

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penyelenggaraan makanan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan menu sampai dengan pendistribusian makanan kepada konsumen, sehingga mendapatkan status kesehatan yang optimal. Tujuan dari penyelenggaraan makanan adalah menyediakan makanan yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan gizi, biaya, aman, dan dapat diterima oleh konsumen guna mencapai status gizi yang optimal (Kementerian Kesehatan RI, 2013). Sedangkan menurut Rotua & Siregar (2015) tujuan penyelenggaraan makanan adalah untuk menyediakan makanan yang berkualitas baik, bervariasi, memenuhi kecukupan gizi, dapat diterima dan menyenangkan konsumen. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tujuan utama dari penyelenggaraan makanan adalah untuk memenuhi kebutuhan gizi konsumen agar mencapai status kesehatan yang terbaik (Kementerian Kesehatan RI, 2013).

Penyelenggaraan makanan berdasarkan sifatnya menurut Moehyi (1992) dalam Kurniawan & Nurlaela (2016) dibedakan menjadi dua, yaitu penyelenggaraan makanan komersial dan non komersial. Seiring berkembangnya zaman, penyelenggaraan makanan komersial telah berkembang pesat di Indonesia. Penyelenggaraan makanan komersial adalah penyelenggaraan makanan yang ditujukan untuk mendapatkan profit sebesar-besarnya. Di kota besar, salah satunya adalah Kota Malang, masyarakat disibukkan oleh pekerjaan dengan mobilitas yang tinggi. Sehingga bagi sebagian orang, waktu sangat berharga. Oleh karena itu, masyarakat terus menginginkan kemudahan dalam menjalani kegiatan sehari-hari, salah satunya dengan memenuhi kebutuhan pokoknya memakai jasa boga. Pada era modern ini, katering sangat dibutuhkan karena praktis dan terjangkau (Hatma & Nainggolan, 2021). Pada tahun 2021, terdapat lebih dari 50 akun layanan katering yang tersedia, 20% di antaranya berada di Provinsi Jawa Timur (Pramiswari dkk., 2021).

Jasa boga merupakan salah satu usaha penyelenggaraan makanan komersial. Usaha dalam bidang ini, bergantung pada cara menarik

konsumen dan bagaimana mempertahankan kualitas ditengah-tengah persaingan yang ketat dengan pengusaha di bidang makanan lainnya. Tujuan dari adanya penyelenggaraan makanan komersial ini adalah menyediakan makanan dengan kualitas yang baik, bervariasi, memenuhi kecukupan gizi konsumen, dapat diterima, dan menyenangkan konsumen dengan memperhatikan standar-standar yang ada. Pratiwi (2017) mengatakan bahwa penyelenggaraan makanan dalam institusi bertujuan untuk mencapai status kesehatan yang optimal melalui pemberian makanan yang tepat.

Kualitas yang perlu dipertahankan dalam menjalani usaha catering adalah kualitas makanan yang disajikan atau produk, juga kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan. Mutu merupakan kata kunci dalam keberhasilan pelayanan yang memuaskan, oleh karena itu, pengusaha wajib memastikan bahwa produk yang diberikan kepada pelanggan tersebut bermutu (Mangkunegara, 2002).

Keberlangsungan usaha dalam jangka panjang, dipengaruhi juga oleh tingkat kepuasan oleh konsumen. Kepuasan merupakan suatu perasaan yang didapatkan setelah membandingkan antara harapan dan kinerja atau hasil yang didapatkan (Arianto & Mahmudah, 2014). Tingkat kepuasan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional, dan akan menghasilkan kesetiaan pelanggan yang tinggi. Seseorang akan merasa kecewa jika kinerja atau hasil yang didapatkan berada jauh di bawah harapan, sedangkan akan merasa puas jika kinerja berada di atas harapan. Kepuasan ini tentu didapatkan oleh konsumen setelah mengonsumsi produk dari sebuah jasa boga (Kotler, 2002).

Menurut Palacio dan Theis (2009) dalam Atikah & Setiawan (2014), penyelenggaraan makanan bertujuan menyajikan makanan supaya konsumen merasa puas. Kepuasan ini menentukan keputusan pelanggan apakah ia kembali membeli produk tersebut atau tidak. Penilaian kepuasan pelanggan berdasarkan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) menunjukkan apa saja hal yang perlu ditingkatkan oleh penyelenggaraan makanan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh A. Wulansari dkk.

