

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Sistem Penyelenggaraan Makanan Institusi

1. Definisi Sistem Penyelenggaraan Makanan Institusi

Makanan merupakan salah satu kebutuhan utama manusia. Oleh karena itu, penyelenggaraan makanan merupakan suatu keharusan, baik di lingkungan keluarga maupun di luar lingkungan keluarga. Penyelenggaraan Makanan Institusi (SPMI) adalah penyelenggaraan makanan yang dilakukan dalam jumlah besar atau massal. Batasan mengenai jumlah makanan yang diselenggarakan di setiap negara bermacam-macam, sesuai dengan kesepakatan masing-masing. Di Inggris dianggap penyelenggaraan makanan banyak apabila memproduksi 1000 porsi perhari, dan di Jepang 3000 – 5000 porsi sehari. Sedangkan di Indonesia penyelenggaraan makanan banyak atau massal yang digunakan adalah bila penyelenggaraan lebih dari 50 porsi sekali pengolahan. Sehingga apabila dalam sehari 3 kali makan, maka jumlah porsi yang diselenggarakan adalah 150 porsi sehari (Bakri & Intiyati, 2017).

Penyelenggaraan makanan adalah rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan menu sampai dengan pendistribusian makanan kepada konsumen dalam rangka mencapai status kesehatan yang optimal melalui pemberian makanan yang tepat dan termasuk kegiatan pencatatan, pelaporan, dan evaluasi (Dep Kes, 2003). Penyelenggaraan makanan institusi dapat dijadikan sebagai sarana untuk meningkatkan keadaan gizi konsumennya apabila institusi tersebut dapat menyediakan makanan yang memenuhi prinsip-prinsip dasar penyelenggaraan makanan institusi, prinsip-prinsip itu antara lain:

1. Makanan harus memenuhi kebutuhan gizi konsumen.
2. Memenuhi syarat higiene dan sanitasi.
3. Peralatan dan fasilitas memadai dan layak digunakan.
4. Memenuhi selera dan kepuasan konsumen.

5. Harga makanan dapat dijangkau konsumen.

Untuk dapat memenuhi ke-5 (lima) prinsip tersebut, pengelola penyelenggaraan makanan institusi harus merencanakan dan menetapkan terlebih dahulu, target konsumen yang akan dilayani sehingga dapat memperhitungkan besar porsi yang akan disajikan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya, termasuk biaya yang dibutuhkan sesuai dengan kemampuan konsumennya dengan tetap memperhatikan mutu makanan yang disajikan sehingga aman untuk dikonsumsi (Bakri dkk., 2018).

2. Klasifikasi Sistem Penyelenggaraan Makanan Institusi

Menurut Bakri dkk., (2018) pelayanan gizi institusi dapat diklasifikasikan menjadi 9 kelompok penyelenggaraan makanan institusi berdasarkan jenis konsumennya, antara lain:

1. Penyelenggaraan Makanan pada Pelayanan Kesehatan.

Penyelenggaraan makanan pada pelayanan kesehatan ialah seperti contoh pelayanan gizi di rumah sakit, dimana bertujuan untuk memenuhi kebutuhan gizi pasien, baik dalam keadaan sakit maupun sehat selama dalam perawatan

2. Penyelenggaraan Makanan Anak Sekolah/School Feeding.

Ialah pelayanan gizi yang diperkirakan memberikan pemenuhan kebutuhan gizi bagi anak sekolah selama berada pada lingkup sekolah, misalnya anak TK, SD, SMP dan sebagainya

3. Penyelenggaraan Makanan Asrama.

Merupakan pelayanan gizi yang diperkirakan memberikan pemenuhan kebutuhan gizi bagi anak sekolah selama berada pada lingkup sekolah, misalnya anak TK, SD dan sebagainya

4. Penyelenggaraan Makanan Di Institusi Sosial.

Adalah penyediaan makanan yang dilakukan oleh pemerintah atau badan-badan swasta yang berdasarkan asas sosial dan bantuan, seperti panti asuhan, panti jompo, panti cacat, dan lembaga lain.

5. Penyelenggaraan Makanan Institusi Khusus.

Bentuk atau macam penyelenggaraan makanan institusi khusus ini adalah pelayanan gizi yang diberikan bagi masyarakat seperti pusat pelatihan atlet, pusat pelatihan olimpiade, asrama haji, dan sebagainya.

6. Penyelenggaraan Makanan Darurat.

Merupakan pelayanan gizi dalam keadaan darurat yaitu berupa penyelenggaraan makanan masal yang dipersiapkan untuk korban bencana alam.

7. Penyelenggaraan Makanan Industri Transportasi.

Adalah pelayanan gizi yang berada dalam suatu tempat transportasi, yang berupa penyelenggaraan makanan. Tujuan dari adanya pelayanan gizi dalam industri transportasi ini adalah untuk mencukupi kebutuhan gizi dari masing-masing individu yang sedang menggunakan alat transportasi, misalnya kereta api, pesawat dan sebagainya

8. Penyelenggaraan Makanan Industri Tenaga Kerja.

Tujuan penyediaan makanan bagi tenaga kerja ini adalah untuk mencapai produktivitas yang maksimal bagi tiap pekerja, sehingga akan ikut membantu produktivitas dari industri sendiri.

9. Penyelenggaraan Makanan Institusi Komersial.

Yakni pelayanan gizi yang bertujuan untuk memperoleh pendapatan dari suatu penyelenggaraan makanan yang dipersiapkan untuk melayani kebutuhan masyarakat yang berada di luar rumah dengan mempertimbangkan aspek pelayanan dan kebutuhan konsumen, misalnya restoran, kantin, cafe, catering dan sebagainya.

Sedangkan berdasarkan sifat dan tujuannya, penyelenggaraan makanan institusi dibagi menjadi 2 kelompok utama yaitu: kelompok institusi yang bersifat non atau semi komersial (*service oriented*) dan kelompok institusi yang bersifat komersial (*profit oriented*). Kelompok institusi yang bersifat *service oriented* antara lain: pelayanan kesehatan, sekolah, asrama, institusi sosial, institusi khusus, dan darurat. Sedangkan kelompok institusi yang bersifat *profit oriented* adalah transportasi, industri, dan komersial.

