

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penyelenggaraan Makanan

1. Pengertian penyelenggaraan makanan

Penyelenggaraan makanan institusi/massal (SPMI/M) adalah penyelenggaraan makanan yang dilakukan dalam jumlah besar atau massal. Batasan mengenai jumlah 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 penyelenggara lebih dari 50 porsi perhari (Bakrie dkk, 2018).

Penyelenggara makanan institusi berprinsip pada kegiatan penyelenggaraan makanan dengan menggunakan tenaga kerja seminimal mungkin tetapi mencapai kepuasan pelayanan, kualitas yang maksimal dan pengontrolan biaya yang tepat. Rangkaian kegiatan yang dilakukan secara terpadu terdiri atas perencanaan, pengadaan, penyimpanan, pengelolaan bahan makanan dan perhidangan makanan dalam skala besar (massal) serta pengadaan peralatan. Lembaga yang merupakan penyelenggara makanan secara massal (institusi) adalah industri (tenaga kerja), sosial seperti panti suhan, sekolah, rumah sakit komersial, khusus seperti asrama haji, keadaan darurat misalnya bencana alam dan asrama. Tujuan penyelenggaraan makanan institusi adalah untuk menyediakan makanan yang berkualitas, bervariasi, mencukupi kebutuhan energi dan zat gizi, dapat diterima dan memberikan kepuasan kepada konsumen serta memberikan standar hygiene dan sanitasi yang tinggi dalam bahan maupun dalam peralatan dan sarana yang digunakan (Rtua & Siregar, 2015).

Berkembangnya kegiatan penyelenggara atau pelayanan makanan dalam jumlah besar pada institusi-institusi (misalnya: asrama, pelayanan makanan anak sekolah, restoran/ rumah makan, warung dan café) terutama di perkotaan disebabkan oleh kurang tersedianya waktu untuk menyiapkan makanan bagi keluarga karena semakin banyak para wanita yang bekerja diluar rumah untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Disamping itu faktor jarak ke tempat tugas yang jauh, kesulitan dalam perjalanan sehingga makanan yang dibawa menjadi rusak dan kemajuan teknologi menuntut penggunaan jam kerja yang efektif bagi tenaga

kerja. Oleh karena itu, keberadaan tempat pelayanan makanan di berbagai tempat sudah menjadi sangat penting. Bahkan saat ini semakin banyak kita temukan penjaja makanan (*food vendors*) yang menyediakan makanan sepanjang jalan baik di kota maupun di pedesaan, sehingga mempermudah setiap orang yang membutuhkan makanan setiap saat (Bakri, dkk., 2016).

2. Syarat dan klasifikasi penyelenggaraan makanan institusi

Menurut Bakrie (2018), dalam pelayanan makanan bagi konsumennya institusi penyelenggaraan harus memperhatikan kebutuhan konsumen dan memenuhi syarat, antara lain :

- a. Menyediakan makanan harus memenuhi kebutuhan gizi konsumen
- b. Memenuhi syarat hiegiene dan sanitasi
- c. Peralatan dan fasilitas memadai dan layak digunakan.
- d. Memenuhi selera dan kepuasan konsumen.
- e. Harga makanan dapat dijangkau konsumen.

Menurut bakrie (2018) klasifikasi penyelenggaraan makanan institusi berdsarkan sifat dan tujuannya, dibagi menjadi 2 (dua) 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 ;

- 1) Pelayanan kesehatan
- 2) Sekolah
- 3) Asrama
- 4) Institusi sosial
- 5) Institusi khusus
- 6) Darurat

Sedangkan kelompok institusi yang bersifat oriented adalah;

- 1) Transportasi
- 2) Industri
- 3) Komersial

Berdasarkan jenis konsumennya, penyelenggaraan makanan dapat diklasifikasikan menjadi 9 kelompok, antara lain;

1. Penyelenggaraan makanan pada pelayanan kesehatan
2. Penyelenggaraan makanana anak sekolah/school feeding
3. Penyelenggaraan makanan asrama

