Pemanasan makanan yang harus dimakan dalam keadaan panas
- e) Penyimpanan makanan jadi tidak terlalu lama

5) Garnish

Menurut Moehyi (1992: 98) Garnish adalah hiasan untuk hidangan agar makanan lebih menarik.

b. Konsistensi Makanan atau Tekstur Makanan

Menurut Buckle dkk dalam Rahayu (2002:17) bahwa tekstur pada suatu makanan dapat dilihat dari segi kelembaban, kekeringan, kerapuhan, kekerasan, kelembutan, dari makanan tersebut. Menurut Depdikbud (1990: 916) bahwa: "Tekstur adalah ukuran susunan (jaringan) bagian suatu benda, jalinan atau penyatuan bagian-bagian sesuatu sehingga menjadi suatu benda". Tekstur makanan merupakan komponen yang turut menentukan cita rasa makanan. Tekstur meliputi kehalusan, kelembutan, kekenyalan, kelembaban serta kemengkilatannya.

c. Aroma

Aroma adalah bau harum yang dikeluarkan oleh suatu makanan. Menurut Paulina dalam Rina Kasina (1993:10) mengatakan

bahwa "aroma bahan pewangi makanan dan minuman". Menurut Depdikbud (1990: 49) bahwa: "aroma adalah bau-bauan yang berasal dari tumbuh-tumbuhan atau akar-akaran yang digunakan sebagai bahan pewangi makanan atau minuman".

Timbulnya aroma makanan disebabkan oleh terbentuknya suatu senyawa yang mudah menguap. Aroma yang disebabkan oleh makanan dapat merangsang indera penciuman dan membangkitkan selera. Bahan aroma dapat terbagi atas dua yaitu bahan aroma yang masih tradisional seperti dari tumbuh-tumbuhan (daun pandan, santan dan lain-lain), sedangkan bahan aroma sintetis yaitu bahan aroma buatan seperti macam-macam essence.

d. Rasa

Menurut Depdikbud (1990:729) bahwa: "Rasa adalah tanggapan indera pengecap terhadap rangsangan syaraf, seperti manis, gurih, asam, pahit". Rasa merupakan salah satu aspek yang sangat dominan mempengaruhi seseorang dalam menilai suatu hasil pengolahan makanan. Dalam menilai rasa, indera pengecap merupakan sumber asupan yang sangat menentukan. Rasa banyak melibatkan lidah sebagai indera perasa dan rasa pada umumnya berasal dari senyawa-senyawa seperti rasa manis oleh sukrosa, rasa pahit oleh quimine, rasa asin oleh garam, dan asam.

Makanan atau minuman yang terlalu manis akan tidak disukai oleh sebagian besar orang bahkan akan memberikan rangsangan untuk

menimbulkan gatal tenggorokan dan batuk-batuk. Sediaoetama dalam Rahayu (2002:22).

Rasa (*flavour*) makanan yang dikenal sehari-hari sebenarnya bukanlah merupakan hasil dari satu tanggapan (*response*) saja melainkan campuran dari tanggapan cicip (*taste*), bau (*odor*), dan trigeminal serta kesan-kesan lain seperti penglihatan, sentuhan, atau pendengaran. Tanggapan trigeminal timbul akibat adanya rangsangan berupa zat-zat kimia yang merangsang ujung-ujung saraf sensorik trigeminus pada daerah rongga mulut.

Cicip (*taste*) merupakan hasil rangsangan dari makanan yang diterima oleh sel-sel yang dipegang dan berukuran kecil yang berada pada permukaan rongga mulut. Sel-sel peka ini atau disebut dengan puting pencicip hanya dapat menerima rangsangan berupa cairan kimia. Jadi makanan yang bersifat dapat larut yang dapat menimbulkan cicip (*taste*). Puting pencicip manusia hanya dapat membedakan empat pencicip dasar, yaitu manis, asin, asam, dan pahit. Lokasi kepekaan empat cicip dasar itu pada lidah berbeda-beda, yaitu: manis dapat dengan mudah dirasakan dengan ujung lidah, rasa asin pada ujung dan pinggir lidah, rasa asam pada pinggir lidah dan rasa pahit pada pinggiran lidah.