Penyelenggaraan makanan komersial adalah penyelenggaraan makanan yang melayani kebutuhan masyarakat diluar rumah dengan tujuan memperoleh keuntungan, serta memiliki macam dan variasi yang tidak terikat dengan peraturan juga selalu mempertimbangkan aspek pelayanan, kebutuhan dan kepuasan konsumen (Bakri dkk., 2018). Penyelenggaraan makanan komersial meliputi semua bentuk penyelenggaraan makanan yang dilakukan guna mendapatkan keuntungan (*profit*), seperti restoran dan perusahaan katering komersial (*flight catering*, katering kereta api, *party catering* dll). Bakri dkk., (2018) menyatakan bahwa tujuan penyelenggaraan makanan institusi komersial, antara lain:

- a. Memperoleh keuntungan maksimal.
- b. Memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen, yaitu makanan yang mengutamakan cita rasa yang menarik dengan harga yang sesuai dengan harapan konsumen.
- c. Menyenangkan atau memberi hiburan kepada konsumen.
- d. Menarik konsumen baru.

Penyelenggaraan makanan non-komersial merupakan penyelenggara makanan yang tidak bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, dilakukan oleh suatu instansi yang dapat dikelola oleh pemerintah, badan swasta, maupun yayasan sosial. Yang termasuk dalam institusi penyelenggaraan makanan non-komersial ialah rumah sakit, panti asuhan, lembaga pemasyarakatan, dan pondok pesantren. Pondok pesantren adalah salah satu tempat untuk menimba ilmu seperti halnya sekolah umum yang memiliki kebijakan yang mengatur anak didiknya untuk tinggal di dalam lingkungan pesantren tersebut. Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang mengajarkan berbagai ilmu khususnya ilmu agama islam, serta mengembangkan nilai-nilai moral kehidupan sehingga menghasilkan generasi penerus yang berkualitas, murid di pesantren biasa disebut santri.

Santri yang tinggal di pondok pesantren diarahkan untuk menjadi orang-orang yang berakhlak mulia serta memiliki kecerdasan yang tinggi. Sama halnya dengan siswa-siswi di sekolah umum, santri yang tinggal di

pondok pesantren juga merupakan remaja yang harus tumbuh dan berkembang dengan baik karena juga merupakan sumber daya yang akan menjadi generasi penerus bangsa, sehingga penting untuk diperhatikan kesehatan dan pertumbuhannya. Almatsier (2002) menyatakan bahwa salah satu aspek yang mendukung kesehatan dan tumbuh kembang remaja adalah pemenuhan kebutuhan gizi bagi para santri. Dalam hal ini penyelenggaraan makanan pondok pesantren dapat dijadikan sebagai sarana yang dapat membantu untuk meningkatkan keadaan gizi para santrinya dengan menyediakan makanan yang memenuhi prinsip-prinsip dasar penyelenggaraan makanan institusi. Prinsip tersebut antara lain menyediakan makanan yang sesuai dengan macam dan jumlah zat gizi yang diperlukan oleh santrinya, makanan yang disiapkan memiliki cita rasa yang tinggi serta memenuhi syarat hygiene dan sanitasi (D. P. Irianto, 2007).

Berdasarkan pernyataan YA, (2013) yang menyatakan bahwa faktor kunci dari pembangunan suatu bangsa ialah sumber daya manusia yang berkualitas sebagai generasi penerus yang salah satu faktor penting pengembangannya adalah kecukupan gizi dan pangan sesuai kebutuhannya, oleh karena itu untuk dapat membantu memudahkan pemenuhan kebutuhan pangan bagi santri yang tinggal di pesantren maka diadakan penyelenggaraan makanan di pondok pesantren dengan harapan terjaminnya kecukupan gizi dan kesehatan para santri yang tinggal di pondok pesantren. Dalam Bakri dkk., (2018) dinyatakan bahwa tujuan dari penyelenggaraan makanan asrama atau pondok pesantren yakni:

- a. Menyediakan makanan bagi sekelompok masyarakat asrama yang mendapatkan makanan secara kontinu.
- b. Mengatur menu yang tepat agar dapat diciptakan makanan yang memenuhi kecukupan gizi klien.

Sedangkan untuk karakteristik penyelenggaraan makanan asrama atau pondok pesantren ialah sebagai berikut:

- a. Standar gizi disesuaikan menurut kebutuhan golongan orang-orang yang berada di asrama atau pondok pesantren serta disesuaikan dengan sumber daya yang ada.
- b. Melayani berbagai golongan umur ataupun sekelompok usia tertentu.
- c. Dapat bersifat komersial, memperhitungkan laba rugi institusi, bila dipandang perlu dan terletak di tengah perdagangan/kota.
- d. Frekuensi makan 2-3 kali sehari, dengan atau tanpa selingan.
- e. Jumlah yang dilayani tetap.
- f. Macam pelayanan tergantung dari kebijakan dan peraturan asrama atau pondok pesantren.
- g. Tujuan penyediaan makanan lebih diarahkan untuk pencapaian status kesehatan penghuni asrama atau pondok pesantren.

B. Remaja

Masa remaja merupakan masa peralihan, yakni ketika seorang individu mengalami pertumbuhan dari masa anak-anak menuju masa dewasa dengan mengalami berbagai perubahan perkembangan, sebagai persiapan memasuki masa dewasa. Perubahan perkembangan yang terjadi yakni meliputi aspek perubahan biologis, perubahan psikologis, dan perubahan sosial (Sofia & Adiyanti, 2014). Sarlito (2012) mengungkapkan bahwa WHO (World Health Organization) mendefinisikan remaja kedalam tiga kriteria biologis, psikologis, dan sosial ekonomi, dengan menyatakan bahwa:

1. Remaja adalah suatu masa individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual.
2. Remaja adalah suatu masa individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.
3. Remaja adalah suatu masa terjadinya peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.