(2013) kepuasan konsumen dapat dilihat berdasarkan kuadran yang menunjukkan tingkat prioritas atribut penilaian mana yang menjadi prioritas utama dalam melakukan perbaikan. Sedangkan dengan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) penyelenggara makanan dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dari produk yang diberikan. Dengan begitu, penilaian kepuasan pelanggan ini penting untuk dilakukan supaya perusahaan dapat menilai keberlangsungan usahanya (Syukri, 2014).

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan cara mengukur tingkat kepentingan atau harapan dan kinerja dari suatu perusahaan. Tingkat kepentingan atau harapan adalah seberapa penting suatu atribut pelayanan perusahaan bagi pelanggan, sedangkan tingkat kinerja adalah kinerja yang dilakukan oleh perusahaan. Kepentingan dan Kinerja dapat dinilai berdasarkan 5 dimensi mutu kualitas pelayanan, yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Penelitian Dwiwinarsih (2009) mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan Bakmi Aisy di Depok menunjukkan bahwa berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan, konsumen merasa cukup puas bahkan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bakmi Aisy ini. Sedangkan, dalam penelitian Oliveira & Kusnanta (2018) mendapatkan hasil kualitas pelayanan yang terdiri dari daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*) memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Sriwijaya Air.

Metode IPA unggul dibandingkan dengan metode yang lain dikarenakan pengusaha catering dapat mengambil tindakan secara tepat dan cepat dalam mengatasi ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Purnomo & Riandadari (2015) mengatakan bahwa metode IPA mudah dan sederhana untuk digunakan, namun tepat untuk mengetahui atribut kualitas pelayanan perusahaan yang belum maksimal. Selain dengan menggunakan metode IPA, tingkat kepuasan pelanggan juga diukur dengan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dan kinerja atribut-atribut jasa pelayanan. Penelitian yang dilakukan oleh

Umam & Hariastuti (2018) mendapatkan hasil kepuasan pelanggan di OIS *Photography* adalah sebesar 74,19% (puas).

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan pada tanggal 2 Februari 2023, *Senjani Kitchen* adalah salah satu UMKM di Kota Malang. Perusahaan ini merupakan usaha penyedia makanan yang telah berdiri sejak tahun 2018. *Katering Senjani Kitchen* merupakan jenis katering rumahan yang menggunakan sistem langganan dan mempunyai layanan harian. Layanan katering harian dipercaya lebih aman untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam memenuhi rasa lapar di kala sibuk (Artamevia & Moeliono, 2022). Pelanggan katering harian memesan makanan untuk konsumsi sehari-hari karena menghemat biaya makan dan terlalu sibuk untuk mengolah makanannya sendiri (Putra dkk., 2022).

Menurut pemilik, pada bulan Februari 2023 terdapat komplain atau kritik yang diberikan oleh pelanggan karena menu atau *request* dari pelanggan yang berbeda dengan produk yang diterima oleh mereka. Contohnya disaat konsumen ingin dalam makanannya tidak diberikan sambal atau tidak pedas, produk makanan yang diterima terdapat sambal atau terasa pedas. Komplain lainnya, yaitu tentang salah rekap pesanan yang dilakukan oleh admin, pengantaran telat, dan makanan yang diterima oleh konsumen berantakan atau berbeda dari foto di sosial media.

Katering Senjani Kitchen telah membuat survei kepada pelanggan untuk menilai kepuasan pelanggan. Hasil survei belum dapat mengukur kepuasan dari kepentingan dan kinerja yang diterima oleh konsumen. Selain itu tidak dapat diketahui manakah atribut kualitas pelayanan perusahaan yang belum maksimal. Oleh sebab itu, penelitian analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan produk di *Senjani Kitchen* Kota Malang ini bertujuan untuk mengukur kepuasan konsumen yang didapatkan dari penilaian kepentingan dan kinerja dari kualitas pelayanan dan produk yang diterima oleh konsumen.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan produk dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) di katering *Senjani Kitchen*?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum

Mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan produk di katering *Senjani Kitchen* Kota Malang dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

2. Tujuan khusus

- a. Menganalisis penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan di katering *Senjani Kitchen* Kota Malang dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).
- b. Menganalisis penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja di katering *Senjani Kitchen* Kota Malang dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).
- c. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen di katering *Senjani Kitchen* Kota Malang dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan serta menerapkan ilmu teori yang telah didapat tentang penyelenggaraan makanan institusi, khususnya mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan produk di katering *Senjani Kitchen* Kota Malang.