3. Faktor-faktor yang Menentukan Kualitas Makanan

Dalam menentukan dan menjual makanan kepada konsumen maka harus diperhatikan kualitas makanannya agar dapat memenuhi harapan

konsumen. Berbagai macam definisi mengenai kualitas suatu produk diantaranya seperti yang dinyatakan oleh Heizer and Render (dalam Irawan, 2002:15) menyatakan bahwa: "Kualitas suatu produk adalah sederajat sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya".

Untuk melihat sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya perlu pengukuran aspek mutu makanan. Hal ini sesuai dengan pendapat Teare and Boer (dalam Irawan, 2002:15) bahwa "Kualitas makanan adalah sejumlah keistimewaan dan kekhasan dari sebuah barang atau jasa yang berhubungan dengan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan".

Jadi untuk pengolahan katering mutu atau kualitas makanan, adalah faktor yang mempengaruhi untuk tercapainya kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Tony Irawan, 2002:7) yang mengemukakan bahwa: "Kualitas makanan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen".

Menurut Ridwan ada 6 M yang mempengaruhi untuk menentukan kualitas makanan yaitu:

- a. Man (Sumber Daya Manusia)
Dalam manajemen, faktor manusia adalah yang paling menentukan. Manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan. Tanpa ada manusia tidak ada proses kerja, sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk kerja. Oleh karena itu, manajemen timbul karena adanya orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan (Ridwan, 2009).
- b. Money (Uang)
Uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai. Besar kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang

beredar dalam perusahaan. Oleh karena itu uang merupakan alat yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji tenaga kerja, alat-alat yang dibutuhkan dan harus dibeli serta berapa hasil yang akan dicapai dari suatu organisasi (Ridwan, 2009).

c. Materials (Bahan)

Materi terdiri dari bahan setengah jadi (*raw material*) dan bahan jadi. Dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan atau materi-materi sebagai salah satu sarana. Sebab materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa materi tidak akan tercapai hasil yang diinginkan (Ridwan, 2009).

d. Machines (Mesin)

Dalam kegiatan perusahaan, mesin sangat diperlukan. Penggunaan mesin akan membawa kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja (Ridwan, 2009).

e. Methods (Metode)

Dalam pelaksanaan kerja diperlukan metode-metode kerja. Suatu tata cara kerja yang baik akan memperlancar jalannya pekerjaan. Sebuah metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu, serta uang dan kegiatan usaha. Meskipun metode baik sedangkan orang yang melaksanakan tidak paham atau tidak mempunyai pengalaman maka hasilnya tidak akan memuaskan. Dengan demikian peranan utama dalam manajemen tetap manusianya sendiri (Ridwan, 2009).

f. Market (Pasar)

Memasarkan suatu produk sangat penting sebab bila barang yang diproduksi tidak laku, maka proses produksi akan berhenti. Oleh sebab itu penguasaan pasar dalam arti menyebarkan hasil produksi merupakan faktor menentukan dalam perusahaan. Agar pasar dapat dikuasai maka kualitas dan harga barang sesuai dengan selera konsumen dan daya beli (kemampuan) konsumen (Ridwan, 2009).

4. Kepuasan Pelanggan Usaha Jasa Katering

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2000:75) di dalam Jurnal Manajemen Kewirausahaan menyebutkan, "Kepuasan adalah perasaan

senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya”. Kepuasan adalah semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara rohani, bukan nyaman hanya karena dibayangkan atau diharapkan. Puas atau tidak puas bukan merupakan emosi melainkan suatu hasil evaluasi dari emosi. Konsep berpikir bahwa kepuasan pelanggan akan mendorong meningkatnya profit adalah bahwa konsumen yang puas akan bersedia membayar lebih untuk produk yang diterima dan lebih bersifat toleran akan kenaikan harga.