Remaja merupakan masa yang penting dalam perjalanan kehidupan manusia. Masa remaja ini merupakan jembatan antara masa kanak-kanak yang

bebas menuju masa dewasa yang menuntut tanggung jawab (Kusmiran, 2011). Menurut Thalib (2017) berdasarkan tahapan perkembangan individu dari masa bayi hingga masa tua akhir, masa remaja dibagi menjadi tiga tahapan yakni masa remaja awal, masa remaja pertengahan, dan masa remaja akhir. Masa remaja awal bagi perempuan ialah pada usia 13 – 15 tahun, dan bagi laki-laki ialah 15 – 17 tahun. Untuk kriteria usia yang termasuk dalam masa remaja pertengahan bagi perempuan yakni usia 15 – 18 tahun dan bagi laki-laki yaitu 17 – 19 tahun. Sedangkan kriteria masa remaja akhir pada perempuan yaitu 18 – 21 tahun dan pada laki-laki 19-21 tahun. Menurut Soetjningsih (2004) perkembangan remaja dibagi menjadi 3 tahap berdasarkan proses penyesuaian menuju kedewasaannya, yaitu:

1. Remaja awal (*early adolescent*) umur 12-15 tahun

Pada tahap ini akan terjadi perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuh individu itu sendiri. Seorang remaja akan mengalami pengembangan pikiran-pikiran baru sehingga, cepat tertarik pada lawan jenis, mudah terangsang secara erotis.

2. Remaja madya (*middle adolescent*) umur 15-18 tahun

Pada tahap ini seorang remaja akan membutuhkan orang lain khususnya kawan. Seorang remaja akan merasa senang apabila memiliki banyak teman yang mengakuinya. Akan ada kecenderungan mencintai diri sendiri dengan menyukai teman-teman yang sama dengan dirinya. Selain itu ia akan berada dalam kebingungan karena tidak tahu antara memilih mana yang peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimistis, idealitas atau materialis, dan sebagainya.

3. Remaja akhir (*late adolescent*) umur 18-21 tahun

Dalam tahap ini merupakan masa konsolidasi menuju periode dewasa yang ditandai dengan pencapaian 5 hal menurut Sarwono (2010) yaitu:

- a) Minat yang semakin mantap terhadap fungsi intelek.
- b) Ego yang akan mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang lain dan dalam pengalaman-pengalaman baru.
- c) Terbentuk identitas seksual yang tidak berubah lagi.

- d) Egosentrisme (terlalu mencari perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan dan kepentingan diri sendiri dengan orang lain.
- e) Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (*privateself*) dengan masyarakat umum.

Dalam rangka usaha pengembangan diri dan kepribadian maka pada masa remaja akan banyak aktivitas yang harus dilakukan. Mereka mempunyai kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu dari hari kehari, sehingga menjadi suatu kebiasaan yang kemudian akan membentuk pola kegiatan. Saat ini terdapat banyak masalah yang berdampak negatif terhadap kesehatan dan gizi remaja, faktor yang memicu terjadinya masalah gizi remaja menurut (Moehji, 2017) antara lain ialah:

1. Kebiasaan makan yang buruk.
2. Pemahaman gizi yang keliru.
3. Kesukaan berlebihan terhadap makanan tertentu.
4. Promosi makanan yang berlebihan melalui media massa.
5. Masuknya produk-produk makanan baru (*fastfood*).
6. Perkembangan teknologi.

Masa remaja merupakan masa pertumbuhan dan perkembangan, baik secara fisik, mental, maupun aktivitas yang semakin meningkat, oleh karena itu kebutuhan akan makanan yang mengandung zat gizi akan menjadi cukup besar (Sumanto, 2009). Kaur & Sangha (2016) menyatakan bahwa tingginya kebutuhan gizi pada masa remaja disebabkan oleh adanya peningkatan pertumbuhan dan aktivitas fisik. Hal ini sangat diperlukan untuk mencapai potensi pertumbuhan yang maksimal. Gizi yang baik sangat penting untuk mencegah terjadinya gangguan nutrisi serta mencegah timbulnya penyakit yang dapat terjadi dikemudian hari (I. D. A. Indonesia, 2014). Zat gizi merupakan unsur yang terkandung dalam makanan yang dapat memberikan manfaat bagi manusia seperti mendapatkan energi, memperbaiki sel-sel yang rusak, pertumbuhan, menjaga suhu dan kondisi badan agar tidak terserang penyakit. Suatu makanan dikatakan sehat apabila mengandung satu macam atau lebih zat gizi yang diperlukan oleh tubuh, sehingga kita perlu mengonsumsi makanan

yang beragam agar semua jenis zat gizi yang diperlukan oleh tubuh terpenuhi. Dengan mengonsumsi makanan sehari-hari yang beranekaragam, kekurangan zat gizi pada jenis makanan yang satu akan dilengkapi oleh keunggulan susunan zat gizi jenis makanan lain, sehingga diperoleh masukan zat gizi yang seimbang yang tidak mungkin dipenuhi oleh satu jenis bahan makanan, melainkan harus terdiri dari aneka ragam bahan makanan (Sari, 2014).

Kebutuhan zat gizi menggambarkan banyaknya zat gizi minimal yang diperlukan oleh setiap tubuh seseorang untuk hidup sehat (Rakhmawati, 2009). Kebutuhan dasar dari setiap makhluk hidup untuk melakukan berbagai kegiatan yaitu memerlukan energi. Energi diperoleh dari karbohidrat, protein, dan lemak yang berasal dari bahan makanan. Sumber energi dalam bahan makanan dapat diperoleh dari zat gizi makro yaitu karbohidrat, lemak, dan protein (K. Irianto, 2004). Kebutuhan tenaga pada remaja sangat tergantung pada tingkat kematangan fisik dan aktivitas yang dilakukan. Berdasarkan PERMENKES No. 28 Tahun 2019 tentang Angka Kecukupan Gizi (AKG) pada remaja putra usia 13 – 15 tahun membutuhkan energi sebesar 2400 kkal, protein 70 g, lemak 80 g, karbohidrat 350 g, vitamin C 75 mg, asam folat 400 mcg, dan zat besi 11 mg. Sementara itu, remaja putri usia 13 – 15 tahun membutuhkan energi sebesar 2050 kkal, protein 65 g, lemak 70 g dan karbohidrat 300 g, vitamin C 65 mg, asam folat 400 mcg, dan zat besi 15 mg.

