

**PERSEPSI MAHASISWA TENTANG KUALITAS PELAYANAN KANTIN
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Kesejahteraan Keluarga
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan*



**Oleh :
FERI FERDIAN
16501/2010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Perhotelan Jurusan Kesejahteraan Keluarga
Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang

Judul : Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan
Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang

Nama : Feri Ferdian

NIM/BP : 16501/2010

Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan

Jurusan : Kesejahteraan Keluarga

Fakultas : Teknik

Padang, November 2013

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Kasmita, S.Pd., M.Si	1. (.....)
2. Sekretaris	: Waryono, S.Pd., MM.Par	2. (.....)
3. Anggota	: Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd	3. (.....)
4. Anggota	: Wiwik Gusnita, S.Pd., M.Si	4. (.....)
5. Anggota	: Hijriyantomi Suyuthie, S.IP., MM5.	5. (.....)

ABSTRAK

Feri Ferdian, 2013: Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang

Penelitian ini berawal dari pengamatan peneliti terhadap mahasiswa yang datang untuk makan dan minum di kantin FT UNP yang selalu ramai, sementara masalah mengenai kualitas pelayanan ditemukan berdasarkan wawancara dengan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. Penelitian ini terdiri dari 5 indikator kualitas pelayanan yaitu: kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode survei. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa yang berkunjung di Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. Populasi dari penelitian ini berjumlah 7233 orang. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan *insidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket) dengan menggunakan skala *Likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya data dianalisis melalui analisis deskriptif dengan metode pengkategorian penilaian berdasarkan rerata skor dan persentase penilaian.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara umum persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang sebanyak 8% responden menyatakan sangat baik, 62% responden menyatakan baik, 21% responden menyatakan cukup, dan 9% responden menyatakan kurang. Sedangkan berdasarkan masing-masing indikator yaitu: 1) kehandalan (*reliability*) sebanyak 14% responden menyatakan sangat baik, 48% responden menyatakan baik, 28% responden menyatakan cukup, dan 10% responden menyatakan kurang, 2) daya tanggap (*responsiveness*) sebanyak 11% responden menyatakan sangat baik, 46% responden menyatakan baik, 33% responden menyatakan cukup, dan 10% responden menyatakan kurang, 3) jaminan (*assurance*) sebanyak 10% responden menyatakan sangat baik, 51% responden menyatakan baik, 26% responden menyatakan cukup, dan 13% responden menyatakan kurang, 4) empati (*empathy*) sebanyak 12% responden menyatakan sangat baik, 43% responden menyatakan baik, 29% responden menyatakan cukup, dan 16% responden menyatakan kurang dan 5) bukti fisik (*tangibles*) sebanyak 14% responden menyatakan sangat baik, 48% responden menyatakan baik, 32% responden menyatakan cukup, dan 6% responden menyatakan kurang.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang**”. Skripsi ini dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan proposal hingga selesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Ganefri, M.Pd., Ph.D, 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. Ira Meirina Chair, M.Pd, selaku Ketua Prodi Manajemen Perhotelan dan selaku dosen penguji ujian skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini.
4. Ibu Kasmita, S.Pd., M.Si, selaku Penasehat Akademik dan sekaligus Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Waryono, S.Pd., MM.Par selaku Pembimbing II penulis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Wiwik Gusnita, S.Pd., M.Si, dan Bapak Hijriyantomi Suyuthie S.IP.,MM, selaku tim penguji ujian skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini.

7. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
8. Pemilik Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kerjasama yang baik kepada penulis pada saat penelitian untuk skripsi ini.
9. Papa, Mama, Kakak serta Adik-adik tercinta terkhusus (alm. Ravi) semoga kamu memperoleh tempat yang di sisi Allah yaitu Surga, terima kasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan dengan cepat yaitu 3,5 tahun.
10. Kepada Bapak Youmil Abrian, SE., MM, Bang Zengga S.ST, Tiqa Julianti, dan seluruh rekan-rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2009, 2010 dan Junior seperjuangan yang telah memberikan dorongan dan doa kepada penulis.
11. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya, penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, November 2013
Penulis

Feri Ferdian
Nim. 16501/2010

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	10
1. Definisi Persepsi	10
2. Definisi Kualitas Pelayanan	11
3. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Layanan	16
4. Pendekatan Pelayanan Berkualitas	17
5. Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
6. <i>Gap</i> (Kesenjangan) Kualitas Pelayanan	21
7. Langkah-langkah untuk Mengurangi <i>Gap</i> Kualitas Pelayanan.....	26
8. Pengertian Kantin	27
9. Persyaratan Kesehatan Rumah Makan dan Restoran	30
B. Kerangka Konseptual	34
C. Pertanyaan Peneliti	

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Variabel Penelitian.....	38
C. Definisi Operasional Variabel.....	38
D. Populasi dan Sampel Peneltian	38
1. Populasi Penelitian	39
2. Sampel	40
E. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
1. Jenis Data.....	42
2. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Instrumen Penelitian.....	42
G. Uji Coba Instrumen	45
1. Uji Validitas Butir	45
2. Uji Reliabilitas.....	46
H. Teknik Analisis Data.....	48

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Karakteristik Responden.....	51
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan di Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.....	53
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	54
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Ke Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang	55
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Memilih Kantin Fakultas Teknik Univeristas Negeri Padang	56
B. Analisis Deskriptif Data Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang....	58
C. Pembahasan	89

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan Hasil Penelitian.....	96
B. Saran	97

DAFTAR PUSTAKA	99
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	101
-----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya <i>Gap</i> Kualitas Layanan.....	25
2. Pilihan Jawaban Skala <i>Likert</i>	43
3. Kisi-Kisi Operasional Variabel	43
4. Hasil Analisis Data Validitas	46
5. Interpretasi Nilai <i>r</i> (<i>Alpha Cronbach</i>).....	47
6. Batas Kriteria dan kategori Pilihan	50
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan di Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang	53
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	54
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Kunjungan Ke Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang	55
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Memilih Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.....	56
13. Data Hasil Perhitungan Statistik Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP	58
14. Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP	59
15. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP	60
16. Data Hasil Perhitungan Statistik Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan)	64
17. Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan)	65
18. Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan)	67

19. Data Hasil Perhitungan Statistik Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	69
20. Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	70
21. Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	71
22. Data Hasil Perhitungan Statistik Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan)	74
23. Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan) ...	75
24. Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan) ...	77
25. Data Hasil Perhitungan Statistik Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Empathy</i> (Empati)	79
26. Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Empathy</i> (Empati)	81
27. Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Empathy</i> (Empati)	82
28. Data Hasil Perhitungan Statistik Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	84
29. Klasifikasi Skor Variabel Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP ditinjau dari indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) 86	
30. Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model Kualitas Layanan	23
2. Kerangka Konseptual	36
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan di Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang	54
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	55
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Kunjungan Ke Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang	56
8. Karakteristik Berdasarkan Alasan Memilih Kantin Fakultas Teknik Univeristas Negeri Padang	57
9. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP	59
10. Histogram Pengkategorian Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP	60
11. Garis Kontinum Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	63
12. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan)	65
13. Histogram Pengkategorian Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan)	66
14. Garis Kontinum Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan)	68
15. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	70

16. Histogram Pengkategorian Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	71
17. Garis Kontinum Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) ..	73
18. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan).....	75
19. Histogram Pengkategorian Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan) ...	76
20. Garis Kontinum Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan)	79
21. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Empathy</i> (Empati).....	80
22. Histogram Pengkategorian Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Empathy</i> (Empati)	81
23. Garis Kontinum Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP ditinjau dari indikator <i>Empathy</i> (Empati).....	83
24. Histogram Kurva Normal Sebaran Data Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	85
25. Histogram Pengkategorian Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	86
26. Garis Kontinum Persepsi Mahasiswa Tentang Kualitas Pelayanan Kantin FT UNP Ditinjau dari Indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik).....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Uji Coba Instrumen Penelitian.....	101
2. Data Uji Coba Instrumen Penelitian	105
3. Rangkuman Analisis Validitas	106
4. Rangkuman Analisis Reliabilitas	111
5. Kuesioner Penelitian	112
6. Data Penelitian	116
7. Hasil Pengolahan Data	119
8. Surat Izin Penelitian dari Fakultas	140
9. Surat Izin Penelitian dari Kantin FT UNP	141
10. Kartu Konsultasi	142

