

**KONTRIBUSI KUALITAS MAKANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
CATERING SMK N 9 PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program S1
Pada Jurusan Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Padang*



OLEH:

**EZI ANGRAINI
82452/2006**

**PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

KONTRIBUSI KUALITAS MAKANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CATERING SMK N 9 PADANG

Nama : Ezi Angraini
BP/NIM : 82452/2006
Program Studi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Jurusan : Kesejahteraan Keluarga
Fakultas : Teknik

Padang, Mai 2011

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Silfeni, M. Pd
NIP. 19621028 1981102 001

Dra. Lucy Fridayati, M. Kes
NIP. 19620518 1986022 001

Mengetahui
Ketua Jurusan Kesejahteraan Keluarga

Dra. Ernawati, M.Pd
NIP. 19610618 198903 2 00 1

HALAMAN PENGESAHAN

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

Judul : Kontribusi Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Catering SMK N 9 Padang
Nama : Ezi Angraini
BP/NIM : 82452/2006
Program Studi : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Jurusan : Kesejahteraan Keluarga
Fakultas : Teknik

Padang, Mai 2011

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Dra. Silfeni, M.Pd.	_____
Sekretaris	: Dra. Lucy Fridayati, M.Kes.	_____
Anggota	: Dra. Ruaida, M.Pd.	_____
Anggota	: Dra. Elida, M.Pd.	_____
Anggota	: Kasmita, S.Pd, M.Si	_____

**KONTRIBUSI KUALITAS MAKANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
CATERING SMK N 9 PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program S1
Pada Jurusan Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Padang*



OLEH:

**EZI ANGRAINI
82452/2006**

**PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2011**

ABSTRAK

Ezi Angraini, 2011: Kontribusi Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Catering SMK N 9 Padang

SMK N 9 Padang telah menjadikan Unit Produksi Catering menjadi kegiatan ekstrakurikuler bagi siswa Jurusan Tata Boga. Catering SMK N 9 Padang telah banyak menerima pesanan baik dari instansi pemerintahan maupun dari perseorangan bahkan dipercaya untuk menangani makanan orang naik haji, yang bekerjasama dengan ACS (aero catering service). Berdasarkan pengamatan, akhir-akhir ini terdapat beberapa pelanggan yang merasa kurang puas terhadap Catering SMK N 9, diantaranya yaitu tentang kurangnya variasi makanan yang diberikan, porsi makanan yang tidak tetap, pelayan yang kurang cekatan melayani tamu dan makanan yang tidak rapi lagi atau berantakan sampai di tangan konsumen. Semua itu dikhawatirkan akan berpengaruh terhadap kualitas dari makanan. Akibat dari ketidakpuasan pelanggan tersebut, terjadi penurunan pelanggan. Maka dari itu perlu diadakan penelitian tentang ketidakpuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang ini agar pelanggan tidak berpindah ke catering lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari kontribusi kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang. Penyusunan kerangka konseptual bertiuk tolak dari teori-teori dan hasil penelitian yang relevan. Kerangka konseptual menghasilkan rumusan hipotesis yaitu seberapa besar kualitas makanan itu memberikan kontribusi/sumbangan terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan bentuk korelasional. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner/ angket. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap catering SMK N 9 Padang dan teknik pengambilan sampelnya menggunakan *Simple Random Sampling* sehingga sampel yang didapatkan dalam penelitian ini adalah anggota Satuan Polisi Pamong Praja Padang sebanyak 48 orang. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 yaitu variabel bebas : kualitas makanan (X), dan variabel terikat: kepuasan pelanggan (Y). Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi Product Moment yang dianalisis dengan program komputer SPSS versi 17.0.

Hasil analisis data deskriptif menunjukkan bahwa kualitas makanan catering SMK N 9 Padang termasuk pada kategori rendah (37,2%), dan kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang juga termasuk pada kategori rendah (27,2%). Kontribusi kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang hasilnya diperoleh nilai 37,45% artinya sebesar 37,45% kualitas makanan memberikan kontribusi/sumbangan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 62,55% dipengaruhi atau disebabkan oleh faktor lain, baik faktor dalam maupun faktor yang berasal dari luar.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul: “Kontribusi Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Catering SMK N 9 Padang” .

Sholawat beriring salam semoga selalu dilimpahkan oleh Allah SWT terhadap junjungan kita Nabi Besar Muhammad Salallah Alaihi Wasallam yang dengan jiwa raganya membawa umat manusia dari kehidupan jahiliyah ke kehidupan yang penuh cahaya ilmu pengetahuan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Drs. Ganefri, M. Pd selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
2. Dra. Ernawati, M. Pd selaku Ketua Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang
3. Kasmita, S.Pd, M.Si selaku Penasehat Akademis (PA), yang sangat membantu memberi motivasi, bimbingan, arahan dan meluangkan waktu kepada penulis.

4. Dra. Silfeni, M.Pd selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan meluangkan waktu kepada penulis, sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Dra. Lucy Fridayati, M.Kes. selaku pembimbing II yang juga telah memberikan bimbingan, motivasi dan meluangkan waktu kepada penulis, sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
6. Dra. Sofnitati, selaku Sekretaris Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
7. Bapak dan Ibu dosen dan seluruh staf Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
8. Kepala Sekolah, Guru pengajar dan Staf tata usaha SMK N 9 Padang yang telah memberikan kesempatan melakukan penelitian ini.
9. Kepada seluruh anggota Satuan Polisi Pamong Praja yang telah membantu penulis dalam penelitian ini.
10. Ayahanda dan Ibunda terhormat, yang telah memberikan doa serta bantuan moril maupun materil.
11. Suami dan anak tercinta yang senantiasa selalu memberi kehangatan dan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
12. Serta kakak dan adik tersayang yang selalu mendorong penulis dalam penyelesaian penelitian ini.

13. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan bantuan, motivasi, canda dan tawanya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dalam penyusunan skripsi ini takkan luput dari kekhilafan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Akirnya kepada Allah penulis mohon semoga apa yang telah diusahakan dapat bermanfaat bagi semua, khususnya bagi penulis. Amin.