Kebutuhan energi minimal seseorang dalam tubuh untuk menjalankan aktivitas disebut angka metabolisme basal. Perbandingan komposisi energi berasal dari karbohidrat sebanyak 50-65%, protein 10-20%, dan lemak sebanyak 20-25%. Menurut Amaliah (2013) kebutuhan protein yang direkomendasikan untuk remaja ialah 10 – 15%, kebutuhan karbohidrat 50 – 60%, dan lemak 20 – 30%. Irianto (2007) menyatakan energi zat gizi yang diperlukan oleh setiap orang dalam jumlah sesuai dengan kebutuhan berdasarkan jenis kelamin, berat badan, lama dan berat ringannya aktivitas fisik. Tingkat asupan energi dan zat gizi merupakan perbandingan antara kandungan energi dalam makanan yang dikonsumsi dengan kecukupan yang dianjurkan. Tingkat asupan energi dan zat gizi didapat dari rata-rata konsumsi energi dan

zat gizi perhari dibandingkan dengan angka kecukupan gizi yang dianjurkan (AKG) dikalikan 100% disesuaikan dengan berat badan aktual. Berdasarkan rekomendasi Widyakarya Nasional Pangan dan Gizi (WNPG) 2012 tingkat asupan energi dan zat gizi terbagi dalam 5 kategori, yaitu: defisit tingkat berat (<70% angka kebutuhan), defisit tingkat sedang (70 – 79% angka kebutuhan), defisit tingkat ringan (80 – 89% angka kebutuhan), normal (90 – 119% angka kebutuhan), dan berlebih ($\geq 120\%$ angka kebutuhan). Sedangkan menurut Supriasa dkk., (2016) tingkat asupan energi dan zat gizi makro dibagi menjadi 4 kategori yakni defisit (<70% dari AKG), kurang (70 – 79% dari AKG), sedang (80 – 99% dari AKG), dan baik ($\geq 100\%$ dari AKG).

Sumber energi berasal dari bahan makanan yang mengandung karbohidrat, protein, dan lemak. Sumber energi berkonsentrasi tinggi salah satunya berasal dari bahan makanan sumber lemak seperti minyak, kacang-kacangan, dan biji-bijian. Sumber energi berupa karbohidrat seperti padi-padian atau serealisa seperti beras, jagung, dan gandum, umbi-umbian seperti ubi, singkong, dan talas, serta olahan tepung, mie, bihun, roti dan sebagainya (Soetardjo dkk., 2011). Kekurangan energi dapat menyebabkan penurunan berat badan dan kerusakan jaringan tubuh sehingga tubuh tidak dapat melakukan aktifitas. Sedangkan kelebihan energi dapat menyebabkan kelebihan berat badan yang menyebabkan obesitas dan rentan terhadap berbagai jenis penyakit dan mengurangi angka harapan hidup. Oleh karena itu, asupan energi harus diperhatikan sesuai dengan kebutuhan tubuh.

Selain energi, protein, karbohidrat dan lemak salah satu kebutuhan gizi yang meningkat selama masa remaja adalah zat besi. Varney dkk., (2007) mengungkapkan bahwa walaupun defisiensi asam folat, vitamin B12, vitamin A, dan kelainan bawaan adalah penyebab anemia, namun kekurangan zat besi merupakan penyebab paling umum terjadinya anemia di seluruh dunia. . Asupan zat besi yang rendah merupakan penyebab utama terjadinya anemia, karena sel darah merah berperan penting dalam menyalurkan oksigen (Guyton & Hall, 2007). Remaja perempuan akan mengalami menstruasi yang dimulai sekitar satu tahun setelah puncak pertumbuhan hal tersebut dapat menyebabkan

beberapa zat besi hilang selama menstruasi (Tayel & Ezzat, 2015). Dari seluruh kelompok umur, wanita mempunyai resiko paling tinggi untuk menderita anemia terutama remaja perempuan (Varney dkk., 2007).

Anemia merupakan kondisi dimana jumlah eritrosit atau kapasitas pembawa oksigen tidak mencukupi kebutuhan fisiologis yang kemudian dapat mengganggu pembentukan eritrosit. Pembentukan eritrosit yang terganggu dapat disebabkan oleh kurangnya konsumsi makanan yang mengandung zat gizi terutama zat-zat gizi penting seperti zat besi, asam folat, vitamin C, serta zat gizi penting lainnya (Zarianis, 2006). Kekurangan zat gizi dapat menyebabkan anemia dikarenakan tidak memadainya zat gizi yang dibutuhkan untuk memproduksi dan mensintesis eritrosit. Anemia merupakan salah satu masalah kesehatan yang mendunia dan memiliki prevalensi yang tinggi di berbagai negara di seluruh dunia (Pradanti & Wulandari, 2015).

C. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi (Nasution, 2005). Kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha untuk memenuhi harapan konsumen (Mowen & Minor, 2001). Kotler & Armstrong (2001) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya, dimana jika kinerja juga gagal dalam memenuhi harapan, konsumen akan merasa tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan pemenuhan harapan konsumen, konsumen akan puas. Artinya, konsumen akan membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk atau jasa yang sudah dinilai positif oleh konsumen. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai (Tjiptono & Diana, 2003).

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan

kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung akan kembali membeli produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul lagi dikemudian hari. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian (Laruke, 2021). Menurut Lupiyoadi (2001) tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Kualitas Produk

Apabila konsumen merasa produk yang digunakan berkualitas maka konsumen akan merasa puas.

2. Kualitas Pelayanan atau Jasa

Pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

3. Emosional

Seseorang akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum kepadanya apabila ia menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk yang digunakan tetapi berasal dari sosial atau *self esteem* yang membuat konsumen merasa puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk akan bernilai lebih tinggi bagi konsumen ketika harga yang ditetapkan relatif lebih murah tetapi memiliki kualitas yang sama dengan produk dengan harga yang mahal.

5. Biaya

Konsumen akan cenderung puas terhadap suatu produk atau jasa ketika ia tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau tersebut.