4. Penyelenggaraan makanan di institusi sosial
5. Penyelenggaraan makanan institusi khusus
6. Penyelenggaraan makanan darurat
7. Penyelenggaraan makanan industry transportasi
8. Penyelenggaraan makanan tenagag kerja
9. Penyelenggaraan makanan institusi komersial

1. Sifat penyelenggaraan makanan

Sifat penyelenggaraan makanan dapat dikelompokkan sebagai berikut;

a. Penyelenggaraan makanan bersifat komersial

Pada penyelenggaraan makanan yang bersifat komersial, penyelenggaraan makanana ini bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Usaha jasaboga, kantin, kafetaria dan warung makan tergolong penyelenggaraan makanan yang bersifat komersial.

b. Penyelenggaraan makanan bersifat non komersial

Pada penyelenggaraan makanan yang bersifat non komersial, penyelenggaraan makanan tidak bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Penyelenggaraan makanan untuk orang dirumah sakit, penghuni asrama, panti asuhan, barak militer, pengungsi dan narapidana tergolong penyelenggaraan makanan bersifat non komersial (Moehyi, 1994).

Pada katsugi bento ini termasuk dalam penyelenggaraan makanan komersial. Menurut bakri, dkk (2018) Penyelenggaraan makanan komersial adalah penyelenggaraan makanan dengan macam dan variasi yang tidak terikat pada aturan, melayani kebutuhan masyarakat diluar rumah yang berorientasi pada keuntungan, mempertimbangkan aspek pelayanan, kebutuhan dan kepuasan konsumen. Penyelenggaraan makanan komersial meliputi semua bentuk penyelenggaraan makanan yang dilaksanakan untuk mendapatkan keuntungan (profit), seperti restoran, snack bar, dan fast food, baik yang berada dilokasi resort atau didalam kota. Adapun tujuan penyelenggaraan makanan komersial yaitu :

1. Memperoleh keuntungan maksimal.
2. Memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen, yaitu makanan yang mengutamakan cita rasa yang menarik dengan

harga yang sesuai dengan harapan konsumen.

3. Menyenangkan konsumen.
4. Menarik konsumen baru.

B. Rumah Makan

1. Definisi

Rumah makan adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan atau minuman (Marsum, 2005:7r). Dalam istilah umum rumah makan juga disebut ushahagstronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Walaupun umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga rumah makan yang menyediakan layanan take-out dining dan delivery service untuk melayani konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkannya, misalnya rumah makan chinese food, rumah makan padang, rumah makan cepat saji (fast food restaurant) dan sebagainya (Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas).

Rumah makan di Indonesia disebut juga sebagai restoran. restoran merupakan kata resapan yang berasal dari bahasa Perancis yang diadaptasi oleh bahasa Inggris, "restaurant" yang berasal dari kata "restaurer" yang berarti "memulihkan". Keberadaan Rumah Makan mulai dikenal sejak abad ke-9 di daerah Timur Tengah sebelum muncul di Cina. Dalam dunia Islam di abad pertengahan, terdapat "rumah makan dimana seorang dapat membeli seluruh jenis makanan yang disediakan". Rumah makan seperti ini disebutkan oleh Al- Muqaddasih seorang ahli geografi kelahiran tahun 945 masehi yang tinggal di timur tengah pada akhir abad ke 10. Dari definisi tersebut, disimpulkan bahwa rumah makan merupakan tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman yang bersifat komersial.

2. Klasifikasi restoran

Menurut Marsum 2005, ada beberapa tipe klasifikasi yaitu:

1. *Ala Carte* Restaurant adalah restoran dimana konsumen bebas memilih sendiri makanannya dan tiap makanan memiliki harga tersendiri.
2. *Table D'hote* Restaurant adalah suatu restoran yang khusus menjual

menu table d'hote, yaitu satu susunan menu yang lengkap dari hidangan pembuka sampai penutup dengan harga yang telah ditentukan.