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi Kota Padang kembali membaik setelah pasca Gempa 2009. Sudah banyak industri kecil dan menengah kembali tumbuh dan berkembang. Baik itu ditengah masyarakat umum, industri, instansi pendidikan dan instansi pemerintahan, Salah satunya bisnis kantin yang merupakan jenis usaha yang banyak diminati. Kantin mempunyai target pasar pegawai, siswa/mahasiswa dan masyarakat umum lainnya. Perkembangan kantin terus tumbuh dari hari ke hari, sehingga deferensiasi kantin memiliki keunggulan tersendiri.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kantin berasal dari bahasa Belanda (*kantine*) yang artinya sebuah ruangan yang umumnya ada di dalam gedung atau di area sebuah gedung umum yang dapat digunakan pengunjungnya untuk makan. Menurut Moehyi (1992) kantin adalah:

“Setiap bangunan yang menetap dengan segala peralatan yang dipergunakan untuk proses pembuatan makanan dan penjualan atau penyajian makanan dan minuman bagi umum, dimana proses pembuatan dan penjualan atau penyajian makanan diperuntukkan bagi masyarakat tertentu (khusus) dan cara penyajiannya pada waktu-waktu tertentu”.

Menurut Marsum (1993: 9) Kantin adalah restoran yang berhubungan dengan kantor, pabrik, atau sekolah, tempat di mana para pekerja dan para pelajar bisa mendapatkan makan siang dan *coffee break*,

yaitu acara minum kopi disertai makanan kecil untuk selingan jam kerja, jam belajar ataupun dalam acara rapat-rapat dan seminar.

Kantin tempat usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman. Kantin merupakan salah satu fasilitas umum, yang keberadaannya selain sebagai tempat untuk menjual makanan dan minuman. Tetapi juga sebagai tempat bertemunya segala macam masyarakat, dalam hal ini mahasiswa maupun karyawan yang berada di lingkungan kampus yang menjadi konsumen.

Salah satu kantin yang ada di institusi pendidikan adalah Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang (FT UNP). Kantin yang ada di FT UNP merupakan tempat yang strategis untuk menjual makanan dan minuman. Karena letak kantin yang berada di dalam lingkungan kampus FT UNP sehingga mudah akses mahasiswa untuk makan dan minum di kantin. Sebagian besar Mahasiswa FT UNP adalah anak kos atau tinggal jauh dari orang tua. Selain itu, karena aktivitas perkuliahan yang cukup tinggi rata-rata dua sampai empat seksi perhari, ini menyebabkan mahasiswa memilih untuk makan siang di Kantin FT UNP atau kantin yang ada di lingkungan kampus.

Kantin FT UNP harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap mahasiswa. Karena mahasiswa juga konsumen yang menginginkan pelayanan terbaik untuk kebutuhan yang dinginkannya. Sehingga mahasiswa merasa nyaman dan senang makan di kantin. Sulastiyono (2011: 35) mengatakan:

“Untuk mendapatkan gambaran tentang pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan tamu yang dijadikan sebagai tolak ukur pelayanan yang baik, maka perlu dijelaskan tentang kualitas sebagai pemakai jasa pelayanan tersebut. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi cerapan tamu tentang pelayanan yang dibutuhkan dan diinginkannya”.

Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang memiliki peran dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan Kantin FT UNP. Dalam hal ini, mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa yang makan dan minum di Kantin FT UNP maupun berasal dari luar FT UNP akan tetapi pernah menikmati pelayanan makan dan minum di Kantin FT UNP.

Untuk dapat memberikan penilaian atau pandangan, mahasiswa tentu saja harus memiliki ilmu dan wawasan yang cukup tentang kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman (dalam Purnama, 2006:19) kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Menurut Kotler (1997: 115) mengemukakan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk.

Menghindari terjadinya persepsi negatif, kantin harus mengetahui apa yang diinginkan konsumen saat ini dan memberikan yang terbaik kepada konsumen melalui layanan yang berkualitas, sehingga apa yang diinginkan konsumen lebih dari apa yang diharapkan. Dengan demikian konsumen memiliki persepsi yang tinggi terhadap kualitas layanan kantin. Menurut Kotler (2005: 216) persepsi adalah “proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti”.

Pelayanan yang diberikan oleh Kantin FT UNP cukup beragam ada yang menilai baik dan juga buruk. Berdasarkan hasil survei awal peneliti di lapangan pada tanggal 13 Mei 2013 melalui metode wawancara dengan 5 orang mahasiswa yang sedang makan dan minum di Kantin FT UNP ternyata ditemui beberapa masalah dalam pelayanan Kantin FT UNP. Hal ini dapat dilihat 20% menyatakan keluhan mengenai petugas layanan bekerja saat pengambilan peralatan makan dan minum yang terlalu cepat, sementara konsumen belum selesai sepenuhnya mengkonsumsi makanan dan minuman yang dipesan. Di Kantin FT UNP sebanyak 20% menyatakan keluhan adanya kesalahan petugas kasir dalam menghitung total belanja pelanggan. Kesalahan perhitungan petugas kasir juga dipengaruhi konsentrasi dan ketelitian dalam menghitung belanja mahasiswa.

Di Kantin FT UNP ditemukan menu-menu yang ditawarkan cukup bervariasi, namun hasil produk yang disajikan ke konsumen tidak sesuai

dengan standar makanan yang seharusnya. Berdasarkan keluhan mahasiswa sebanyak 60% menyatakan masakan yang disajikan tidak tercapai rasa makanan yang diharapkan pelanggan dan kurangnya penampilan makanan yang disajikan kepada pelanggan. Di sini terlihat belum kompetennya karyawan kantin dalam membuat makanan sesuai menu yang ditawarkan berdasarkan dari segi warna, bentuk, tekstur, aroma, dan porsi yang disajikan tidak sesuai dengan yang dipromosikan. Hal ini dibuktikan 60% mahasiswa ini tidak menghabiskan makanan yang dipesan yaitu nasi goreng karena tidak sesuai dengan harapan selera pelanggan.

Sebanyak 40% menyatakan keluhan mengenai kebersihan diri karyawan yang belum terjaga disaat melayani pelanggan yang makan di kantin. Seperti keringat karyawan dalam bekerja tidak dilap dengan sapu tangan melainkan dengan baju kerja yang dikenakan. Karyawan yang tidak disiplin dalam memakai seragam yang telah diberikan. Buktinya karyawan memakai pakaian pada saat bekerja masih menggunakan pakaian rumah dan tidak ada kekompakan dalam berseragam di kantin bagi karyawan.

Berdasarkan survei peneliti Kantin FT UNP hanya memiliki 1 buah *toilet* yang bergabung antara *toilet* karyawan dan pelanggan. Sedangkan menurut Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 304 tahun 1989 tentang Persyaratan Kesehatan Rumah Makan dan Restoran seharusnya syarat sebuah restoran harus memiliki *toilet* untuk tenaga kerja terpisah dengan *toilet* untuk pengunjung.

Sebanyak 80% menyatakan keluhan masalah kebersihan area makan dan minum di Kantin FT UNP. Sampah-sampah bertebaran di bawah meja makan sehingga mengganggu kenyamanan mahasiswa untuk makan di Kantin FT UNP pada saat jam makan siang.

Pentingnya penelitian ini penulis angkat untuk melihat bagaimana penilaian dari mahasiswa yang datang untuk makan dan minum di Kantin FT UNP dari segi kualitas pelayanan. Karena jika dilihat dari mahasiswa yang makan dan minum di kantin selalu ramai, sementara masalah mengenai kualitas pelayanan ditemukan berdasarkan survei awal kepada mahasiswa. Oleh sebab itu penulis memiliki pemikiran untuk melihat bagaimana persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan kantin.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“PERSEPSI MAHASISWA TENTANG KUALITAS PELAYANAN KANTIN FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI PADANG”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengangkatan peralatan makan oleh karyawan yang terlalu cepat sedangkan pelanggan belum selesai makan.
2. Masih ada ditemukan kesalahan penghitungan kasir dalam menghitung total belanja mahasiswa.