Menurut Oliver (dalam Silfeni, 2010:7), kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin ”Satis” (artinya cukup baik, memadai) dan fascio (melakukan atau membuat). Jadi kepuasan bisa diartikan sebagai ”Upaya pemenuhan sesuatu” atau ”Membuat sesuatu yang memadai”. Atau kepuasan tersebut dapat diartikan sebagai berikut: ”Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapan”. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi orang adalah faktor internal dan faktor external. Faktor internal meliputi kebutuhan, pengalaman, harapan dan nilai-nilai yang dianut, sedangkan faktor external meliputi kesesuaian kebutuhan akan produk, harga yang kompetitif, pengiriman yang tepat waktu, pelayanan prima, dan kualitas yang reliabel.

Menurut Oliver (dalam Silfeni, 2010:7) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan, maka yang akan terjadi adalah ketidakpuasan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk (makanan dan minuman) dengan harapan-harapannya.

Adapun indikator mutu makanan dapat dilihat dari: 1) Penampakan makanan (Bentuk, warna, tekstur, aroma, rasa, kebersihan, dan garnish), 2) Konsistensi makanan (Keras lunak /tekstur, berkuah/kering ,panas/dingin), 3) Aroma (Berbau normal, berbau tajam, berbau rusak), 4) Rasa ((Asam, manis, gurih), enak). Sedangkan dilihat dari kepuasan konsumen yaitu faktor internal (Pengalaman sebagai pembanding, variasi menu, sehat dan bergizi, Hygienis, kebiasaan makanan). Faktor eksternal (Kesesuaian produk dengan kebutuhan, harga yang kompetitif, kenyamanan pelayanan, pengawasan, pengiriman makanan yang tepat waktu).

Dalam konteks teori *costumer behaviour*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. Jika pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah

produk berkualitas, maka kepuasan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Kalau *value* bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Jika *value* dari pelanggan adalah harga murah, maka pelanggan akan merasa puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif.

Beberapa faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan (Handi Irawan, dalam Silfeni, 2010:9) antara lain:

a. Kualitas Produk

Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk-produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan minimal ada enam elemen dari kualitas produk, yaitu 1) *Performance* (penampilan), 2) *Durability* (daya tahan), 3) *Feature* (permukaan), 4) *Reliability* (tahan uji), 5) *Consistency* (konsisten seperti kekentalan), dan 6) *Design* (bentuk).

1) *Performance* (penampilan) makanan adalah penampakan yang meliputi warna yang menarik dan sesuai dengan bahan dasar makanan, ukuran makanan yang sesuai dengan jenis makanan dan bentuk acara misalnya ukuran untuk makanan jajanan pasar disajikan dengan ukuran kecil sedangkan untuk acara tertentu perlu ukuran yang besar. Kebersihan adalah faktor utama dalam penampilan makanan dan garnish atau topping adalah sesuatu yang dapat memperindah makanan dan juga menambah aroma dan rasa

makanan. Selanjutnya penggunaan alat hidang dan kerapian juga merupakan penampilan dari makanan.

- 2) *Durability* (daya tahan) ditujukan untuk daya simpan makanan (ketahanan makanan) termasuk untuk rasa dan aroma makanan.
- 3) *Feature* (permukaan) makanan adalah tekstur, keras dan lunaknya makanan serta halus kasarnya makanan.
- 4) *Reliability* (tahan uji) maksudnya adalah tingkat daya simpan makanan sesuai dengan situasi dan kondisi makanan.
- 5) *Consistency* (konsistensi) seperti kekentalan, kering basah, berkuah atau kering serta panas dan dinginnya makanan.
- 6) *Design* (bentuk) adalah keindahan dan kesesuaian bentuk makanan, kesesuaian dan keindahan garnish atau topping, serta kombinasi warna makanan dan kemasan.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga. Bahkan sekarang orang cenderung kurang memperhatikan harga karena mereka lebih mengutamakan makanan yang berkualitas walaupun harganya relatif mahal.

- c. Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Seperti halnya kualitas produk, kualitas pelayanan ini pun juga mempunyai banyak dimensi. Salah satu konsep

kualitas pelayanan (*Service Quality*) yang populer disebut dengan *ServQual*. *Service Quality* diyakini memiliki 5 dimensi yaitu: 1) *Reliability*, 2) *Responsiveness*, 3) *Assurance*, 4) *Empathy*, dan 5) *Tangible*.