Padang, Mai 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	5
3. Pembatasan Masalah.....	6
4. Perumusan Masalah	6
5. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Catering.....	8
B. Kualitas Makanan.....	12
C. Kepuasan Pelanggan.....	25
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	25
2. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	27
3. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	29
4. Jenis-Jenis Pelanggan.....	34

D.	Kerangka Konseptual.....	36
E.	Hipotesis.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A.	Jenis Penelitian.....	38
B.	Definisi Operasional Variabel.....	38
C.	Populasi dan Sampel	39
D.	Data Penelitian	41
E.	Instrumen Penelitian	42
F.	Teknik Analisa Data.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN

A.	Deskripsi Data	53
B.	Hasil Analisis Data	66
C.	Pembahasan	71

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	80
B.	Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIR

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1. Pernyataan Kuesioner	42
2. Kisi-Kisi Instrumen Uji Coba	43
3. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	47
4. Interpretasi Nilai r	48
5. Distribusi Frekwensi Responden Tentang Penampakan Makanan	54
6. Distribusi Frekwensi Responden Tentang Konsistensi Makanan.....	55
7. Distribusi Frekwensi Responden Tentang Aroma Makanan	55
8. Distribusi Frekwensi Responden Tentang Rasa Makanan.....	56
9. Deskripsi Data Kualitas Makanan	57
10. Distribusi Frekwensi Kelas Interval Variabel Kualitas Makanan.....	57
11. Klasifikasi Skor Variabel Kualitas Makanan Catering SMK N 9 Padang.	58
12. Distribusi Frekwensi Responden Tentang Faktor Interna Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	60
13. Distribusi Frekwensi Responden Tentang Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	61
14. Deskripsi Perhitungan Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan Catering SMK N 9 Padang	62
15. Distribusi Frekwensi Kelas Interval Variabel Kepuasan Pelanggan Catering SMK N 9 Padang	63
16. Klasifikasi Skor Variabel Kepuasan Pelanggan Catering SMK N 9 Padang	64

17. Rangkuman Uji Normalitas Variabel X dan Y	67
18. Hasil Analisis Regresi Sederhana	68
19. Uji Korelasi Variabel X Terhadap Y	69
20. Uji Keberartian Korelasi Variabel X Terhadap Y	70
21. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual	37
2. Histogram Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kualitas Makanan Catering SMK N 9 Padang.....	58
3. Histogram Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kepuasan Pelanggan Catering SMK N 9 Padang.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat-Surat Penelitian.....	82
2. Angket Uji Coba Penelitian	86
3. Angket Penelitian	91
4. Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian.....	96
5. Deskripsi Data Penelitian.....	98
6. Uji Normalitas.....	99
7. Uji Linearitas	100
8. Pengujian Hipotesis	100
9. Uji Keberartian Koefisien Korelasi	101
10. Rekapitulasi Data Penelitian Kualitas Makanan.....	102
11. Rekapitulasi Data Penelitian Kepuasan Pelanggan.....	103
12. Surat Keterangan Bebas Labor.....	104
13. Kartu Konsultasi.....	105

82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94

95

96 97 98 99 100 101 102 103 104 105

viii

x

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah salah satu lembaga pendidikan formal yang dibentuk oleh pemerintah. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) terdiri dari beberapa kelompok bidang, antara lain: teknologi, ekonomi, kerajinan dan pariwisata. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah sekolah yang bertujuan mengembangkan minat siswa selain itu juga merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan sumber daya manusia lebih dini.

SMK N 9 Padang merupakan salah satu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di kota Padang. SMK N 9 Padang mempunyai visi unggul dalam pendidikan dan pelatihan pariwisata dan mampu bersaing ditingkat nasional maupun internasional. Sekolah ini berdiri pada tahun 1997 dengan dua program keahlian yaitu Akomodasi Perhotelan dan Jasa Boga, kemudian pada tahun 2008 ditambah dengan program keahlian Petiseri. SMK Negeri 9 Padang secara bertahap telah dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang memadai. Sarana dan prasarana yang tersedia, serta dengan tenaga guru yang memiliki keterampilan, keahlian kejuruan dibidangnya masing-masing.

SMK N 9 Padang diharapkan dapat mandiri membiayai pendidikan di sekolahnya. Sekolah yang mandiri dimaksudkan bahwa SMK umumnya dan SMK N 9 Padang khususnya dapat meningkatkan pendapatannya dengan

memanfaatkan sumber-sumber yang ada di sekolah. Baik berupa tenaga maupun fasilitas untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat dipasarkan.

Dalam petunjuk teknis pelaksanaan pengembangan sekolah kejuruan seutuhnya, menekankan bahwa salah satu aspek yang harus dilaksanakan sekolah kejuruan khususnya SMK N 9 Padang adalah keberhasilan dalam pengelolaan unit produksi. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan sekolah yang pada gilirannya SMK dapat mandiri membiayai proses pembelajaran termasuk praktek kejuruan.

Keterbatasan jam praktek pada struktur program kurikulum belum banyak memberi peluang pada siswa untuk berlatih dengan baik dan sempurna. Salah satu sarana untuk melatih siswa lebih banyak adalah melalui kegiatan unit produksi. Melalui kegiatan unit produksi siswa dapat belajar tentang dunia kerja mandiri berwirausaha yang sebenarnya, sehingga unit produksi merupakan sarana pelatihan secara bertahap sebelum siswa tamat dari SMK. Karena itu kegiatan unit produksi tidak hanya terdapat pada pelajaran praktek dalam struktur program kurikulum, tetapi juga lebih dari itu yaitu melayani pesanan barang atau jasa yang dapat dilakukan diluar jam pelajaran sebagai kegiatan ko dan ekstra kurikuler. SMK N 9 Padang menjalankan unit produksi tersebut berbentuk sebuah usaha dibidang makanan yaitu catering.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan, terlihat bahwa catering SMK N 9 Padang banyak menerima pesanan makanan dari

masyarakat baik itu untuk pesta maupun acara-acara seperti seminar, rapat dan acara penting lainnya. Satu hal yang harus diberikan pujian untuk SMK N 9 Padang adalah dipercaya dalam beberapa tahun terakhir ini untuk menangani makanan jamaah haji. Dalam hal ini SMK N 9 Padang bekerja sama dengan ACS (Aero Catering Service) yang ada di BIM (Bandara Internasional Minangkabau).

Akan tetapi dibalik kesuksesan SMK N 9 Padang dalam menjalankan cateringnya, masih banyak terdapat ketidakpuasan pelanggan dengan apa yang diberikan. Berdasarkan pengamatan akhir-akhir ini terdapat beberapa pelanggan yang merasa kurang puas dengan catering ini. Penulis juga melakukan observasi ke SMK N 9 Padang dan menemukan pelanggan dari Dinas Pendidikan yang menggunakan jasa catering SMK N 9 Padang dalam menangani makanan untuk seminar guru. Mereka merasa tidak puas dengan ukuran lauk pauk yang terlalu kecil dalam nasi kotak kemudian makanan yang diberikan sering sama dari sekian kali pemesanan. Nasi kotak yang disajikan susunannya sudah berantakan/tidak beraturan lagi sampai di tangan konsumen.