3. Makanan yang disajikan tidak sesuai dengan standar menu makanan yang sebenarnya dilihat dari segi kualitas produk yang disajikan.
4. Kebersihan diri karyawan belum terjaga saat melayani pelanggan.
5. Kedisiplinan karyawan dalam memakai seragam kerja belum terlaksana dengan baik.
6. Fasilitas *toilet* yang belum memenuhi persyaratan sebuah restoran.
7. Kebersihan area makan yang tidak terjaga seperti ditemukan sampah berserakan di bawah meja makan sehingga mengganggu kenyamanan pelanggan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka pada penelitian ini aktivitas yang dilakukan dibatasi pada kualitas pelayanan Kantin FT UNP ditinjau dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

D. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan di Kantin FT UNP ditinjau dari dimensi kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan di Kantin FT UNP ditinjau dari dimensi:

1. Keandalan (*reliability*)
2. Daya tanggap (*responsiveness*)
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*empathy*)
5. Bukti fisik (*tangibles*)

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemilik Kantin FT UNP

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan terhadap pemilik kantin dalam menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap mahasiswa yang makan dan minum di kantin dan nantinya bisa melakukan perbaikan kualitas pelayanan yang diberikan.

2. Bagi Penulis

Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan. Selain itu agar penulis mengetahui masalah-masalah nyata yang terdapat dalam industri agar menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan terhadap teori-teori yang di peroleh saat kuliah.

3. Bagi Jurusan Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Padang

Menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya pada Jurusan Kesejahteraan Keluarga Program Studi Manajemen Perhotelan tentang kualitas pelayanan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Definisi Persepsi

Sepintas lalu kata persepsi dapat diartikan sebagai pengamatan, sungguhpun demikian banyak dikalangan para ahli mencoba memberikan batasan pengertian secara harfiah tentang persepsi ini. Persepsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu: "*perception*". Menurut Shadily (1982: 424) "persepsi adalah tanggapan, atau daya memahami/menanggapi sesuatu". Kemudian menurut Poerwadarminta (1982: 526) "persepsi adalah tanggapan, opini dan anggapan terhadap sesuatu peristiwa atau kejadian". Selain itu juga ada beberapa pengertian tentang persepsi yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Persepsi merupakan proses akhir dari pengamatan yang diawali oleh proses pengindraan, yaitu proses diterimnya stimulus oleh alat indra, lalu diteruskan ke otak, dan baru kemudian individu menyadari tentang sesuatu yang dipersepsikan (Sunaryo, 2004).

Menurut Kotler (2005: 216) persepsi adalah "proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti". Sedangkan menurut Setiadi (2010: 87) "persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi".

Nitisusastoro (2012: 66) mengemukakan “persepsi digambarkan sebagai proses dimana individu seseorang menyeleksi, mengorganisasi dan menterjemahkan stimulasi menjadi sebuah arti yang koheren dengan semua kejadian dunia”. Sedangkan menurut Solomon (dalam Prasetyo,dkk 2005: 67) mendefinisikan “persepsi sebagai proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan”.

Dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi dibentuk oleh tiga pasang pengaruh, yaitu karakteristik dari stimuli, hubungan stimuli dengan sekelilingnya, dan kondisi-kondisi dalam diri kita sendiri. Persepsi seseorang pada suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi adalah bahwa persepsi secara substansi bisa sangat berbeda dengan realitas. Persepsi merupakan suatu pengamatan individu atau proses pemberian makna sebagai hasil pengamatan tentang suatu objek, peristiwa, dan sebagainya melalui panca inderanya, yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan sehingga seseorang dapat memberikan tanggapan mengenai baik buruknya atau positif negatifnya hal tersebut.

2. Definisi Kualitas Pelayanan

Dewasa ini konsep kualitas telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Kualitas menjadi

pedoman utama dalam pengembangan dan keberhasilan implementasi program-program manajerial dan kerekayasaan untuk mewujudkan tujuan-tujuan bisnis yang utama. Secara etimologi tidak mudah mendefinisikan atau memberikan pengertian mengenai kualitas. Namun demikian ada beberapa definisi umum yang diberikan oleh beberapa pakar kualitas. Dikemukakan oleh Juran (dalam Tjiptono, 2004: 11) bahwa kualitas adalah kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*). Definisi ini menekankan orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan.

Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas. Menurut Gaspersz (2002: 181) mendefinisikan kualitas adalah “totalitas dari karakteristik suatu produk (barang dan atau jasa) yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan”. Menurut Davis, (dalam Yamit, 2005: 8) membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia (Sinambela, 2010: 3). Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung (Moenir,

2006: 16-17). Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (*intangible*). Pelayanan adalah merupakan suatu proses, proses tersebut menghasilkan suatu produk berupa pelayanan yang kemudian diberikan kepada pelanggan.

Mendefinisikan kualitas pelayanan membutuhkan pengetahuan dari beberapa disiplin ilmu seperti: pemasaran, psikologi, dan strategi bisnis. Olsen dan Wiyckoff (dalam Yamit, 2005: 22) melakukan pengamatan atas pelayanan dan mendefinisikan pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan. Olsen dan Wyckoff (dalam Yamit, 2005: 22) juga memasukkan atribut yang dapat diraba (*tangible*) dan yang tidak dapat diraba (*intangible*). Definisi secara umum dari kualitas pelayanan ini adalah dapat dilihat dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas pelayanan.

Collier (dalam Yamit, 2005: 22) memiliki pandangan lain dari kualitas pelayanan ini, yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).

Kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen satu dengan konsumen lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Kualitas mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik. Menurut Wyckof dalam Lovelock (dalam Purnama, 2006: 19) memberikan pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Sedangkan menurut Parasuraman (dalam Purnama, 2006: 19) kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Menurut Zethaml, Berry, dan Parasuraman (dalam Tjiptono, 2004: 12) kualitas yang dirasakan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas dari pelayanan. Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*), kualitas dipandang secara lebih luas, tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan tetapi juga proses, lingkungan dan manusia. Hal tersebut tampak dalam definisi yang dirumuskan oleh Goetsh dan Davis (dalam Tjiptono, 2004: 51) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang

berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan, pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu konsep yang abstrak dan sukar dipahami (Tjiptono, 2004: 51). Hal ini dikarenakan adanya empat karakteristik jasa/layanan yang unik yang membedakannya dari barang, yaitu tidak berwujud, tidak terpisah antara produksi dan konsumsi, outputnya tidak terstandar dan tidak dapat disimpan.

Menurut Kotler (1997: 115) mengemukakan ada 2 (dua) faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk.

Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa/layanan melainkan berdasarkan pada persepsi konsumen. Seperti yang dikemukakan Kotler (1997: 116) bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan suatu layanan.

Menurut Gronroos (dalam Purnama, 2006: 20) menyatakan kualitas layanan meliputi:

- a. Kualitas fungsi, yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan, terdiri dari: dimensi kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan akses, dan *servicemindedness*.
- b. Kualitas teknis dengan kualitas output yang dirasakan konsumen, meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan estetika output.
- c. Reputasi perusahaan, yang dicerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi di mata konsumen.

Dari definisi-definisi tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Kualitas pelayanan diukur dengan lima indikator pelayanan (kehandalan, daya tanggap, kepastian, empati, dan bukti fisik).

3. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Layanan

Setiap perusahaan harus mampu memahami dan mengantisipasi beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas layanan. Menurut Tjiptono (2008: 96-98) faktor-faktor penyebab buruknya kualitas layanan diantaranya:

- a. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan
Salah satu karakteristik unik jasa/pelayanan adalah *inseparability*, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian layanan. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan layanan bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan layanan dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi:
 - 1) Tidak terampil dalam melayani pelanggan.
 - 2) Cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks.
 - 3) Tutur kata karyawan kurang sopan atau bahkan menyebalkan.