- 1) *Reliability* (dapat dipercaya) adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan betul-betul bisa dipercaya oleh pelanggan.
- 2) *Responsiveness* (tangguh jawab) adalah pelayanan yang penuh dengan rasa tangguh jawab.
- 3) *Assurance* (kepastian) adalah memberikan pelayanan dengan suatu kepastian atau jaminan, ketenangan dan keramahan.
- 4) *Empathy* (tegas dan sungguh-sungguh) adalah memberikan pelayanan yang tegas dan sungguh-sungguh.
- 5) *Tangible* (nyata) adalah memberikan pelayanan yang sesuai dengan kenyataan dan sesuai dengan kesepakatan antara produsen dan konsumen misalnya produsen memberikan makanan tepat waktu (timeliness).

Aspek mutu ini bisa diukur pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu produk (barang atau jasa). Pengukuran aspek mutu bermanfaat bagi pimpinan bisnis yaitu:

- a) Mengetahui dengan baik bagaimana jalannya atau bekerjanya proses bisnis.
- b) Mengetahui dimana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk memuaskan

pelanggan, terutama untuk hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan.

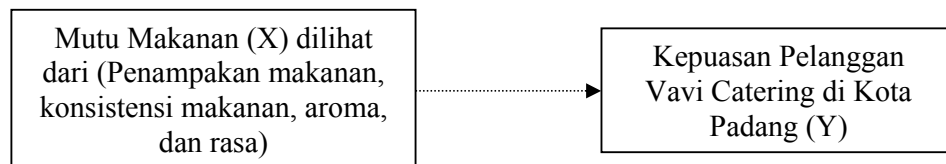
- c) Menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarah ke perbaikan (*improvement*).

Kepuasan pelanggan adalah mengukur sejauh mana harapan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan dan telah sesuai dengan produk atau jasa yang dirasakan. Secara umum Kotler (2002) menyatakan bahwa: "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya". Sedangkan menurut Engel (1990:19) bahwa: "Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan".

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah purnabeli dengan membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap produk ataupun pelayanan yang diharapkannya, baik secara internal maupun secara eksternal.

B. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teori di atas, peneliti ingin mengetahui adakah hubungan antara mutu makanan dilihat dari (Penampakan makanan, konsistensi makanan, aroma, dan rasa) dengan kepuasan pelanggan katering. Kerangka konseptual ini bertujuan untuk membimbing peneliti menuju penelitian yang lebih akurat. Untuk lebih jelasnya pelaksanaan penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual di atas dapat kita baca dengan jelas bahwa adanya faktor-faktor pendorong yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu terdiri dari faktor harga, mutu makanan dan kualitas pelayanan. Pada penelitian ini peneliti memfokuskan untuk meneliti tentang mutu makanan yang ditujukan kepada pelanggan Vavi Catering, dengan maksud untuk mengetahui hubungan antara mutu makanan dilihat dari (Penampakan makanan, konsistensi makanan, aroma, dan rasa) dengan kepuasan pelanggan katering.

C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tinjauan pustaka diajukan hipotesis sebagai berikut:

Ha: Terdapat hubungan signifikan antara mutu makanan dengan kepuasan pelanggan jasa katering.

Ho: Tidak terdapat hubungan signifikan antara mutu makanan dengan kepuasan pelanggan jasa katering.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Distribusi frekuensi pada mutu makanan mengenai penampakan makanan skor baku tertinggi terdapat pada warna dengan jumlah (86,1%) termasuk dalam kategori sangat tinggi, pada konsistensi makanan terdapat panas/dingin dengan jumlah (81,4%) termasuk dalam kategori tinggi, aroma makanan terdapat pada berbau tajam dengan jumlah (74,7%) termasuk dalam kategori sedang, rasa makanan terdapat pada asam, manis, gurih dengan jumlah (82,6%) termasuk dalam kategori tinggi.
2. Mutu Makanan dengan Kepuasan Pelanggan Vavi Catering di Kota Padang termasuk dalam kategori sedang (44,9%) dengan frekuensi 31 responden.
3. Distribusi frekuensi pada kepuasan pelanggan mengenai faktor internal skor baku tertinggi terdapat pada pengalaman sebagai pembanding dan kebiasaan makan dengan jumlah (82%) termasuk dalam kategori tinggi, pada faktor eksternal terdapat pada kesesuaian produk dengan jumlah (82,3) termasuk dalam kategori tinggi.
4. Kepuasan Pelanggan Vavi Catering di Kota Padang termasuk dalam kategori sedang (52,2%) dengan frekuensi 36 responden.
5. Mutu makanan Berkorelasi positif dan signifikan dengan Kepuasan Pelanggan Vavi Catering di Kota Padang dengan t hitung sebesar 4,41 dan t tabel 1,66 dengan taraf signifikan 0,05 berarti dapat dibandingkan t hitung $>$ t tabel ($4,41 > 1,66$).