Kemudian terdapat juga ketidakpuasan pelanggan pada jamuan makan prasmanan di pesta perkawinan. Mereka mengatakan bahwa pelayanannya kurang memuaskan karena pelayannya kurang cekatan dan kurang cepat dalam melayani tamu. Semua hal tersebut diatas dikhawatirkan akan berpengaruh buruk terhadap kepuasan pelanggan.

Disini dapat dikaji lebih jauh bagaimana catering SMK N 9 Padang dalam menetapkan ukuran standar makanan dan memvariasikan makanan yang dijual. Apakah makanan tersebut sudah mempunyai resep standar atau belum, kemudian bagaimana pemilihan transportasi yang digunakan untuk mendistribusikan makanan sehingga susunan makanan tidak beraturan sampai ditangan konsumen. Bagaimana pula pelatihan yang diberikan kepada siswa tentang sistem pelayanan. Kalau kejadian serupa sering terjadi, diperkirakan satu-persatu pelanggan catering akan berkurang dan pindah ke catering lain. Padahal catering SMK N 9 Padang ini sudah mempunyai cukup banyak pelanggan dan sudah dikenal masyarakat.

Dalam menjalankan usaha memang memerlukan beberapa ketekunan dan keuletan untuk mengelola usaha tersebut. Hal itu sangat berkaitan erat dengan manajemennya, jikalau manajemennya sudah baik tentunya akan mudah tercapai sesuai dengan tujuan produksi yang diinginkan dan unit produksi akan bertahan lama.

Kalau dilihat dengan kasat mata, hal penting yang berhubungan langsung dengan konsumen dalam manajemen catering adalah menu/makanan. Makanan merupakan ujung tombak dalam suatu catering disamping hal-hal lain yang menunjang kelancaran catering. Kualitas dari makanan berperanan penting dalam kepuasan pelanggan/konsumen. Sesuai dengan pendapat Tony Irawan, (2002:72) bahwa “Kualitas suatu produk adalah sederajat sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya,

kualitas makanan sebagian besar ditentukan juga dari tingkat kebutuhan konsumen akan sebuah produk". Maka dari itu perlu adanya pengelolaan yang baik. Pengelolaan Unit Produksi perlu dilakukan sebagaimana tuntutan dari para pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan dapat menikmati makanan yang disajikan.

Berdasarkan permasalahan di atas kalau dibiarkan berlanjut, dikawatirkan perkembangan usaha catering SMK N 9 Padang ini akan terganggu. Maka perlu dilakukan penelitian tentang seberapa besar kontribusi kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang, dan penulis tertarik untuk meneliti dan penulis tuangkan dalam skripsi yang berjudul **"Kontribusi Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Catering SMK N 9 Padang"**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas maka masalah-masalah penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Masih kurangnya variasi makanan yang terdiri dari rasa, warna, tekstur, dan bahan.
2. Susunan makanan yang diberikan sering sama (monoton) dari sekian kali pemesanan.
3. Belum teraplikasinya ukuran standar untuk porsi makanan terutama lauk pauk.
4. Penanganan pengemasan yang kurang rapi sehingga terdapat makanan

yang sudah berantakan/tidak beraturan lagi sampai di tangan konsumen.

5. Pelayanan yang kurang memuaskan pada saat jamuan makan prasmanan yaitu pelayan yang kurang cekatan dan kurang terlatih.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti yakni hal yang dianggap bermasalah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas makanannya.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut : Bagaimanakah kontribusi kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang?

E. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mendeskripsikan tentang kualitas makanan catering SMK N 9 Padang.
2. Mendeskripsikan tentang kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang.
3. Menganalisis seberapa besar kontribusi kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang.

F. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Pihak sekolah (kepala sekolah, ketua jurusan, dan guru pengelola) khususnya Catering SMK N 9 Padang dalam meningkatkan lagi usahanya, terutama dalam bidang variasi makanannya.
2. Siswa-siswi SMK N 9 Padang sebagai pelaksana catering untuk meningkatkan keterampilan di dalam mengelola catering agar bisa bersaing di dunia industri nantinya
3. Menambah ilmu pengetahuan penulis dalam bidang karya ilmiah dan sebagai referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lanjutan.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Catering

Catering merupakan salah satu mata pelajaran dan juga kegiatan ko dan ekstra kurikuler di jurusan Tata Boga SMK N 9 Padang. Catering yang ada pada SMK N 9 Padang ini yaitu jenis Out Side Catering. Menurut Ari Fadiati (1988: 78) "Out Side Catering adalah Catering yang menerima pesanan makanan, dimana lokasi penyajiannya berbeda dengan tempat pengolahannya, lokasi penyajian berbeda tergantung pada permintaan pelanggan dan pelanggan dapat meminta apakah dilengkapi dengan pelayanan atau tidak".

Sedangkan pengertian dari catering itu sendiri menurut pendapat Ari Fadiati (1988: 1): Catering berasal dari kata kerja to carter yang dalam terjemahannya berarti "menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman untuk umum ". Catering adalah suatu usaha jasa boga yang memberikan jasa pelayanan terhadap pemesanan makanan dan minuman untuk jamuan makan.

Catering SMK N 9 Padang mulai dipublikasikan kepada masyarakat pada awal tahun 2000 an, sebelumnya hanya merupakan mata pelajaran dan kegiatan ekstrakurikuler di jurusan tata boga, kemudian mulai berkembang dan mempunyai banyak pelanggan pada tahun 2005. Catering SMK N 9 Padang beberapa tahun terakhir ini dipercaya untuk menangani makanan

jamaah haji kota Padang.

Pelanggan yang menggunakan jasa Catering SMK N 9 Padang dapat dibagi dalam 3 kategori pelanggan yaitu :

1. Jamaah haji, dalam hal ini catering SMK 9 Padang bekerjasama dengan ACS (aero catering service). Catering ini telah 3 kali haji mendapat kepercayaan untuk mengelola makanan jamaah haji khusus untuk Sumbar. Orang yang menikmati makanan catering ini lebih dari 1.000 orang tiap tahunnya.
2. Instansi

Instansi yang memesan kepada catering ini terdiri dari kantor pemerintahan, sekolah dan hotel. Instansi ini merupakan pelanggan tetap catering, setiap ada acara selalu menggunakan jasa catering SMK N 9 Padang. Adapun instansi yang menggunakan jasa catering ini pada tahun 2008 adalah:

- a. Kantor Satpol PP Padang
- b. Kantor BALITBANG (Badan Penelitian dan Pengembangan)
- c. Kantor Dinas Pendidikan Kota Padang
- d. Kantor BAPPEDA
- e. Sekolah Don Bosco
- f. Hotel Ambacang
- g. Bank Danamon
- h. Hotel Pengiran City

- i. Gareja Katedral
- j. Kantor Dinas Sosial Kota Padang

Pada tahun 2009 terjadi pengurangan pelanggan yaitu Hotel Pangeran City dan Kantor Dinas Sosial Kota Padang. Kedua instansi tersebut tidak menggunakan jasa catering SMK N 9 Padang lagi.