Wilson dkk., (2016) mengemukakan bahwa kepuasan merupakan konsep yang jauh lebih luas dari sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai yang diharapkan.
2. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
4. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen
5. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

Terdapat empat metode yang dapat dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen menurut (Tjiptono, 2020) antara lain ialah:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada konsumen wajib untuk memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumen untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan. Media yang dapat digunakan misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, telepon bebas pulsa, website, dan lainnya. Informasi dari para konsumen nantinya akan dapat digunakan untuk masukan atau ide-ide bagi perusahaan, sehingga perusahaan dapat bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi permasalahan yang timbul. Namun metode ini terlalu fokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari konsumennya langsung. Saran dan ide para konsumen tersebut jika tidak segera ditanggapi oleh perusahaan akan berakibat pada hilangnya konsumen. Hal ini dapat berkaitan karena usaha konsumen untuk memberikan saran tidak segera mendapatkan apresiasi dari perusahaan.

2. *Ghost Shopping*

Dalam hal ini untuk memperoleh gambaran kepuasan konsumen yakni dengan cara mempekerjakan beberapa orang yang berperan sebagai konsumen potensial jasa perusahaan dan pesaing yang biasa disebut dengan *ghost shoppers*. Nantinya orang yang berperan sebagai *ghost shoppers*

akan diminta untuk melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk suatu perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam mengobservasi perusahaan dan pesaing dalam memberikan layanan dan menangani keluhan konsumen.

3. *Lost Customer Analysis*

Dalam hal ini perusahaan akan menghubungi para konsumen atau mencari tahu konsumen yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat memahami penyebab mengapa konsumen tersebut berpindah ke tempat lain. Adanya peningkatan *customer lost rate* akan menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya.

4. Survei Kepuasan Konsumen

Sebagian besar riset kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, email, website, maupun wawancara langsung. Melalui survei kepuasan konsumen perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung (*feedback*) dari konsumen dan juga akan memberikan kesan positif terhadap para konsumennya. Beberapa pendekatan umum yang biasa digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen, ialah:

a) Pendekatan tradisional (*traditional approach*)

Konsumen diminta memberikan penilaian atas masing-masing indikator produk yang mereka nikmati, misalnya dengan memberikan rating dari “sangat tidak puas” sampai “sangat puas”.

b) Analisa secara deskriptif

dengan menggunakan analisis statistik secara deskriptif misalnya melalui perhitungan rata-rata, nilai distribusi serta standar deviasi. Analisis ini juga dapat dikembangkan dengan membandingkan hasil kepuasan antar waktu, sehingga kecenderungan perkembangan dapat ditentukan.

c) Pendekatan secara terstruktur (*structured approach*)

yakni pendekatan yang paling sering digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen. Salah satu teknik yang paling populer adalah

semantic differential dengan menggunakan scaling procedure, caranya adalah responden diminta untuk memebrikan penilaian terhadap suatu produk.

d) Analisis *importance and performance*

pendekatan dimana tingkat kepentingan konsumen diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan perusahaan agar menghasilkan produk yang berkualitas.

Industri jasa makanan yang semakin meningkat menyebabkan banyaknya persaingan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen salah satunya adalah kualitas dari produk atau mutu hidangannya. Penyelenggaraan makanan terdiri dari beberapa komponen yaitu pembelian bahan makanan, penyimpanan bahan makanan, pengolahan makanan, penyajian makanan dan higiene sanitasi. Seluruh komponen tersebut secara tidak langsung berpengaruh terhadap indikator kepuasan konsumen. Indikator tersebut adalah cita rasa, penampilan, besar porsi, ketepatan waktu dan kebersihan. Penyelenggaraan makanan memiliki tujuan agar konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen merupakan titik awal tumbuhnya loyalitas konsumen sehingga penting untuk mengetahui penilaian terhadap kepuasan (Tjahyadi, 2006).

Berdasarkan hasil penelitian Windarti & Ibrahim (2017) menyatakan bahwa Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru, meningkatkan pula kepuasan konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru, begitupun sebaliknya. Dalam penyelenggaraan makanan tingkat kepuasan konsumen dapat dinilai dari kualitas produk seperti penampilan dan rasa makanan, selain itu juga kualitas pelayanan seperti daya tanggap dan keramahan petugas.

1. Kualitas Produk Makanan

Kualitas produk makanan adalah sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang bermutu meliputi objek

fisik, jasa, tempat, organisasi, gagasan maupun pribadi yang mampu ditawarkan untuk diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan sesuai dengan kemampuannya terhadap makanan dan minuman yang sesuai dengan harapan konsumen (Rinawati, 2009). Secara garis besar terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi tolak ukur dalam menentukan kualitas suatu makanan, yaitu:

a) Variasi Menu

Variasi menu adalah susunan golongan bahan makanan yang terdapat dalam satu hidangan berbeda pada tiap kali penyajian. Variasi menu adalah variasi dalam menggunakan bahan makanan, bumbu, cara pengolahan, resep masakan, dan variasi makanan dalam suatu hidangan. Bervariasi adalah tidak boleh terjadi pengulangan hidangan yang sama dalam satu siklus menu atau tidak boleh terjadi metode pemasakan yang sama dalam satu kali makan. Menu yang bervariasi dapat merangsang selera makan sehingga makanan yang disajikan akan dapat dihabiskan konsumen (RI, 2007). Menu yang dianggap lazim di semua daerah di Indonesia umumnya terdiri dari susunan hidangan sebagai berikut:

- 1) Hidangan makanan pokok yang umumnya terdiri dari nasi. Disebut makanan pokok karena dari makanan inilah tubuh memperoleh sebagian zat gizi yang diperlukan tubuh.
- 2) Hidangan lauk pauk, yaitu masakan yang terbuat dari bahan makanan hewani atau nabati atau gabungan keduanya. Bahan makanan hewani yang digunakan dapat berupa daging sapi, ayam, ikan atau berbagai jenis hasil laut lainnya. Lauk nabati biasanya berupa lauk pauk yang berasal dari kacang-kacangan atau hasil olahannya seperti tempe dan tahu. Bahan-bahan makanan itu dimasak dengan cara, seperti masakan berkuah, masakan tanpa kuah, dibakar, dipanggang, digoreng atau jenis makanan lainnya.
- 3) Hidangan berupa sayur-mayur. Biasanya hidangan ini berupa masakan yang berkuah karena berfungsi sebagai pembasah nasi agar mudah

ditelan. Hidangan sayur-mayur dapat lebih dari satu macam masakan yang biasanya terdiri dari gabungan masakan berkuah dan tidak berkuah.