3. *Coffee Shop* atau *Brasserie* adalah suatu restoran yang pada umumnya berhubungan dengan hotel dimana konsumen dapat mendapatkan makan pagi, makan siang, dan makan malam secara cepat dengan harga yang telah ditentukan. Pada umumnya sistem pelayanannya *American Service* yang diutamakan kecepatan, *Ready on plate service* dimana makanan sudah disiapkan diatas piring, dan penyajian yang dilakukan secara buffet atau prasmanan.
4. *Cafeteria* atau *Cafe* adalah restoran mengutamakan penjualan kue, roti isi, kopi dan teh. Pilihan makanan terbatas dan tidak menjual minuman beralkohol.
5. *Canteen* adalah restoran yang berhubungan dengan kantor, pabrik, atau sekolah dimana para pekerja dan pelajar bisa mendapatkan makan siang dan coffee break.
6. *Continental Restaurant* adalah suatu restoran yang menyediakan hidangan continental pilihan dengan pelayanan yang mewah.
7. *Inn Tavern* adalah restoran dengan harga yang relatif cukup terjangkau, yang dikelola oleh perorangan di tepi kota.
8. *Snack Bar* atau *Milk Bar* adalah restoran cepat saji fast food dimana konsumen bebas memilih sendiri makanannya. Makanan yang tersedia umumnya hamburger, roti isi, kentang goreng, ayam goreng, nasi dan mie.
9. *Specialty Restaurant* adalah restoran yang menyediakan makanan Eropa, China, Jepang, India dan pelayanan berdasarkan tata cara negara asal makanan spesial tersebut.
10. *Family Type-Restaurant* adalah restoran yang disediakan untuk tamu-tamu keluarga maupun rombongan. Berdasarkan uraian klasifikasi tersebut, maka *RM Cibiuk* masuk dalam klasifikasi *Ala Carte Restaurant*. Hal ini dikarenakan rumah makan menjual makanan dengan banyak variasi dan konsumen bebas memilih makanan yang diinginkan serta setiap makanan memiliki harga masing-masing.

C. Persepsi Konsumen

1. Definisi

Menurut Cambridge Persepsi merupakan sebuah kepercayaan yang sering digunakan oleh banyak orang dan berdasarkan pada bagaimana hal-hal yang tampak. Sensasi mengacu pada respon reseptor sensorik dan organ indra terhadap rangsangan lingkungan. Persepsi, di sisilain adalah sebuah proses yang melibatkan pengenalan dan interpretasi rangsangan yang diterima indra kita (Rookes and Wilson, 2000).

Schacter menjelaskan jika persepsi merupakan organisasi, identifikasi, dan interpretasi sebuah sensasi untuk membentuk sebuah representasi mental. Sensasi merupakan kesadaran sederhana karena rangsangan organ indra. Persepsi adalah proses dimana individu memilih, mengatur, dan menafsirkan kesan sensorik mereka untuk memberi arti bagilingkungannya (Langton and Robbins, 2006).

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah sebuah proses yang aktif untuk mengidentifikasi menafsirkan maupun menginterpretasi rangsangan atau stimulus baik berupa orang, objek, peristiwa atau kejadian, situasi, dan aktivitas yang diterima oleh indra manusia.

2. Proses persepsi

Persepsi tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan ada proses penting yang membentuk persepsi. Wood (2016) menyebutkan bahwa persepsi dikatakan sebagai proses yang aktif yang dimulai dari pengenalan sampai interpretasi. Hal tersebut identic dengan proses persepsi. Proses persepsi dapat dibedakan menjadi tiga proses, yaitu selection, organization dan interpretation. Seperti yang telah disebutkan oleh Wood, persepsi dikatakan sebagai proses aktif memilih, mengatur dan menafsirkan orang, objek, peristiwa, situasi, dan aktivitas. Dengan demikian, hal pertama yang harus diperhatikan dalam definisi ini adalah persepsi itu merupakan proses aktif. Hal tersebut memberikan makna bahwa sesuatu tersebut sangat tergantung pada aspek mana yang akan diperhatikan dan mengatur serta menafsirkan hal yang diperhatikan tersebut. Persepsi dan komunikasi adalah dua hal yang berhubungan. Melalui persepsi yang dimiliki oleh seseorang, hal tersebut mempengaruhi pilihan untuk berkomunikasi, baik dari segi Bahasa, respons dan lain – lain.