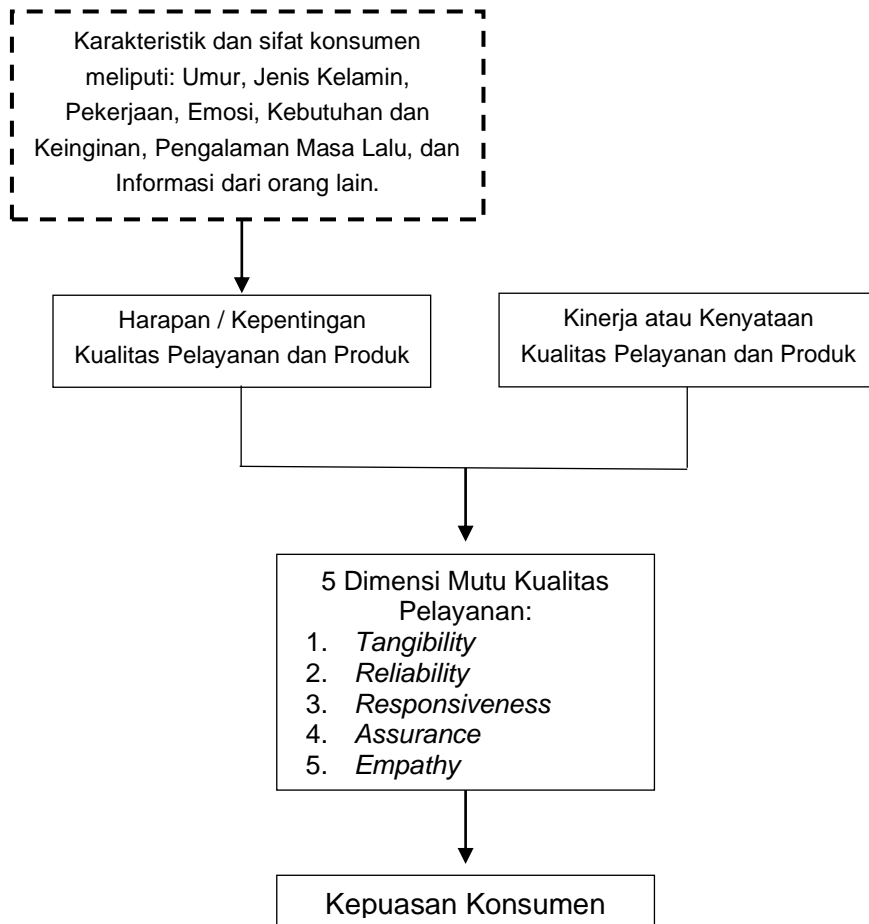
2. Manfaat Bagi Pembaca

Dapat menjadi sumber ilmu pengetahuan mengenai penilaian kepuasan konsumen dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI), serta dapat menjadi bahan dalam penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

3. Manfaat Bagi Institusi

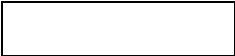
Memberikan informasi bagi *Senjani Kitchen* mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan produk yang diperoleh sehingga bermanfaat untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan dan produk.

E. Kerangka Konsep



Gambar 1. Kerangka Konsep

Keterangan:

 : Diteliti

 : Tidak Diteliti

Karakteristik dan sifat konsumen yang meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, emosi, kebutuhan dan keinginan, pengalaman masa lalu, dan informasi dari orang lain mempengaruhi harapan atau kepentingan dalam menerima kualitas pelayanan dan produk. Dalam mendapatkan nilai kepuasan pelanggan, dibutuhkan perbandingan antara kepentingan dari pelayanan dan produk yang diinginkan dan kinerja dari pelayanan dan produk dari pelayanan dan produk yang diberikan. Cara untuk menilai kepentingan dan kinerja tersebut menggunakan 5 dimensi mutu kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.