4) Hidangan yang terdiri dari buah-buahan, baik dalam bentuk buah-buahan segar atau buah-buahan yang diolah seperti setup atau sari buah.

b) Citarasa Makanan

Cita Rasa Makanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi daya terima terhadap makanan yang disajikan. Cita rasa makanan terdiri dari dua aspek yaitu rasa makanan pada waktu dimakan dan penampilan makanan pada waktu disajikan. Rasa dan penampilan makanan dipilih sehingga menimbulkan kesan yang menarik dan rasa senang bagi pasien untuk dapat menghabiskan makanan yang disajikan. Kedua aspek itu sama pentingnya untuk diperhatikan agar betul-betul dapat menghasilkan makanan yang memuaskan (Soegeng & Anne, 2004).

Penampilan makanan adalah penampakan yang ditimbulkan oleh makanan yang disajikan, beberapa komponen yang mempengaruhi penampilan meliputi warna dan bentuk. Kombinasi warna adalah hal yang sangat diperlukan dan dapat membantu dalam penerimaan suatu makanan dan secara tidak langsung dapat merangsang selera makan. Rupa makanan yang disajikan disebut dengan bentuk makanan. Bentuk makanan akan menambah daya tarik dari makanan tersebut. Hal yang perlu diperhatikan adalah makanan yang disajikan harus beraneka ragam bentuknya serta serasi dalam penyajiannya. Misalnya mengenai potongan bahan makanan, apakah makanan dipotong memanjang, berbentuk dadu, atau dipotong parut. Selain itu ukuran potongan menjadi daya tarik bagi konsumen. Warna yang menarik dan bentuk yang bervariasi akan membuat seseorang tertarik untuk mencicipi dan menghabiskannya.

Rasa Makanan adalah faktor yang menentukan cita rasa makanan yang ditentukan oleh rangsangan terhadap indra penciuman dan indra pengecap. Rasa makanan merupakan faktor kedua yang menentukan cita

rasa makanan setelah penampilan makanan itu sendiri. Rasa makanan ditimbulkan oleh larutnya senyawa pemberi rasa kedalam air liur yang kemudian merangsang saraf pengecap yang ditimbulkan setelah menelan makanan (Moehyi, 2010). Rasa makanan sangat bervariasi tergantung dan sesuai dengan jenis masakan seperti rasa gurih, manis, asam, asin dan pedas. Apabila rasa makanan yang disajikan pada konsumen sudah sesuai dengan jenis makanan, maka kepuasan konsumen akan terpenuhi, sehingga hidangan dapat dimakan dengan lahap.

Aroma makanan adalah aroma yang disebarkan oleh makanan yang memiliki daya tarik yang sangat kuat yang mampu merangsang indera penciuman sehingga dapat membangkitkan selera makan konsumen. Aroma yang dikeluarkan oleh makanan berbeda-beda, cara memasak makanan yang berbeda akan memberikan aroma yang berbeda pula. Makanan yang dimasak dengan cara di goreng dan ditumis biasanya memiliki aroma yang lebih kuat dibandingkan dengan masakan yang diolah dengan cara dikukus atau direbus (Kurniah, 2010). Tekstur adalah hal yang berkaitan dengan struktur makanan yang dirasakan dalam mulut. Gambaran dari tekstur makanan meliputi krispi, empuk, berserat, halus, keras dan kenyal. Keempukan dan kerenyahan (krispi) ditentukan oleh mutu bahan makanan yang digunakan dan cara memasaknya (Moehyi, 1992). Berbagai macam tekstur dalam makanan lebih menyenangkan daripada satu macam tekstur.

c) Kesegaran Makanan

Kesegaran makanan diartikan sebagai pernyataan segar dari makanan yang dihubungkan dengan tekstur, rasa dan aroma. Makanan yang baru dan sudah lama dimasak dapat mudah dilihat perbedaannya. Temperatur makanan saat disajikan berperan penting dalam menentukan cita rasa makanan, sehingga harus sesuai (Kotler & Keller, 2009). Sjahmien, (1992) mengungkapkan bahwa makanan yang harus dihidangkan dalam keadaan panas adalah yang mengeluarkan aroma sedap seperti sop, soto dan sate. Untuk menyajikannya tersebut harus menggunakan tempat

yang tertutup atau dapat juga menggunakan panci yang dilengkapi alat pemanas. Sebaliknya makanan yang harus dihidangkan dalam keadaan dingin hendaknya dihidangkan dalam keadaan dingin.

d) Besar Porsi

Porsi adalah banyaknya makanan yang disajikan. Porsi makanan akan mempengaruhi daya tarik dari konsumen karena tiap-tiap konsumen memiliki besar porsi makanan yang berbeda dalam setiap aktivitas makannya. Besar porsi untuk setiap individu berbeda sesuai dengan kebiasaan makan. Pentingnya besar porsi makanan bukan saja berkenaan dengan penampilan makanan waktu disajikan tetapi juga berkaitan dengan perencanaan dan perhitungan pemakaian bahan makanan (Muchatob, 1991).

e) Tingkat Kematangan Makanan

Tingkat kematangan makanan dalam masakan harus dimasak sampai benar-benar matang. Kecuali untuk makanan tertentu seperti steak dapat dibedakan tingkat kematangannya disebut dengan istilah *medium rare*, *medium well* dan *welldone* (Sjahmien, 1992). Makanan yang dihidangkan hendaknya dimasak atau diolah terlebih dahulu dengan baik dan higienis sehingga aman untuk dikonsumsi. Jika makanan tidak dimasak dengan matang, maka bakteri yang terdapat dalam bahan makanan tidak mati dan dapat menimbulkan penyakit apabila dikonsumsi (Kotler & Keller, 2009).