- 4) Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan.
- 5) Karyawan selalu cemberut atau pasang tampang “angker”.
- b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi
Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan.
- c. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai
Karyawan *front-line* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Bukan saja mereka itu adalah “wajah” organisasi, namun acap kali merekalah cerminan “jasa” yang dipersepsikan konsumen.
- d. Gap Komunikasi
Tak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi merupakan faktor esensial dalam menjalin relasi dengan pelanggan. Bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan.
- e. Memperlakukan pelanggan dengan cara yang sama
Pelanggan merupakan individu unik dengan preferensi, perasaan, dan emosi masing-masing. Dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam (*standardized service*). Sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.
- f. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan
Di satu sisi, mengintroduksi layanan baru atau menyempurnakan layanan lama dapat meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis dan menghindari terjadinya layanan yang buruk. Di sisi lain, bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan.
- g. Visi bisnis jangka pendek
Visi jangka pendek (misalnya, orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain-lain) bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

4. Pendekatan Pelayanan Berkualitas

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan

berkualitas (*service quality*) kepada pelanggan. Terdapat dua pendekatan pelayanan berkualitas yang populer digunakan kalangan bisnis Amerika dan kini telah menyebar ke berbagai negara di dunia. Pendekatan pertama dikemukakan oleh Karl (dalam Yamit, 2005: 23) yang mendasarkan pendekatan pada dua konsep pelayanan berkualitas, yaitu *service triangle* dan total *quality service* diterjemahkan sebagai layanan mutu terpadu oleh Soetjipto (dalam Yamit, 2005: 23).

a. *Service Triangle*

Service triangle adalah suatu model interaktif manajemen pelayanan yang menghubungkan antara perusahaan dengan pelanggannya. Model tersebut terdiri dari tiga elemen dengan pelanggan sebagai titik fokus Albrecht and Zemke, dalam Budi W. Soetjipto (yang dikutip dari Yamit, 2005: 23) yaitu :

1) Strategi pelayanan (*service strategy*)

Strategi pelayanan adalah strategi untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan kualitas sebaik mungkin sesuai standar yang telah ditetapkan perusahaan. Standar pelayanan ditetapkan sesuai keinginan dan harapan pelanggan sehingga tidak terjadi kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan. Strategi pelayanan harus pula dirumuskan dan diimplementasikan seefektif mungkin sehingga mampu membuat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tampil beda dengan pesaingnya. Untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi pelayanan yang efektif, perusahaan harus fokus pada kepuasan pelanggan sehingga perusahaan mampu membuat pelanggan melakukan pembelian ulang bahkan mampu meraih pelanggan baru.

2) Sumberdaya manusia yang memberikan pelayanan (*service people*)

Orang yang berinteraksi secara langsung maupun tidak berinteraksi langsung dengan pelanggan harus memberikan pelayanan kepada pelanggan secara tulus (*empathy*), responsif, ramah, fokus, dan menyadari bahwa kepuasan pelanggan adalah segalanya. Untuk itu perusahaan harus pula memperhatikan kebutuhan pelanggan internalnya (karyawan) dengan cara menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, rasa aman dalam

bekerja, penghasilan yang wajar, manusiawi, sistem penilaian kinerja yang mampu menumbuhkan motivasi. Tidak ada gunanya perusahaan membuat strategi pelayanan dan menerapkannya secara baik untuk memuaskan pelanggan eksternalnya, sementara pada saat yang sama perusahaan gagal memberikan kepuasan kepada pelanggan internalnya, demikian pula sebaliknya.

3) Sistem pelayanan (*service system*)

Sistem pelayanan adalah prosedur pelayanan kepada pelanggan yang melibatkan seluruh fasilitas fisik termasuk sumberdaya manusia yang dimiliki perusahaan. Sistem pelayanan harus dibuat secara sederhana, tidak berbelit-belit dan sesuai standar yang telah ditetapkan perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mampu melakukan desain ulang sistem pelayanannya, jika pelayanan yang diberikan tidak memuaskan pelanggan. Desain ulang sistem pelayanan tidak berarti harus merubah total sistem pelayanan, tapi dapat dilakukan hanya bagian tertentu yang menjadi titik kritis penentu kualitas pelayanan. Misalnya, dengan memperpendek prosedur pelayanan atau karyawan diminta melakukan pekerjaan secara cepat dengan menciptakan *one stop service*.

b. *Total Quality Service*

Pelayanan mutu terpadu adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan berkualitas kepada orang yang berkepentingan dengan pelayanan (*stakeholders*), yaitu pelanggan, pegawai dan pemilik. Pendekatan kedua adalah *conceptual model of service quality* yang dikemukakan oleh tiga orang akademisi Amerika dengan nama PBZ yang merupakan singkatan dari tiga nama penemunya, yaitu A. Parasuraman, Leonard L. Berry and Valerie A. Zeithaml. Pada dasarnya memiliki tujuan yang hampir sama dengan pelayanan produk. Hampir semua perusahaan menawarkan manfaat dan penambahan nilai untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan.

5. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml, dkk, (dalam Tjiptono, 2008: 95) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yaitu kehandalan

(*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*). Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut dijadikan indikator dalam mengukur kualitas pelayanan. Indikator-indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

a. *Reliability* (kehandalan), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Sebagai contoh, seorang mahasiswa memilih tempat makan dan minum melihat terlebih dahulu reputasi tempat yang menjadi tujuan. Sub indikator kehandalan (*reliability*) ini adalah:

- 1) Ketepatan pelayanan.
- 2) Kesesuaian pelayanan.
- 3) Kepuasan konsumen terhadap masakan dan fasilitas.
- 4) Kelengkapan fasilitas.

b. *Responsiveness* (daya tanggap), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Sub indikator dari indikator *Responsiveness* (daya tanggap) adalah :

- 1) Kecepatan pelayanan.
- 2) Penanganan keluhan konsumen.
- 3) Kenyamanan konsumen.

c. *Assurance* (jaminan), yaitu berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan

rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Sub indikator dari indikator *assurance* (jaminan) adalah:

- 1) Kepercayaan, keyakinan dan kejujuran karyawan.
- 2) Karyawan yang berpengetahuan luas, terlatih, dan etika (*knowledge, skill, attitude*).
- 3) Keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan.

d. *Empathy* (Empati), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Sub indikator dari indikator *empathy* (empati) adalah:

- 1) Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen.
- 2) Pemahaman kebutuhan konsumen.
- 3) Kenyamanan pelayanan.

e. *Tangibles* (bukti fisik), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Ruangan kantin yang kotor bakal dinilai jelek oleh pelanggan. Sub indikator dari indikator *tangibles* (bukti langsung) adalah:

- 1) Penampilan karyawan.
- 2) Kebersihan, kerapian dan kenyamanan kantin.

Dimensi kualitas yang dikemukakan oleh Zeithaml, dkk tersebut dijadikan indikator dalam menilai kualitas layanan. Dan indikator ini