B. Saran

1. Kepada pengelola dan pengusaha catering untuk dapat meningkatkan mutu makanan (Penampakan makanan, konsistensi makanan, aroma, dan rasa), karena berdasarkan hasil penelitian faktor ini sangat menentukan untuk kepuasan pelanggan catering di kota Padang.
2. Kepada pengelola dan pengusaha catering untuk dapat mengurangi pemakaian MSG dalam pengolahan makanan karena penggunaan MSG yang terlalu banyak dapat mengakibatkan kelumpuhan, kerusakan sel jaringan otak, kanker, dan alergi. Batasan aman yang pernah dikeluarkan oleh badan kesehatan dunia WHO (World Health Organization), asupan MSG per hari sebaiknya sekitar 0-120 mg/kg berat badan.
3. Kepada pengelola dan pengusaha catering untuk dapat mengurangi pemakaian pewarna buatan yang terlalu banyak dalam pengolahan makanan karena penggunaan pewarna buatan yang terlalu banyak dapat mengakibatkan ruam, mual, asma, pusing, dan pingsan.
4. Kepada mahasiswa dan masyarakat umum sebagai calon tenaga kerja agar meningkatkan penguasaan tentang Mutu Makanan dalam mengelola usaha boga khususnya usaha catering.
5. Karena hubungan yang diberikan dari variabel mutu makanan (X) baru sebesar 22,5% terhadap kepuasan pelanggan Vavi Catering maka penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti berikutnya untuk mengungkapkan variabel-variabel lainnya sebesar 77,5% yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan Vavi Catering di kota Padang.

6. Peneliti selanjutnya yang juga membahas masalah ini, disarankan untuk memilih variabel-variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap mutu makanan supaya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan usaha jasa catering.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Fadiati. (1988). *Pengelolaan Usaha Boga (Manajemen Katering)*. Jalarata: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan
- Buckle, K.A. dkk. (1987). *Ilmu Pangan*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Darmayanti. (2000). *Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Tiga Restoran Siap Saji*. Tesis. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI.
- Departemen Kesehatan. (1989). *Peraturan Menkes RI*. Jakarta: Dirjen PPM2 PLK.
- Depdikbud. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Doddy Pramudji. (1994). *Petunjuk Praktek Usaha Katering*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dwi Priyanto. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: PT. Buku Seru
- Evi Damayanti. (1993). *Pengawasan Mutu Makanan*. Institut Pertanian Bogor.
- Engel. (1990). Et.al
- Ezi Angraini. (2011). *Kontribusi Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan Catering SMK N 9 Padang*. Skripsi yang tidak dipublikasikan. Pendidikan Kesejahteraan Keluarga. Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
- <http://duniaveteriner.com/2009/12/mengenal-bahaya-msg-monosodium-glutamat-terhadap-kesehatan-masyarakat/print>
- <http://yupazq.blogspot.com/2010/11/bahaya-efek-samping-pewarna-makanan.html>
- Ika Boga Sumbar (2007). *Data Catering Sumatra Barat*. Padang: Ika Boga Sumbar.
- Iskandar Ridwan. *Files.Wordpress.com/2009/05/5- sarana- manajemen*. PDF
- Kotler, Philips. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice Hall Int, Inc, Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, Philips. (2002). *Marketing Management*. Eleventh edition. Prentice Hall