2. Kualitas Pelayanan

Layanan merupakan kegiatan atau manfaat yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain (Hasibuan, 2019). Sedangkan pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Gunadi (2010) menyatakan bahwa pelayanan prima (*excellent service*) ialah pelayanan yang dilakukan dengan sebaik-baiknya kepada konsumen sehingga dapat menimbulkan rasa puas yang berorientasi pada pemenuhan tuntutan konsumen mengenai kualitas produk. Menurut Tjitono (2017) kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi pokok yang dijelaskan sebagai berikut:

a) Reliabilitas atau Keandalan (*Reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Serta kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga. Apabila dikaitkan dengan bidang usaha jasa restoran, maka karyawan yang handal adalah karyawan yang selalu tepat menyajikan menu makanan sesuai pesanan konsumen.

b) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Hal ini berhubungan dengan kesadaran, kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dengan membrikan respon dan jasa secara cepat terhadap permintaan konsumen. Dimensi ini juga menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika karyawan berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Bila dikaitkan dalam bidang jasa restoran, maka sebagai contohnya, konsumen tidak harus menunggu pelayanan lama.

c) Jaminan (*Assurance*)

Yaitu pengetahuan perilaku, sopan santun, kemampuan karyawan yang mampu menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan sehingga perusahaan bisa menciptakan rasa aman dan terjamin bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.

d) Empati (*Empathy*)

Inti dari dimensi empati adalah kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada konsumen untuk menunjukkan kepada konsumen melalui layanan yang diberikan bahwa konsumen itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dipahami. Menyatakan bahwa perusahaan

memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

e) Bukti Fisik (*Tangible*)

Berkenaan dengan beberapa fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan konsumen yang terlalu tinggi. Hal ini meliputi lingkungan fisik seperti exterior dan interior bangunan, peralatan atau perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan karyawan yang rapi dan menarik saat memberikan jasa. Contohnya dalam jasa restoran, maka karyawan memakai seragam yang rapi dan seluruh peralatan makan seperti meja, kursi tertata rapi dan bersih.

Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu dari suatu perusahaan menurut konsumen. Apabila kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka hal ini akan menambah tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang dipakai. Terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi tolak ukur dalam menentukan kualitas suatu makanan, yakni:

a) Sikap karyawan

Sopan santun, ramah tamah termasuk dalam suatu usaha seseorang untuk menghargai orang lain. Dalam suatu pelayanan pada suatu perusahaan, seorang karyawan harus memiliki sikap sopan santun dan ramah tamah, agar orang yang dilayani merasa nyaman dan puas. Kesopanan tidak terbatas hanya dalam berperilaku saja, melainkan juga dengan bertegur sapa. Memberikan pelayanan yang baik serta dapat bertanggung jawab atas tugas yang diberikan merupakan sikap karyawan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Ketidakpuasan

konsumen terhadap pelayanan yang diberikan dapat timbul karena tidak adanya layanan yang, seperti:

- 1) Tidak adanya disiplin kerja yang disebabkan oleh kurang atau tidak adanya kesadaran terhadap yang menjadi tanggung jawabnya sehingga mengakibatkan proses pelaksanaan pelayanan yang dilakukan dengan semaunya (santai).
- 2) Mekanisme kerja yang tidak berjalan sesuai dengan harapan karena sistem dan metode kerja yang tidak memadai.
- 3) Simpang siur penanganan tugas, tumpang tindih (*over-lapping*) atau tercecernya suatu tugas tanpa ada yang menangani karena belum serasinya pengorganisasian tugas pelayanan.
- 4) Tidak tersedianya sarana pelayanan yang memadai. Akibatnya pekerjaan menjadi lamban, waktu banyak hilang dan penyelesaian masalah terlambat.

b) Sarana Pelayanan

Sarana pelayanan ialah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama atau pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan dan berfungsi sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja tersebut. Penyajian makanan merupakan rangkaian akhir dari perjalanan penyelenggaraan makanan. Saat penyajian makanan yang perlu diperhatikan selain penampilan penyajian adalah juga kebersihan dan keamanan makanan agar makanan tersebut terhindar dari pencemaran, peralatan yang digunakan dalam kondisi baik dan bersih, petugas yang menyajikan sehat, bersih dan rapi. Sanitasi merupakan bagian penting dalam proses pengolahan makanan yang harus dilaksanakan dengan baik. Peralatan adalah semua perlengkapan atau alat yang diperlukan dalam proses menyajikan makanan. Berikut beberapa penjelasan tentang sanitasi peralatan:

1) Bahan peralatan

Bahan yang digunakan atau yang terkandung dalam alat masak tidak boleh melepaskan zat beracun seperti Cadmium, Plumbum, Stibium atau Arsenikum. Logam ini beracun dan jika berakumulasi atau berkumpul dan mengendap akan menjadi penyakit saluran kemih hingga kanker.

2) Kebutuhan peralatan

Peralatan yang digunakan mempunyai kriteria-kriteria khusus seperti tidak boleh patah, penyok, tergores, atau retak karena dapat menjadi sarang kotoran atau bakteri. Peralatan yang tidak utuh biasanya tidak dapat dibersihkan secara sempurna sehingga dapat menjadi sumber kontaminasi.

3) Kriteria Peralatan

Karena masing-masing alat mempunyai fungsi dan kegunaan tersendiri maka penggunaannya tidak boleh dicampur aduk. Untuk memudahkan kerja maka dianjurkan untuk memberi tanda pada masing-masing alat yang digunakan agar tidak tercampur. Peralatan yang digunakan bersamaan atau campur baur akan menimbulkan kontaminasi silang (*cross contamination*) yang membahayakan konsumen.

4) Letak peralatan

Letak peralatan harus dipisah antara peralatan makan dan minum (*Utensil*), peralatan pengolahan, dan peralatan pencucian. Selanjutnya, antar peralatan harus terpisah antara peralatan lepas pakai, sudah bersih, dan atau baru digunakan. Letak peralatan dipisah antar jenis, kegunaan, dan pengelompokannya.