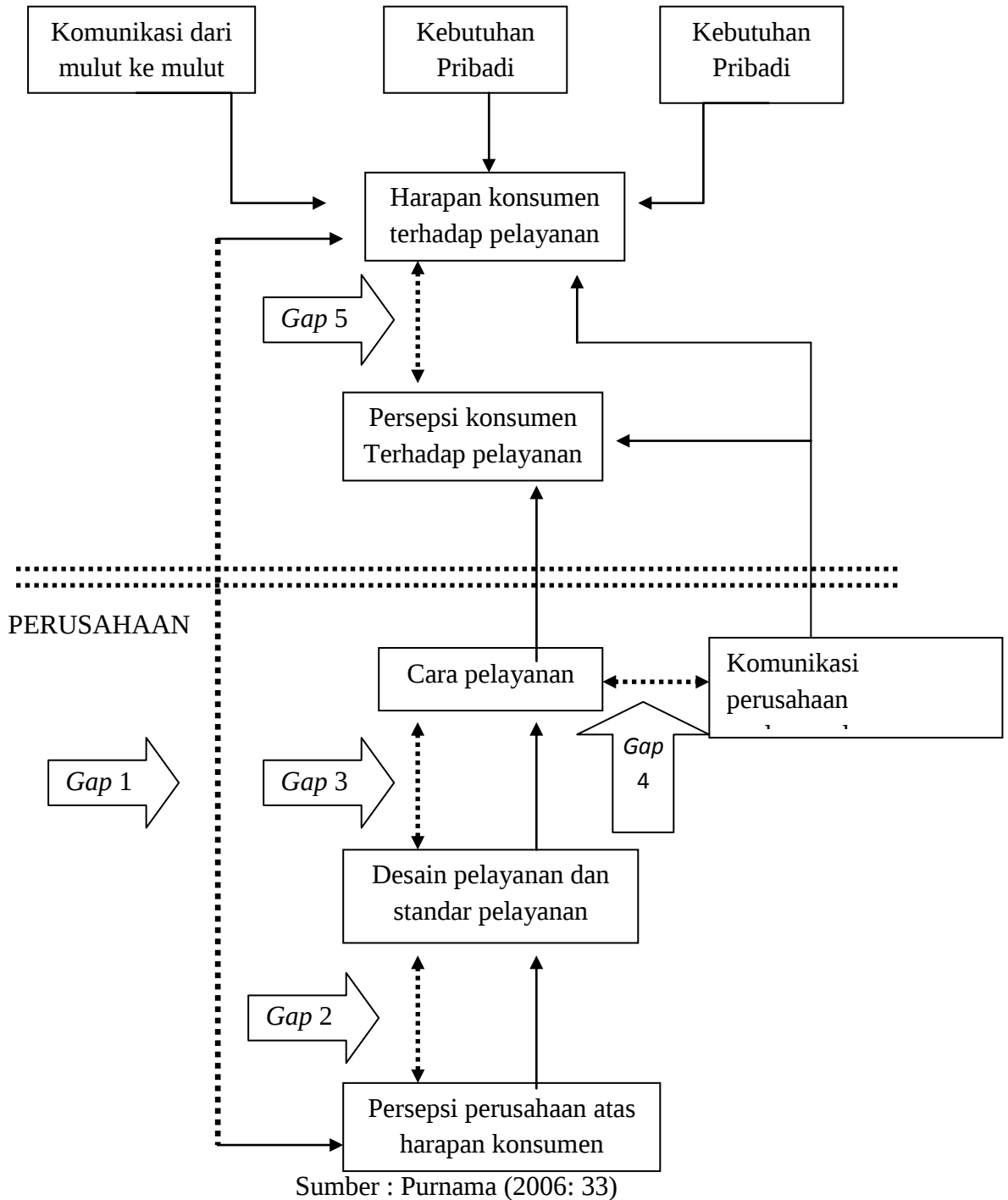
berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan melebihi harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya berkualitas dan jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan kurang atau sama dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya tidak berkualitas.

6. *Gap* (Kesenjangan) Kualitas Layanan

Menurut Purnama (2006: 33) Harapan konsumen terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka peroleh. Dari sudut pandang konsumen, sumber informasi bisa berasal dari internal maupun eksternal. Sumber informasi internal misalnya pengalaman pembelian masa lalu, pengamatan atau percobaan pembelian. Sumber informasi eksternal merupakan informasi dari luar konsumen, misalnya dari konsumen lain melalui informasi *getok tular* (dari mulut ke mulut) atau informasi dari pemasar melalui promosi yang disampaikan dengan media tertentu.

Harapan konsumen terhadap layanan yang dijabarkan ke dalam lima dimensi kualitas layanan harus bisa dipahami oleh perusahaan dan diupayakan untuk bisa diwujudkan. Tentunya hal ini merupakan tugas berat bagi perusahaan, sehingga dalam kenyataannya sering muncul keluhan yang dilontarkan konsumen karena layanan yang diterima tidak sesuai dengan layanan yang mereka harapkan. Hal inilah yang disebut dengan *gap* (kesenjangan) kualitas pelayanan sebagaimana yang disajikan dalam Gambar 1 berikut ini:

CONSUMER



Gambar 1. Model Kualitas Pelayanan

Ket: Hubungan yang terjadi secara tidak langsung
 _____ Hubungan yang terjadi secara langsung

Berikut penjelasan dari gambar kualitas pelayanan menurut Purnama (2006: 33):

Gap 1

Gap antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen, yang disebabkan oleh kesalahan manajemen dalam memahami harapan konsumen. Misalnya sebuah restoran memberikan layanan dengan tempat yang nyaman dan peralatan yang canggih, namun ternyata pelanggan berharap mendapat layanan dengan persyaratan mudah dan cepat.

Gap 2

Gap antara persepsi manajemen atas harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas layanan, yang disebabkan oleh kesalahan manajemen dalam menterjemahkan harapan konsumen ke dalam tolok ukur atau standar kualitas layanan. Misalnya petugas kasir restoran diinstruksikan melayani pelanggan dengan cepat, namun tidak ada standar waktu pemberian layanan.

Gap 3

Gap antara spesifikasi kualitas layanan dengan layanan yang diberikan, yang disebabkan oleh ketidakmampuan sumber daya manusia (SDM) perusahaan dalam memenuhi standar kualitas layanan yang telah ditetapkan. Misalnya petugas kasir restoran diinstruksikan untuk melayani pelanggan dengan cepat, namun disisi lain juga harus mendengarkan keluhan pelanggan, sehingga standar waktu layanan yang telah ditetapkan seringkali harus dilanggar.

Gap 4

Gap antara layanan yang diberikan dengan komunikasi eksternal yang disebabkan ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi janji yang telah dikomunikasikan secara eksternal. Misalnya sebuah restoran dalam promosinya menjanjikan layanan pesan antar yang cepat dengan persyaratan yang mudah, namun dalam kenyataannya para nasabah harus melengkapi beberapa persyaratan yang rumit.

Gap 5

Gap antara harapan konsumen dengan layanan yang diterima (dirasakan) konsumen yang disebabkan tidak terpenuhinya harapan konsumen. *Gap 5* merupakan gap yang disebabkan oleh gap 1, 2, 3, dan 4. Zeithaml dan Bitner (dalam Purnama, 2006: 35) menyebutkan bahwa gap yang terjadi disebabkan oleh beberapa faktor dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Faktor-faktor Penyebab Terjadinya *Gap* Kualitas Layanan

<i>Gap</i>	Faktor Penyebab
<i>Gap 1</i>	1. Orientasi riset pemasaran tidak seimbang 2. Kurang komunikasi keatas 3. Fokus yang kurang mencukupi
<i>Gap 2</i>	1. Tidak ada standar yang berorientasi kepada konsumen 2. Kepemimpinan yang tidak memadai 3. Desain layanan yang tidak baik
<i>Gap 3</i>	1. Penyimpanan kebijakan sumber daya manusia 2. Kegagalan menyesuaikan permintaan dan penawaran 3. Konsumen tidak memainkan peran
<i>Gap 4</i>	1. Manajemen harapan konsumen yang tidak akurat 2. Janji yang berlebihan 3. Komunikasi horizontal (perusahaan-konsumen) tidak memadai.

Sumber : Zeithaml dan Bitner (dalam Purnama , 2006: 35)

7. Langkah-langkah untuk Mengurangi *Gap* Kualitas Layanan

Idealnya kualitas layanan yang diterima oleh konsumen sama dengan kualitas layanan yang mereka harapkan. Oleh karena itu agar konsumen puas terhadap layanan yang diberikan perusahaan, maka menjadi keharusan bagi perusahaan untuk menghilangkan *gap* yang terjadi. Namun jika upaya menghilangkan *gap* sulit dilakukan, paling tidak perusahaan harus berupaya mengurangi *gap* seminimal mungkin.