3. Pesta (pernikahan dan akikah)

Pelanggan pesta biasanya hanya memesan satu kali pesanan. Pelanggan yang memesan pada tahun 2008 adalah 21 pesta, kemudian pada tahun 2009 sebanyak 11 pesta.

Menurut Ari Fadiati (1988) macam-macam catering dibagi atas 3 bagian yaitu: 1. Ditinjau dari segi keuntungan, 2. Ditinjau dari segi tempat usahanya, 3. Ditinjau dari pelayanannya. Sementara Departemen Kesehatan telah menetukan pula penggolongan usaha jasa Catering di dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor: 712/Menkes/Per/X/1986 tanggal 6 Oktober 1989 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 catering 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 internasional.

Dalam penelitian ini catering yang diteliti termasuk pada usaha jasa boga golongan B. Sesuai dengan peraturan DEPKES RI 1986 kriteria jasa boga golongan B adalah usaha yang melayani khusus untuk asrama, pengeboran lepas pantai, perusahaan serta angkutan umum dalam negeri, dengan pengolahan yang menggunakan dapur khusus dan mempekerjakan tenaga kerja. Selain dari itu jasa boga golongan B harus memenuhi persyaratan khusus seperti berikut:

- a. Halaman harus ada pembuangan air kotor yang dilengkapi dengan penangkapan lemak sebelum dialihkan ke *septictank*.
- b. Lantai dan dinding tidak terdapat sudut mati, agar mudah dibersihkan.
- c. Pengutaraan ruangan, harus memiliki kantor dan ruang untuk belajar yang terpisah dari ruangan pengolahan makanan.
- d. Ventilasi untuk pembuangan asap dapur dilengkapi dengan penangkap asap dan ceobong asap.
- e. Fasilitas pencucian peralatan dan bahan makanan, dan peralatan dibebas hamakan dengan larutan kaporit.
- f. Tempat cuci tangan harus ada disetiap ruangan pengolahan yang diletakkan dekat pintu.
- g. Ruangan pengolahan makanan harus terpisah dari ruangan penyimpanan bahan makanan mentah dan tersedia lemari penyimpanan yang mencapai

suhu -10° C sampai -5° C dengan kapasitas yang memadai dengan jenis makanan yang digunakan.

B. Kualitas Makanan

Dalam menentukan dan menjual makanan pada konsumen maka harus diperhatikan kualitas makanannya agar dapat memenuhi harapan konsumen. Berbagai macam definisi mengenai kualitas suatu produk diantaranya seperti yang dinyatakan Heizer & Render dalam Tony Irawan, (2002:72) bahwa “Kualitas suatu produk adalah sederajat sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya, kualitas makanan sebagian besar ditentukan juga dari tingkat kebutuhan konsumen akan sebuah produk”.

Kualitas/mutu didefinisikan *“qualit is the extent to which products meet the requirements of people who use them”* (suatu produk dikatakan berkualitas bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya), Mountgomery dalam Sukamto, (2006:167). Kualitas produk dapat dibedakan menjadi dua yaitu kualitas desain dan kualitas kecocokan. Kualitas desain mencerminkan apakah suatu produk atau jasa memiliki suatu penampilan atau penampakan yang dimaksud, sedangkan kualitas kecocokan mencerminkan seberapa jauh produk atau jasa benar-benar cocok atau sesuai dengan maksus desain.

Kualitas suatu produk menunjukkan identitas dari produk tersebut. Secara spesifik kualitas 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).

Menurut Zaidan dalam Yulastri, (2005:85) makanan didefinisikan: “Segala sesuatu yang dapat dimakan dan diminum berkhasiat bagi tubuh baik dalam bentuk makanan pokok seperti beras atau nasi, buah-buahan, kue-kue, atau pengangan serta berbagai jenis minuman”.

Maka dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa makanan berkualitas adalah apabila setiap konsumen atau kostumer merasa terpenuhi kebutuhannya dengan makanan dan minuman yang dikonsumsinya, dengan sifat organoleptik baik makanan pokok, lauk pauk, sayuran, buah-buahan, kue-kue pengangan serta berbagai jenis minuman. Karakteristik kualitas barang adalah segala sesuatu pada bahan yang langsung mempengaruhi nilai pemuas atau nilai manfaatnya. Karakteristik kualitas terdiri dari unsur-unsur kualitas yang terlihat dan tersembunyi, atau yang dapat diukur dan tidak dapat diukur.

Soesarsono (1994:28) menyatakan :”Unsur-unsur kualitas dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu sifat-sifat kualitas, parameter kualitas, dan faktor kualitas. Tidak semua sifat-sifat atau faktor-faktor kualitas tersebut dipergunakan sebagai kriteria kualitas untuk menyatakan standar kualitas 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 kualitas 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 kualitas yang penting, karena kegunaan atau keragaan dari komoditi itu ditentukan oleh sifat-sifat bahan. Menurut Soesarsono (1994:28):"Sifat-sifat bahan dapat digolongkan ke dalam sifat fisik, kimiawi, dan organoleptik. Masing-masing kelompok sifat tersebut tidak sama bobotnya dalam penentuan kualitas barang, hal ini tergantung pada jenis dan kegunaannya".

Namun yang menjadi sifat utama dalam menentukan kualitas makanan adalah sifat organoleptik. Sesuai dengan yang dinyatakan Soesarsono (1994:31):"Pengujian secara organoleptik adalah pengujian bahan secara subjektif dengan pertolongan panca indera manusia, pada umumnya uji organoleptik atau disebut juga pengujian secara "*sensory evolution*" didasarkan atas indera penglihat, pembau, pencicip, peraba, dan pendengar". Sifat organoleptik bahan adalah sifat-sifat yang dapat ditangkap oleh indera manusia, karena itu disebut juga sifat-sifat inderawi. Manusia mempunyai lima 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:

1. Indera penglihatan: penampakan makanan

Untuk mengukur kualitas makanan, faktor yang dapat dilihat dengan indera penglihatan adalah penampakan makanan seperti : bentuk makanan, warna makanan, ukuran dan potongan dari makanan serta hygiene sanitasi makanan dan juga kemasan dari makanan tersebut. Hal ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Bentuk makanan

Menurut Sjahmien Moehyi (1992:95): "Untuk membuat makanan menjadi lebih menarik biasanya disajikan dalam bentuk-bentuk tertentu, bentuk makanan waktu disajikan dapat dibedakan menjadi beberapa macam bentuk :

- 1) 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.
- 2) Bentuk yang menyerupai bentuk asli, tetapi bukan merupakan bahan makanan yang utuh. Ayam kodok misalnya dibuat menyerupai ayam asli.
- 3) Bentuk yang diperoleh dengan cara memotong bahan makanan dengan teknik tertentu atau mengiris bahan makanan dengan cara tertentu.
- 4) Bentuk sajian khusus seperti bentuk sajian nasi tumpeng atau bentuk lainnya yang khas.