Fungsi sarana pelayanan menurut Moenir (2008) antara lain ialah:

- 1) Menghemat waktu dengan mempercepat proses pekerjaan.
- 2) Meningkatkan produktivitas, baik barang maupun jasa.
- 3) Menghasilkan kualitas produk yang lebih baik, berkualitas, dan terjamin.
- 4) Ketepatan susunan dan stabilitas ukuran terjamin.

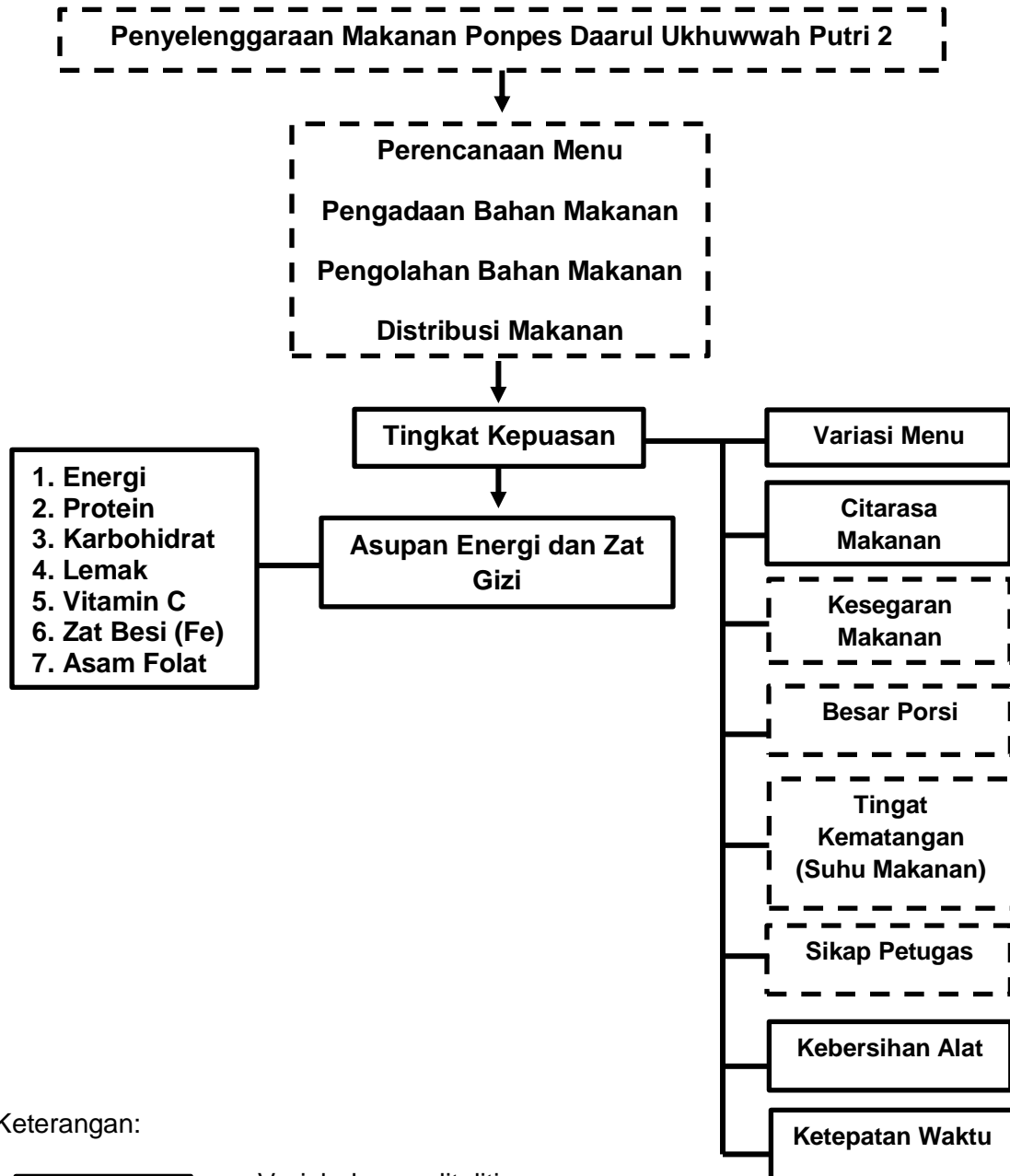
- 5) Lebih mudah atau sederhana dalam gerak pelaksanaannya.
- 6) Menimbulkan rasa nyaman bagi orang yang berkepentingan.

c) Waktu pelayanan

Pendistribusian makanan merupakan serangkaian kegiatan penyaluran makanan dengan jumlah porsi, jenis makanan konsumen yang dilayani mulai dari makanan biasa sampai makanan khusus diet (DepKes, 2013). Ketepatan waktu distribusi makanan adalah kesesuaian makanan yang disajikan kepada konsumen menurut waktu pembagian makan yang ditentukan. Waktu distribusi makanan atau waktu penyajian adalah waktu dimulainya proses distribusi makanan dari dapur ruangan sampai makanan diterima oleh pasien (Aritonang & Priharsiwi, 2009). Makanan dikatakan tepat waktu bila 90% sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan (Depkes RI, 2008). Pelayanan makanan harus disajikan tepat waktu. Misalnya makan pagi harus diantarkan pada saat pagi hari sekitar pukul 06.30 – 07.30, makan siang sekitar pukul 11.30 – 13.00, makan malam sekitar pukul 19.00 – 19.30 atau dapat disesuaikan dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh instansi.

Depkes RI (2006) menyatakan bahwa waktu menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan kualitas penyelenggaraan makanan, karena waktu dapat mempengaruhi sisa makanan dan kepuasan pasien sehingga berpengaruh pada proses penyembuhan penyakit pasien dan biaya rawat inap pasien. Oleh karena itu hal ini sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen, jika pelayanan makanan ini terlambat maka akan dapat berdampak negatif pada konsumen. Begitupula sebaliknya, jika pelayanan makanan dilakukan tepat waktu maka konsumen akan merasa puas. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu dari suatu perusahaan menurut konsumen. Apabila kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka hal ini akan menambah tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang dipakai.

D. Kerangka Konsep



Keterangan:



: Variabel yang diteliti



: Variabel yang tidak diteliti