Berry (dalam Purnama, 2006: 36) memberikan kerangka komprehensif dan runtut untuk menghilangkan *gap* 1 hingga *gap* 4. Terdapat empat langkah untuk menghilangkan *gap* kualitas layanan, yaitu :

- a. Menumbuhkan kepemimpinan yang efektif
Kepemimpinan merupakan penggerak utama perbaikan layanan. Tanpa layanan yang efektif, kepemimpinan tanpa visi dan arah yang jelas, serta tanpa bimbingan manajemen puncak, upaya pemberian layanan yang berkualitas tidak bisa diciptakan. Untuk mengembangkan kepemimpinan yang efektif, empat cara berikut bisa ditempuh, yaitu :
 - 1) Mendorong kelancaran proses pembelajaran di kalangan top manajemen.
 - 2) Promosi orang yang tepat pada jabatan eksekutif puncak.
 - 3) Mendorong peran individu.
 - 4) Mengembangkan budaya saling percaya.
- b. Membangun sistem informasi layanan
Sistem informasi layanan yang efektif akan mengakomodasikan keinginan dan harapan konsumen, mengidentifikasi kekurangan yang diberikan perusahaan, memandu alokasi sumber daya perusahaan untuk kepentingan peningkatan kualitas layanan dan memungkinkan perusahaan memantau layanan pesaing.
- c. Merumuskan strategi layanan
Strategi layanan adalah strategi untuk memberikan layanan dengan kualitas sebaik mungkin kepada konsumen. Strategi layanan harus menjadi pedoman bagi pekerja sehingga pelaksanaan pekerjaan harus mengacu tujuan yang ditetapkan.
- d. Implementasi strategi layanan

Strategi layanan dapat diimplementasikan dengan efektif jika syarat-syarat berikut ini dipenuhi :

- 1) Struktur organisasi yang memungkinkan berkembangnya budaya perusahaan dengan titik berat pada perbaikan berkelanjutan, menjadi pedoman bagi perbaikan kualitas layanan, peningkatan kemampuan teknis sumber daya yang mendukung perbaikan kualitas layanan, serta memberikan solusi terhadap setiap persoalan yang menyangkut kualitas layanan.
- 2) Teknologi yang *applicable* untuk memperbaiki sumber daya, metode kerja, dan sistem informasi yang mendukung upaya perbaikan kualitas layanan.
- 3) Sumber daya manusia yang memiliki sikap, perilaku, pengetahuan, dan kemampuan yang mendukung efektivitas realisasi strategi layanan.

8. Pengertian Kantin

Saat ini bisnis kantin merupakan salah satu jenis usaha yang banyak peminatnya. Kantin mempunyai target pasar para remaja dan mahasiswa, tapi tidak tertutup kemungkinan untuk meraih golongan orang dewasa maupun orang tua. Perkembangan kantin terus tumbuh dari hari ke hari, sehingga diferensiasi kantin memiliki keunggulan tersendiri.

Istilah kantin disebut sebagai tempat sederhana tetapi cukup menarik untuk dikunjungi dan memiliki menu makanan ringan sebagai tempat makan. Kantin berasal dari bahasa Belanda (*kantine*) adalah “Sebuah ruangan yang umumnya ada di dalam gedung atau di area sebuah gedung umum yang dapat digunakan pengunjungnya untuk makan”.

Menurut Moehyi (1992) kantin adalah:

“Kantin adalah setiap bangunan yang menetap dengan segala peralatan yang dipergunakan untuk proses pembuatan makanan dan penjualan atau penyajian makanan dan minuman bagi umum, dimana proses pembuatan dan penjualan atau penyajian makanan diperuntukan bagi masyarakat tertentu (khusus) dan cara penyajiannya pada waktu-waktu tertentu”.

Menurut Sugiarto (2003: 103) kantin adalah restoran yang menyediakan makanan kecil (*refreshment*). Dahulu aslinya restoran ini berada di bawah kamp militer. Sekarang istilah kantin banyak digunakan sebagai restoran untuk karyawan pada perusahaan atau berada di gedung-gedung perkantoran. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kantin adalah “Barak tempat menyajikan makanan bagi tentara”. Namun saat ini kantin tidak lagi identik dengan lingkungan angkatan bersenjata, tetapi juga di lingkungan pabrik dan institusi pendidikan, seperti kantin ditingkat Universitas.

Menurut Moehyi (1992) “Pelayanan makanan dan minuman melalui kantin biasanya makanan yang sudah ditentukan dan umumnya sudah dimasak”. Keberadaan kantin yang ada di Institusi pendidikan, seperti di Universitas juga menjadi tolak ukur terhadap kualitas makanan yang dimakan oleh mahasiswanya, sehingga mampu menciptakan kualitas sumber daya manusia yang bergizi baik dan produktif. Menurut Marsum (1993: 9) Kantin adalah restoran yang berhubungan dengan kantor, pabrik, atau sekolah, tempat di mana para pekerja dan para pelajar bisa mendapatkan makan siang dan *coffee break*, yaitu acara minum kopi disertai makanan kecil untuk selingan jam kerja, jam belajar ataupun dalam acara rapat-rapat dan seminar

Berdasarkan pengertian berbagai sumber dapat disimpulkan kantin adalah tempat usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman. Kantin merupakan salah satu fasilitas

umum, yang keberadaannya selain sebagai tempat untuk menjual makanan dan minuman, tetapi juga sebagai tempat bertemunya segala macam masyarakat dalam hal ini mahasiswa maupun karyawan yang berada di lingkungan kampus.

Terkait dengan bentuk pelayanan kantin sekolah, terdapat 3 (tiga) alternatif bentuk layanan menurut Sudrajat (2010), yaitu:

- a. *Self service system*. Sistem pelayanan dimana pembeli melayani dirinya sendiri makanan yang diinginkan.
- b. *Wait service system*. Sistem pelayanan dimana pembeli menunggu dilayani oleh petugas kantin sesuai dengan pesanan.
- c. *Tray service system*. Sistem pelayanan dimana pembeli dilayani petugas kantin, dan penyajian makanannya dengan menggunakan baki atau nampan.

Jenis pelayanan yang ada di Kantin FT UNP tergolong *self service*. Jenis pelayanan *self service* yang diberikan kepada pelanggan yaitu jenis *cafeteria service*. Menurut Sugiarto (2003: 101) *cafeteria service* merupakan jenis pelayanan yang biasanya dilakukan di daerah-daerah yang ramai dan tamu mengambil hidangan sendiri, yang mana hidangan sudah disiapkan *counter*, setelah itu tamu membayar hidangannya di kasir. Hidangan diberi harga menurut apa yang diambil dan dipesan tamu. Kantin FT UNP termasuk jenis pelayanan makanan yang bersifat semi sosial. Menurut Fadiati (1998: 3) jenis –jenis pelayanan makanan bersifat komersial, semi sosial, maupun sosial. Bersifat komersial apabila usaha tersebut ditujukan untuk mengambil untung yang sebesar-besarnya, bersifat semi sosial apabila usaha pelayanan makanan tersebut mengambil

untung tidak terlalu banyak, dan bersifat sosial apabila tidak mengambil untung sama sekali.

Kantin yang ada di Fakultas Teknik adalah salah satu kantin yang ada di Universitas Negeri Padang. Kantin merupakan sarana untuk menjual makanan dan minuman, semua makanan yang ada di kantin tentunya menggugah selera, namun kualitas pelayanan yang diberikan harus maksimal supaya dapat mempertahankan pelanggan datang ke Kantin FT UNP.

9. Persyaratan Kesehatan Rumah Makan Dan Restoran

Persyaratan sebuah restoran harus dipenuhi oleh pengusaha, karena restoran yang tidak sesuai dengan standar kesehatan dapat memberikan resiko terhadap pelanggan yang datang. Berikut Peraturan Menteri Kesehatan No. 304 Tahun 1989 Persyaratan Kesehatan Rumah Makan Dan Restoran:

a. Persyaratan Lokasi

1) Lokasi

- a) Rumah makan dan restoran terletak pada lokasi yang terhindar dari pencemaran yang diakibatkan antara lain oleh debu, asap, serangga dan tikus.
- b) Tidak berdekatan dengan sumber pencemaran antara lain terdapat pembuangan sampah umum, WC umum dan pengolahan limbah yang dapat di duga mencemari hasil produksi makanan.

2) Bangunan

a) Umum

- (1) Bangunan dan rancang bangun harus dibuat sesuai dengan Peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Terpisah dengan tempat tinggal.

b) Tata ruang

- (1) Pembagian ruang minimal terdiri dari dapur, gudang, ruang makan, toilet, ruang karyawan dan ruang administrasi.
- (2) Setiap ruangan mempunyai batas dinding serta ruangan satu dan lainnya dihubungkan dengan pintu.
- (3) Ruangan harus ditata sesuai dengan fungsinya, sehingga memudahkan arus tamu, arus karyawan, arus bahan

makanan dan makanan jadi serta barang-barang lainnya yang dapat mencemari terhadap makanan.

c) Konstruksi

(1) Lantai

- (a) Lantai dibuat kedap air, rata, tidak licin dan mudah dibersihkan, membuat sudut mati.