Karena itu bentuk yang utuh pada makanan memegang peranan penting dalam menarik selera dan tidak ada hidangan yang di sajikan

dengan bentuk dan cara yang sama. Bentuk makanan yang serasi akan memberikan daya tarik tersendiri bagi setiap makanan yang disajikan.

b. Aspek dan kombinasi warna.

Menurut Sjahmien Moehyi (1992:94):"Betapapun lezatnya makanan, apabila penampilannya tidak menarik waktu disajikan akan mengakibatkan selera orang yang akan memakannya menjadi hilang, warna memegang peranan utama dalam penampilan makanan".

Warna dan kombinasi warna pada makanan sangat penting untuk menarik selera, penilaian ini dilakukan dengan cara pengamatan menggunakan indera mata. Warna hidangan yang disajikan sangat berpengaruh pada saat mengolah dan menggarnish hidangan tersebut dan perlu diperhatikan jangan sampai ada pengulangan warna dan bahan yang sama, ataupun pemakaian warna yang kontras.

Kadang -kadang untuk mendapatkan warna yang diinginkan digunakan zat pewarna yang berasal dari berbagai bahan alami seperti daun-daun, dan zat warna sintetis yang dapat dibeli di warung. Sedapat mungkin hindari pemakaian zat warna sintetis karena akan membahayakan kesehatan. Departemen Kesehatan telah menetapkan jenis zat warna yang boleh digunakan untuk memberi warna makanan dan minuman yang dimuat dalam Peraturan Menteri Kesehatan No.11332/A/SK/73.

c. Ukuran dan potongan

Menurut Soesarsono (1994:8):"Ukuran bahan makanan merupakan faktor mutu yang kelihatannya nyata, dan biasanya dapat diukur serta diawasi dengan mudah karena pada umumnya seluruh permukaan bahan kelihatannya 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, misalnya : pada hidangan utama yang berupa masakan daging. Dalam penyajiannya bentuk irisan daging harus diusahakan tidak sama dengan irisan hidangan pendamping seperti kentang, buncis, wortel dll.

d. Hygiene dan sanitasi makanan

Makanan merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia guna kelangsungan hidupnya. Makanan perlu mendapat perhatian baik dari segi nilai, kemurnian, maupun kebersihannya. Menurut Nyoman (1994 : 1) menyatakan bahwa : "Food hygiene adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana menghindari makanan tersebut agar tidak mengandung bakteri/racun yang menyebabkan seseorang menjadi sakit".

Makanan aman diartikan makanan yang terbebas dari zat atau bahan yang berbahaya bagi kesehatan tubuh. Menurut pendapat Sjahmien Moehyi (1999:121) 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 mikroorganisme 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) Penyedian lemari es
- d) Pemanasan makanan yang harus dimakna dalam keadaan panas
- e) Penyimpanan makanan jadi tidak terlalu lama

e. Kemasan

Kemasan merupakan peranan penting untuk melindungi kondisi produk makanan. Dengan adanya pengemasan dapat membantu mencegah atau mengurangi terjadinya kerusakan pada bahan makanan. Kerusakan bahan makanan terjadi dapat berlangsung

secara spontan yang diakibatkan oleh pengaruh lingkungan luar dan pengaruh kemasan yang digunakan.

Menurut Baidar (1991:65) "Pada prinsipnya kemasan dapat berfungsi untuk membatasi bahan makanan dengan lingkungan luar sekitarnya serta mencegah atau menghambat proses yang mengakibatkan kerusakan selama penyimpanan "

Dalam pengemasan terdapat 2 jenis wadah yaitu wadah utama atau wadah yang berhubungan langsung dengan makanan dan yang kedua yaitu wadah yang tidak langsung berhubungan dengan makanan seperti : plastik, kaleng, botol, kertas, dan plastik.

Adapun fungsi kemasan menurut K.A. Buckle (1987:179) adalah :

- 1) Harus dapat mempertahankan produk agar bersih dan memberikan perlindungan terhadap kotoran dan pencemaran lainnya.
- 2) Harus memberikan perlindungan pada bahan pangan terhadap kerusakan fisik, air, oksigen dan sinar matahari.
- 3) Harus berfungsi secara benar, efisien dan ekonomis dalam proses pengepakan yaitu selama pemasukan bahan pangan kedalam kemasan.
- 4) Harus mempunyai suatu tingkatan kemudahan untuk membentuk keamanan, namun bukan saja memberikan kemudahan terhadap konsumen tetapi juga mempermudah pada tahap pengangkutan untuk distribusi.
- 5) Harus memberi pengenalan, keterangan dan daya tarik penjualan, kemasan yang menarik terdiri dari : kemasan rapi, label nama/merek kemasan, tanggal pridiuksi, komposisi bahan dan kadaluarsa.

Dikalangan industri seperti catering dikenal berbagai macam jenis kemasan produk antara lain :

- a) Jenis bungkus yang umumnya terdiri dari daun, kertas dan

plastik.

- b) Jenis wadah yang umumnya terdiri dari gelas, kotak karton, kotak plastik, botol dan kaleng.

2. Indera peraba: konsistensi makanan

Untuk mengukur kualitas makanan, faktor yang dapat dirasakan dengan indera peraba adalah konsistensi makanan yaitu meliputi tekstur/keras lunaknya makanan tersebut, temperatur dan suhu makanan dan bisa menentukan makanan yang berkuah atau makanan yang kering.

Hal ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Tekstur/keras-lunaknya makanan

Gabungan hidangan yang serasi antara yang lunak dengan yang garing, berlemak dengan yang segar. Tekstur makanan ialah makanan yang dihidangkan dapat diukur kekerasan/lunaknya dan kematangan dari makanan tersebut menggunakan alat indera peraba. Menurut Sjahmien Moehyi (1992:95) “Tekstur makanan juga merupakan komponen yang turut menentukan cita rasa makanan kerena sensitivitas indera cita rasa dipengaruhi oleh tekstur makanan, makanan yang bertekstur padat akan memberikan rangsang yang lebih lambat terhadap indera”.