(2) Dinding

- (a) Permukaan dinding sebelah dalam harus rata, mudah dibersihkan.
- (b) Konstruksi dinding tidak boleh dibuat rangkap.
- (c) Permukaan dinding yang terkena percikan air harus dibuat kedap air atau dilapisi dengan bahan kedap air dan mudah dibersihkan seperti porselin dan sejenisnya setinggi 2 (dua) meter dari lantai.

(3) Ventilasi

- (a) Ventilasi alam harus memenuhi syarat sebagai berikut:
 1. Cukup menjamin peredaran udara dengan baik.
 2. Dapat menghilangkan uap, gas, asap, bau dan debu dalam ruangan.
- (b) Ventilasi buatan diperlukan bila ventilasi alam tidak dapat memenuhi persyaratan.

(4) Pencahayaan/penerangan.

- (a) Intensitas pencahayaan setiap ruangan harus cukup untuk melakukan pekerjaan pengolahan makanan secara efektif dan kegiatan pembersihan ruangan.
- (b) Di setiap ruang kerja seperti gudang, dapur, tempat cuci peralatan dan tempat cucian tangan, intensitas pencahayaan sedikitnya 10 foot candle.
- (c) Pencahayaan/penerangan harus tidak menyilaukan dan tersebar merata, sehingga sedapat mungkin tidak menimbulkan bayangan yang nyata.

(5) Atap

- (a) Tidak bocor, cukup landai dan tidak menjadi sarang tikus dan serangga lainnya.

(6) Langit-langit

- (a) Permukaan rata, berwarna terang serta mudah dibersihkan.
- (b) Tidak terdapat lubang-lubang.
- (c) Tinggi langit-langit dan lantai sekurang-kurangnya 2,4 meter.

(7) Pintu

- (a) Pintu dibuat dari bahan yang kuat dan mudah dibersihkan.
- (b) Pintu dapat dibuka dengan baik dan membuka ke arah luar.

- (c) Setiap bagian bawah pintu setinggi 36 cm dilapisi logam.
- (d) Jarak antara pintu dan lantai tidak lebih dari 1 cm.
- b. Persyaratan Fasilitas Sanitasi.
 - 1) Air bersih
 - a) Harus sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia yang berlaku.
 - b) Jumlahnya cukup memadai untuk seluruh kegiatan dan tersedia pada setiap tempat kegiatan.
 - 2) Pembuangan air limbah
 - a) Sistem pembuangan air limbah harus baik, saluran terbuat dan bahan kedap air, tidak merupakan sumber pencemaran, misalnya memakai saluran tertutup, *septic tank* dan riol.
 - b) Sistem perpipaan pada bangunan bertingkat harus memenuhi persyaratan menurut Pedoman Plumbing Indonesia.
 - c) Saluran air limbah dan dapur harus dilengkapi perangkat lemak (*grease trap*).
 - 3) Toilet
 - a) Letak tidak berhubungan langsung (terpisah dari) dengan dapur, ruang persiapan makanan, ruang tamu dan gudang makanan.
 - b) Di dalam toilet harus tersedia jamban, peturasan dan bak air.
 - c) Toilet untuk wanita terpisah dengan toilet untuk pria.
 - d) Toilet untuk tenaga kerja terpisah dengan toilet untuk pengunjung.
 - e) Toilet dibersihkan dengan detergen dan alat pengering.
 - f) Tersedia cermin, tempat sampah, tempat abu rokok serta sabun.
 - g) Luas lantai cukup untuk memelihara kebersihan.
 - h) Lantai dibuat kedap air, tidak licin mudah dibersihkan kelandaiannyakemiringannya cukup.
 - i) Ventilasi dan penerangan baik.
 - j) Air limbah dibuang ke septic tang, riol atau lubang peresapan yang tidak mencemari air limbah.
 - k) Saluran pembuangan terbuat dan bahan kedap air.
 - l) Tersedia tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan bak penampung dan saluran pembuangan.
 - m) Di dalam kaman mandi harus tersedia bak dan air bersih dalam keadaan cukup.
 - n) Peturasan harus dilengkapi dengan air yang mengalir.
 - o) Jamban harus dibuat dengan tipe leher angsa. Dan dilengkapi dengan air penggelontor yang cukup serta sapu tangan kertas (*tissue*).
 - p) Diberi tanda/tulisan pemberitahuan bahwa setiap pemakai harus mencuci tangan dengan sabun sesudah menggunakan toilet.

- 4) Tempat sampah
 - a) Tempat sampah dibuat dari bahan kedap air, tidak mudah berkarat mempunyai tutup dan memakai kantong plastik khusus untuk sisa-sisa bahan makanan dan makanan jadi yang cepat membusuk.
 - b) Jumlah dan volume tempat sampah disesuaikan dengan produk sampah yang dihasilkan pada setiap tempat kegiatan.
 - c) Tersedia pada setiap tempat/ruang yang memproduksi sampah.
 - d) Sampah sudah harus dibuang dalam waktu 24 jam dan rumah makan restoran.
 - e) Disediakan tempat pengumpul sampah sementara yang terlindung dari serangga dan hewan lain dan terletak ditempat yang mudah dijangkau oleh kendaraan pengangkut sampah.
- 5) Tempat cuci tangan.
 - a) umlah tempat cuci tangan untuk tamu disesuaikan dengan kapasitas tempat duduk sebagai berikut:
 - b) Tempat cuci tangan dilengkapi dengan sabun/sabun cair dan alat pengering.
- 6) Tempat mencuci peralatan.
 - a) Terbuat dari bahan yang kuat, aman, tidak berkarat dan
 - b) Bak pencucian sedikitnya terdiri dan 3 (tiga) bilik/bak pencuci yaitu untuk mengguyur, menyabun membilas.
- 7) Tempat pencuci bahan makanan
 - a) Terbuat dari bahan yang kuat, aman, tidak berkarat dan mudah dibersihkan.
 - b) Bahan makanan dicuci dengan air mengalir atau air yang mengandung larutan *Kalium Permanganat* 0,02%.
 - c) Tempat pencucian dihubungkan dengan saluran pembuangan air limbah.
- 8) Fasilitas penyimpanan pakaian (*locker*) karyawan.
 - a) Terbuat dari bahan yang kuat, aman, mudah dibersihkan\ dan tertutup rapat.
 - b) Jumlah *locker* disesuaikan dengan jumlah karyawan.
 - c) *Locker* ditempatkan diruangan yang terpisah dengan dapur dan gudang.
 - d) *Locker* untuk pria dan wanita dibuat terpisah.
- 9) Peralatan pennncegahan masuknya serangga dan tikus
 - a) Tempat penyimpanan air bersih harus ditutup sehingga dapat menahan masuknya tikus dan serangga termasuk juga nyamuk *Aedes Aegypti* serta *Albopictus*.
 - b) Setiap lubang pada bangunan harus dipasang alat yang dapat mencegah masuknya serangga (kawat kasa berukuran 32 mata per inci) dan tikus (teralis dengan jarak 2 cm).
 - c) Setiap persilangan pipa dan dinding harus rapat sehingga tidak dapat dimasuki serangga.

B. Kerangka konseptual

Dalam dunia bisnis industri makanan dan minuman seperti kantin banyak sekali fenomena yang terjadi, misalnya menurunnya kualitas pelayanan yang diberikan. Baik buruknya kualitas pelayanan dilihat dari persepsi konsumen yang datang ke kantin tersebut.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Kualitas pelayanan diukur dengan lima indikator pelayanan (kehandalan, daya tanggap, kepastian, empati, dan bukti fisik). Sedangkan persepsi tentang kualitas pelayanan adalah penilaian terhadap tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi.