Tekstur makanan juga mempengaruhi penampilan makanan yang dihidangkan. Untuk bahan sayuran hendaknya jangan terlalu lama dalam mengolahnya sebab dapat menyebabkan tekturnya terlalu

lunak, sehingga dapat mengurangi selera dalam mengkonsumsinya. Cara memasak, lama waktu memasak makanan akan menentukan pula tekstur makanan.

b. Temperatur dan suhu makanan

Temperatur dan suhu makanan dapat dirasakan dengan alat indera peraba. Di dalam menyajikan makanan, harus diperhatikan mana makanan yang disajikan panas dan mana makanan yang disajikan dingin. Tujuannya adalah agar makanan yang dihidangkan tidak berubah konsistensinya dan tidak menghilangkan nafsu makan.

Sesuai dengan pendapat Sjahmien Moehyi (1992:103):"Temperatur makanan waktu disajikan memegang peranan dalam penentuan cita rasa makanan, namun makanan yang terlalu panas atau terlalu dingin akan sangat mengurangi sensitivitas saraf pengecap terhadap rasa makanan".

c. Makanan berkuah/kering

Dalam usaha jasa boga, kita mengenal adanya susunan hidangan atau disebut juga dengan menu. Menu yang akan disajikan kepada pelanggan hendaknya dapat memuaskan pelanggan, untuk itu harus diperhatikan kombinasi dari susunan hidangan yang akan disajikan tersebut. Kombinasi antara makanan yang berkuah dan jenis makanan yang kering sangat penting agar susunan hidangan yang

disajikan tidak monoton dan membosankan para pelanggan. Contoh ayam bakar dikombinasikan dengan gulai kapau dalam nasi kotak merupakan kombinasi yang pas antara jenis makanan yang kering dengan makanan yang kerkuah.

3. Indera pengecap/pencicip: rasa

Cicip (*taste*) merupakan hasil ransangan 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 putting pencicip hanya dapat menerima ransangan berupa cairan kimia. Jadi makanan yang bersifat dapat larut yang dapat menimbulkan cicip/ putting pencicip manusia hanya dapat membedakan empat pencicip dasar, yaitu manis, asin, asam, dan pahit.

Hal tersebut diatas sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sjahmien Moehyi (1992:98) bahwa:

“Lokasi kepekaan empat cicip dasar itu pada lidah berbeda-beda, yaitu manis dapat dirasakan dengan ujung lidah, rasa asin dirasakan pada ujung dan pinggir lidah, rasa asam pada pinggir lidah, dan rasa pahit pada pangkal lidah. Namun kesemua itu merupakan produksi dari indera pengecap/pencicip yaitu bermacam-macam rasa”.

Rasa (*flavour*) makanan yang dikenal sehari-hari sebenarnya bukanlah merupakan hasil dari suatu tanggapan 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 ransangan berupa zat-zat kimia yang merangsang ujung-ujung syaraf sensorik trigeminus pada daerah rongga mulut.

Dari bermacam-macam rasa tersebutlah kita bisa menikmati makanan yang beraneka macam rasa, kombinasi antara rasa tersebut yang menjadikan suatu makanan enak atau tidak enak. Rasa dari makanan juga dipengaruhi oleh bahan yang dikandung/digunakan dalam proses pembuatan makanan tersebut. Penilaian terhadap rasa makanan dilakukan pada saat pengolahan, makanan perlu dicoba terlebih dahulu. Misalnya rasa manis, asam dan asin.

4. Indera pembau/penciuman: aroma

Alat indera ini berfungsi untuk mendekripsi aroma. Aroma suatu masakan sangat menunjang penampilan makanan, karena pada saat konsumen mencium bau makanan tersebut dan dapat merangsang konsumen untuk menikmatinya. Menurut Sjahmien (1992:99):"Timbulnya aroma makanan disebabkan oleh terbentuknya suatu senyawa yang mudah menguap, terbentuknya senyawa yang mudah menguap itu dapat sebagai akibat reaksi karena pekerjaan enzim, tetapi dapat juga terbentuk tanpa terjadi reaksi enzim".

Aroma yang dikeluarkan oleh setiap makanan berbeda-beda. Aroma masakan yang kuat dikombinasikan dengan makanan yang beraroma lemah akan menjadikan suatu makanan yang beraroma kompleks. Salah

satu golongan makanan atau masakan yang mengandung Glukosa seperti kol dikombinasikan dengan bahan-bahan segar agar aroma yang dihasilkan dapat membangkitkan selera. Alat indera ini dapat membedakan mana aroma makanan yang normal atau tidak, aroma bumbu makanan yang kuat, atau makanan yang beraroma basi.

5. Indera pendengar (audio): bunyi makanan

Untuk alat indera pendengar sebagai salah satu sifat organoleptik yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kualitas makanan dalam hal ini memang tidak begitu berperanan penting karena alat indera pendengar hanya dibutuhkan untuk mendengar bunyi jenis-jenis makanan tertentu seperti pada kerupuk dan keripik.

Sifat organoleptik di atas memiliki peranan yang penting dalam penerimaan suatu makanan. Parameter kualitas adalah besaran yang mencirikan beberapa sifat kualitas 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 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 kualitas makanan ialah penampakan makanan, konsistensi makanan kemudian disusul aroma/ bau dan rasa dari makanan tersebut.

C. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan masalah perseorangan, tergantung pada kebutuhan individual yang ingin dipuaskan. Sedangkan kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan /pemakai jasa dalam menikmati produk. Secara harfiah, kepuasan pelanggan dapat diartikan “ Sebagai suatu keadaan dalam diri seseorang yang merasa puas, lega, dan senang karena situasi dan kondisi yang dapat memenuhi keinginan, kebutuhan, harapan atau ambisinya” (Sundalanggi 1990:41)

Menurut Oliver (1997:68) kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa Latin "statis" (artinya cukup baik, memadai) dan facio (melakukan atau membuat). Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi pembeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan, maka yang terjadi adalah

kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan tersebut dapat diartikan sebagai berikut: "Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya".

Ada beberapa teori yang digunakan untuk melihat kepuasan pelanggan, menurut Harzberz (dalam Sundalanggi, 1999:42) terdapat tiga teori yang menjelaskan tentang kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Teori kesenjangan mengukur kepuasan dengan menghitung selisih antara apa yang menurut seseorang seharusnya, ternyata berbeda dengan yang dialaminya. Dia akan merasa puas, jika tidak ada perbedaan antara yang diinginkan menurut persepsinya dengan kenyataan. Semakin sedikit apa yang diinginkan dapat dipenuhi, maka semakin besar pula rasa ketidakpuasan seseorang terhadap produsen tersebut.
- b. Teori keadilan prinsip dengan membandingkan diri pelanggan itu sendiri dengan pelanggan lainnya, adilkah atau tidakkah perhatian antara dirinya dengan pelanggan lainnya yang setingkat.
- c. Teori dua factor yang merupakan suatu pencegah agar pelanggan tidak merasa senang, dua factor maksudnya adalah dengan cara Hygiene dan Motivasi. Hygiene tidak dilakukan langsung dengan pelanggan, sedangkan Motivasi dilakukan langsung pada pelanggan.

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

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

Dari sekian banyak pendapat dan teori tentang kepuasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan itu sangat tergantung pada berbagai faktor, diantaranya: kedisiplinan, ketepatan pemenuhan pesanan kepada pelanggan, kualitas dan corak. Para pelanggan mempunyai kadar kepuasan yang berbeda-beda, tergantung pada besar kecilnya selisih antara harapan dari pelanggan itu dengan produksi yang diperoleh dari produsen.

2. Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut

(Band, 1991). Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut (Mowen, 1995).

Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 1996). Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain.

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Kotler, 1997). Dengan demikian, harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi pada jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembelian dahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Menurut Tjiptono (1997:24) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan ditunjukkan dengan adanya respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Supaya kadar kepuasan pelanggan meningkat setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa catering yang digunakan, maka perlu dipertimbangkan hal –hal yang menyangkut dengan apa saja yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Menurut Nandi Irawan (2004:123) ada beberapa faktor pendorong kepuasan pelanggan 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 paling tidak ada 6 elemen dari kualitas produk, *yaitu performance, durability, feature, reliability, consistency, dan design.*

- 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 arom dan rasa makanan. Selanjutnya penggunaan alat hidang dan kerapian 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* (konsisten) 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/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.

c. *Service quality*

Service quality sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Seperti halnya kualitas produk, kualitas pelayanan ini pun juga mempunyai banyak dimensi. Salah satu konsep service yang populer adalah *service quality*. Berdasarkan konsep ini, *Service Quality* diyakini mempunyai 5 dimensi yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*.

d. *Emotional factor*

Timbulnya rasa bangga, rasa percaya diri merupakan *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.

e. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Suatu usaha jasa boga perlu mengetahui apakah usaha yang dilakukan disukai dan diterima oleh konsumen. Untuk mengetahui apakah terdapat kepuasan terhadap apa yang telah disuguhkan tersebut perlu dilakukan suatu cara untuk mengetahuinya.

Ada beberapa metoda yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur atau memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Dalam hal ini Sumpramto (2001:54) menjelaskan empat metoda untuk

mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya yang menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Berdasarkan karakteristiknya, metode ini besifat pasif, karena perusahan menunggu inisiatif pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau pendapat. Oleh karenanya sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidaksukaan pelanggan melalui cara ini.

b. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan pengguna jasa/produk perusahaan. Berdasarkan pengalaman tersebut mereka kemudian diminta melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan-kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

c. *Lost Costumer Analysis*

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi pelanggannya yang

telah berhenti membeli atau pindah ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi. Kesulitan dalam penerapan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

Apabila pelanggan telah merasa puas dengan apa yang didapatkannya terhadap suatu produk atau jasa, maka akan tercipta suatu pelanggan yang loyal. Menurut Dick & Basu, loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian yang konsisten. Namun loyalitas pelanggan ini sering dihubungkan dengan loyalitas merek. Ada dua perspektif, yaitu perseptif prilaku dan perspektif sikap.

1. Perspektif prilaku

Di sini loyalitas merek diartikan sebagai pembelian ulang terhadap suatu merek oleh pelanggan secara konsisten.

2. Perspektif sikap

Di sini pembelian ulang tidak dapat menjelaskan apakah konsumen benar-benar lebih menyukai merek tertentu dibandingkan dengan merek lain atau karena berada dalam situasi dipengaruhi oleh aspek lain. Oleh karena itu, dalam pengukuran loyalitas merek, sikap pelanggan terhadap merek tersebut juga harus diteliti. Bila sikap pelanggan lebih positif terhadap merek tertentu dibandingkan dengan merek lain, maka dikatakan loyal terhadap merek tersebut.

4. Jenis - Jenis Pelanggan

Setiap orang adalah pelanggan, pelanggan adalah setiap orang, unit atau pihak dengan siapa kita bertransaksi, baik langsung maupun tidak langsung dalam penyediaan produk. Pada dasarnya ada dua jenis pelanggan, yaitu Pelanggan Eksternal dan Pelanggan Internal. (Diposkan oleh Lea di [19:42, www.pelanggan.com](http://19.42/www.pelanggan.com))

a. Pelanggan Eksternal.

Pelanggan eksternal adalah orang diluar industri yang menerima suatu produk (end-user). Pelanggan eksternal setiap industri jelas adalah masyarakat umum yang menerima produk industri tersebut. Beberapa hal yang diperlukan pelanggan eksternal adalah:

- 1) Kesesuaian dengan kebutuhan akan produk
- 2) Harga yang kompetitif
- 3) Kualitas dan realibilitas

- 4) Pengiriman yang tepat waktu dan
- 5) Pelayanan purna jual.

Hasil studi di Amerika menunjukkan bahwa Pelanggan Eksternal :

- a) 90 % Pelanggan yang tidak puas tidak akan membeli lagi produk sebelumnya.
- b) Setiap pelanggan yang tidak puas akan menceritakan kepada paling sedikit 9 orang lain.
- c) Waktu usaha, tenaga dan uang yang diperlukan untuk menarik seseorang pelanggan baru 5 kali lebih banyak dari pada untuk mempertahankan seorang pelanggan lama.
- d) Setiap pelanggan yang puas akan menceritakannya kepada paling sedikit 5 orang lainnya, yang sebagian diantaranya dapat menjadi pelanggan.

Hasil Studi “ National Productivity Board” di Singapura menunjukkan

- a) 77 % responden menyatakan tidak akan kembali jika mendapatkan pelayanan yang buruk di restoran, pusat perbelanjaan atau “sevice counter”
- b) 55 % responden menyatakan akan memberitahukan kepada teman mereka agar tidak belanja atau pergi ketempat tersebut.

b. Pelanggan Internal.