Menurut Zeithaml, dkk, (dalam Tjiptono, 2008: 95) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik atau indikator yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah:

a. *Reliability* (kehandalan)

Jika petugas layanan handal dalam melayani pelanggan, maka kualitas layanan yang diberikan juga baik. Begitu sebaliknya jika petugas layanan tidak handal maka kualitas layanan yang diberikan akan dinilai buruk.

b. *Responsiveness* (daya tanggap)

Jika petugas layanan mempunyai daya tanggap yang baik dalam melayani pelanggan, maka kualitas layanan yang diberikan juga baik. Begitu sebaliknya jika petugas layanan tidak mempunyai daya tanggap yang baik maka kualitas layanan yang diberikan akan dinilai buruk.

c. *Assurance* (jaminan)

Jika petugas layanan memiliki pengetahuan, keahlian dan etika yang baik dalam melayani pelanggan, maka kualitas layanan yang diberikan juga baik. Begitu sebaliknya jika petugas layanan memiliki pengetahuan, keahlian dan etika yang baik maka kualitas layanan yang diberikan akan dinilai buruk.

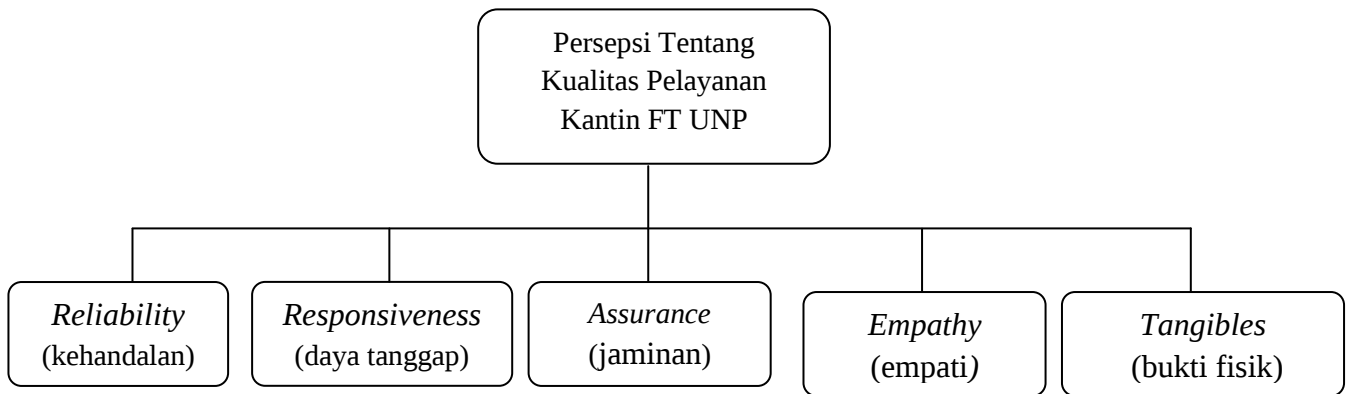
d. *Empathy* (empati)

Jika petugas layanan memberikan sikap empati dan perhatian dalam melayani pelanggan, maka kualitas layanan yang diberikan juga baik. Begitu sebaliknya jika petugas layanan tidak memberikan sikap empati dan perhatian maka kualitas layanan yang diberikan akan dinilai buruk.

e. *Tangibles* (bukti fisik)

Jika sebuah usaha jasa layanan memperhatikan kebersihan dan kenyamanan dari fasilitas dan bukti fisik lainnya untuk keperluan pelanggan, maka kualitas layanan yang diberikan juga baik. Begitu sebaliknya jika sebuah usaha jasa layanan tidak memperhatikan kebersihan dan kenyamanan dari fasilitas dan bukti fisik lainnya untuk keperluan pelanggan petugas layanan maka kualitas layanan yang diberikan akan dinilai buruk.

Dari uraian di atas maka dapat digambarkan sistematis kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada Gambar 2 dibawah ini:



Gambar 2. Kerangka Konseptual

C. Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian yang akan dideskripsikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan Kantin FT UNP di tinjau dari 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu: kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*)?

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan Hasil Penelitian

Secara keseluruhan persepsi mahasiswa tentang kualitas pelayanan Kantin FT UNP 8% menyatakan kategori sangat baik, 62% menyatakan kategori baik, 21% menyatakan kategori cukup, 9% menyatakan kategori kurang. Sedangkan berdasarkan indikator dapat dilihat berikut ini:

1. Indikator *reliability* (kehandalan) menunjukkan interpretasi persentase penilaian responden 14% menyatakan kategori sangat baik, 48 orang mahasiswa 48% menyatakan kategori baik, 28% menyatakan kategori cukup, dan 10% menyatakan kategori kurang.
2. Indikator *responsiveness* (daya tanggap) menunjukkan interpretasi persentase penilaian responden 11% menyatakan kategori sangat baik, 46% menyatakan kategori baik, 33% menyatakan kategori cukup, dan 10% menyatakan kategori kurang.
3. Indikator *assurance* (jaminan) menunjukkan interpretasi persentase penilaian responden 10% menyatakan kategori sangat baik, 51% menyatakan kategori baik, 26% menyatakan kategori cukup, dan 13% menyatakan kategori kurang.
4. Indikator *empathy* (empati) menunjukkan interpretasi persentase penilaian responden dari 12% menyatakan kategori sangat baik, 43% menyatakan

kategori baik, 29% menyatakan kategori cukup, dan 16% menyatakan kategori kurang.

5. Indikator *tangibles* (bukti langsung), menunjukkan interpretasi persentase penilaian responden 14% menyatakan kategori sangat baik, 48% menyatakan kategori baik, 32% menyatakan kategori cukup, dan 6% menyatakan kategori kurang.

B. Saran

1. Kepada Pemilik Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang

Perlu adanya perhatian pihak Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang untuk meningkatkan pelaksanaan atau penerapan proses pelayanan yang baik oleh petugas layanan Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang seperti: cara memberikan pelayanan dengan segera, fasilitas yang belum diperhatikan kebersihannya dalam hal ini perlu bantuan petugas kebersihan, penambahan *toilet*, cara melayani pelanggan harus ramah-tamah yang tulus, kenyamanan tempat, prosedur *clear up* yang memperhatikan aturan yang baik, serta peraturan berpakaian petugas layanan harus diterapkan kedisiplinan agar dapat memberikan layanan yang terbaik.

2. Kepada Jurusan Kesejahteraan Keluarga

Disarankan agar penelitian ini menjadi bahan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak terkait dan menjadi bahan pembelajaran. Dilihat populasi yang sangat besar sebaiknya Jurusan KK membuka usaha kantin

sebagai pendamping kantin FT UNP karena Jurusan KK sangat erat hubungannya mengenai jasa pelayanan makan dan minum.

3. Kepada Peneliti Lainnya

Kepada para peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut sebaiknya diungkapkan variabel-variabel lain yang relevan dengan penelitian ini seperti: ekspektasi dan persepsi, harga, fasilitas, keputusan pembelian, faktor psikologi pelanggan, kepuasan tamu, dan loyalitas terhadap pelayanan Kantin Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. Pada populasi dan sampel yang besar sebaiknya diklasifikasikan perjurusan/program studi dan jenis kelamin harus ada pada kuesioner pra penelitian untuk menggali masalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Fadiati, Ari. 1988. *Pengelolaan Usaha Boga (Management Catering)*. Jakarta: P2LPTK
- Gasperz, Vincent. 2002. *Pedoman Implementasi Program Sigma*. Jakarta: Gramedia
- <http://akhmadsudrajat.wordpress.com/2010/06/03/tentang-kantin-sekolah/>
15/08/2013/10.15wib
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler dan Armstrong. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan Edisi ke-11. Jakarta: PT.Index kelompok Gramedia
- Marsum WA 1993. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset
- Moehyi, S. 1992. *Penyelenggaraan Makanan Institusi dan Jasa Boga*. Jakarta: Bharata
- Moenir, H. A. S. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi aksara.
- Nitisusastoro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Peraturan Menteri Kesehatan No.304. 1989. *Persyaratan Kesehatan Rumah Makan dan Restoran*
- Poerwadarminta, W.J.S. 1982. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John JOI Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi,
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.