Pelanggan internal adalah orang yang melakukan proses selanjutnya dari suatu pekerjaan (“next process”) Pelanggan internal merupakan seluruh karyawan dari suatu industri. Yang diperlukan pelanggan internal adalah:

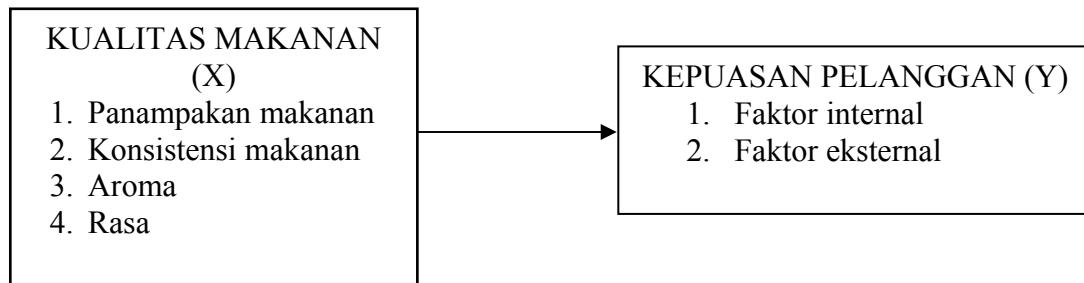
- 1) Kerja kelompok dan kerjasama,
- 2) Struktur dan sistem yang efisien,
- 3) Pekerjaan yang berkualitas dan
- 4) Pengiriman yang tepat waktu

Pelanggan Internal pada umumnya, bila karyawan sebagai pelanggan internal tidak puas maka kesalahan yang dibuat akan bertambah, kualitas produk menurun dan biaya industri meningkat. Jika suatu proses produksi telah menyimpang sejak awal, berapa banyak biaya yang harus ditambahkan untuk perbaikan atau penggantian.

D. Kerangka Konseptual

Berdasarkan galian teori yang telah diuraikan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah menu. Semakin baik menu yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu catering. Dalam penelitian ini menu sebagai variabel bebas (X) diduga berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini :

Kerangka Konseptual Dari Kedua Faktor di Atas Adalah :



Gambar 1. Hubungan Antara Variabel Penelitian

E. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka berfikir di atas, maka hipotesis yang diuji dalam penelitian ini sebagai berikut :

H0 : Tidak terdapat kontribusi kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang.

Ha : Terdapat kontribusi kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang.

Kemudian peneliti melihat seberapa besar kontribusi kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis data tentang variabel kualitas makanan catering SMK N 9 Padang menunjukkan responden terbanyak yaitu pernyataan responden 37,2% berada pada kategori **rendah**.
2. Hasil analisis data tentang variabel kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang menunjukkan responden terbanyak yaitu 27,2% responden masuk pada kategori **rendah**.
3. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang dengan perolehan sebesar 0.612 arti dari 0.612 menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang.
4. Kontribusi variabel kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang hasilnya diperoleh nilai 37,45% artinya sebesar 37,45% kualitas makanan memberi kontribusi/sumbangannya terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang sedangkan sisanya 62,55% dipengaruhi atau disebabkan oleh faktor lain, baik faktor dari dalam maupun faktor yang berasal dari luar .

B. Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh tentang kontribusi kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan catering SMK N 9 Padang antara lain sebagai berikut:

1. Kepada kepala sekolah, ketua jurusan dan guru-guru yang mengelola/kordinator catering SMK N 9 Padang agar lebih memperhatikan lagi keluhan, masukan dari pelanggan yang bersifat membuat perbaikan/membangun demi kesuksesan catering SMK N 9 Padang dan menerima penelitian ini sebagai masukan yang berarti.
2. Kepada siswa dan semua pihak yang ikut serta mengelola dan mengolah makanan agar lebih variatif untuk memvariasikan makanan baik dari segi rasanya, warnanya, teksturnya dan kombinasi bahan yang digunakan.
3. Kepada pengelola catering agar meningkatkan pelayanan atau service seperti kenyamanan pelayanan (komunikasi, keramahan dan kesopanan) terhadap para pelanggan agar pelanggan merasa puas .
4. Hendaknya pengelola catering lebih memperhatikan lagi segi eksternal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti diantaranya: kesesuaian produk dengan kebutuhan para pelanggan, harga yang kompetitif, pengawasan dan pengiriman makanan yang tepat waktu.
5. Kepada pengelola catering agar dalam mengolah makanan lebih cekatan dan profesional dalam bekerja sehingga hasil yang didapatkan bisa maksimal, pelanggan merasa puas dan bisa bersaing di dunia industri.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Lukman. (1997). **Kamus Bahasa Indonesia**. Jakarta : Balai pustaka.

Ari, Fadiati.(1988). **Pengelolaan Usaha Boga (Manajemen Catering)**. Jakarta: Depdikbud.

Ari tonang.(2005). **Kepuasan Pelanggan**:Jakarta :Gramedia Pustaka Utama.

Arikunto, Suharsimi. (1998). **Manajemen Penelitian**. Jakarta : Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. (1992). **Prosedur Penelitian**. Jakarta : Rineka Cipta.

Astawan, M. S.(2004). **Gizi dan Diet Masa Kini**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Buckle, K.A. Ridward (1998). **Ilmu Pang. Jakarta**: Universitas Indonesia.

Bartono. (2005). **Analisis Food Produck**. Yogyakarta :Andi.

Darmayanti. (2001). **Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Restoran Siap Saji**.
Tesis Fakultas Ekonomi: UI Jakarta.

Entjang, Indan. (1993). **Ilmu Kesehatan Masyarakat**. Bandung : Citra Aditya Bakti

Fandy Tjiptono. (2001). **Manajemen Jasa**. Yogyakarta : Andi.

Herlina. (2001). **Perencanaan Menu Makan Pasien**. Bandung : Bakti Husada.

Husaini, Usman. (1995). **Pengantar Statistik**. Yogyakarta: Bumi Aksara.

J. Harzberz, Gogwin, W. (1993). **Learning and Human, Abilities, Educational Psychology**. New York.

Kotler Philip, Gary Armstrong. (2001). **Marketing management**. Analysus planing: New Jersey

Lubis, Syahron. (2001). **Kumpulan Bahan Kuliah Metodologi Penelitian**. FT : Padang.

Lea, “**Cerdas Cermat, Management**”, www.pelanggan.com, diupload: 12 Maret 2009, 19:42.

Moehyi, Sjahmien. (1992). **Penyelenggaraan Makanan Institusi Dan Jasa Boga**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Oliver, Ridhard L.(1999). **When Consumer Loyalty?** Journal of marketing vol 63.