a. *Selection*

Pada tahap ini cenderung memilih atau mengenal hal – hal yang lebih menarik atau hal yang diinginkan, dan lain-lain, untuk ditafsirkan atau diinterpretasi.

b. *Organization*

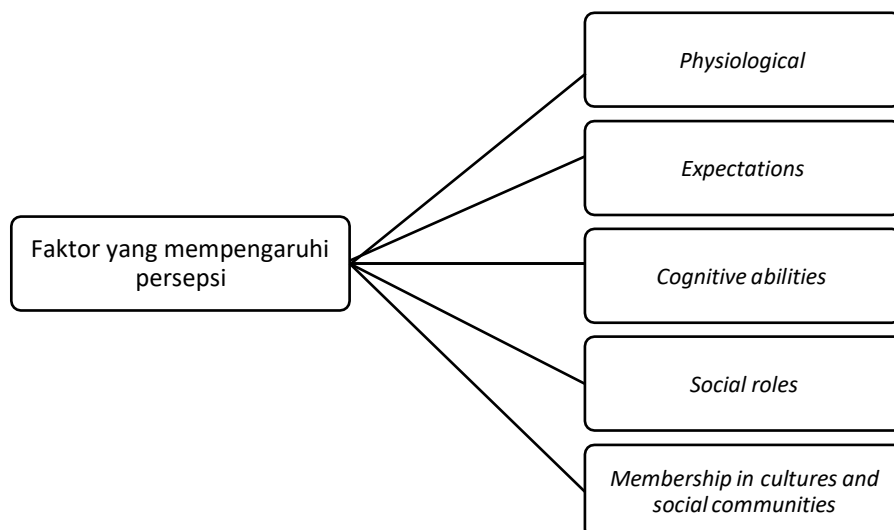
Pada tahap ini seseorang mengatur persepsi dengan baik menggunakan struktur kognitif. Dalam teori konstruktivisme, seorang mengatur dan menafsirkan pengalamannya menggunakan struktur kognitif.

c. *Interpretation*

Interpretasi adalah proses yang subjektif dalam membuat penjelasan-penjelasan tentang apa yang akan diamati dan dialami. Pada tahap ini seseorang akan akan menafsirkan atau menginterpretasi stimulus atau rangsangan yang dia terima atau menafsirkan objek, kejadian, dan lain-lain.

3. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Persepsi seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor. Kondisi seseorang dapat memengaruhi persepsi terhadap objek, peristiwa dan lain – lain. Berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi.



Gambar 1. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Terkait dengan persepsi, salah satu model yang sangat populer dan sangat umum digunakan dalam penelitian terutama penelitian – penelitian ilmu sosial

maupun kesehatan adalah Health Believe Model (HBM). HBM dikembangkan tahun 1950-an oleh peneliti atau seorang psikolog sosial amerika untuk menjelaskan kegagalan yang luas, banyak orang berpartisipasi dalam mencegah dan mendeteksi penyakit. Adapun komponen lengkap dari HBM mencakup;

- a. Persepsi terhadap kerentanan.
- b. Persepsi terhadap keparahan.
- c. Persepsi terhadap manfaat.
- d. Persepsi terhadap hambatan.
- e. Cues to action.
- f. Self -efficacy.

Selain itu faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain ;

- a. Intensitas

Pronsep intensitas dari suatu perhatian dapat dinyatakan bahwa semakin besar intensitas stimulus dari luar, layaknya semakin besar pula hal-hal yang dapat dipahami. Suara yang keras, bau yang tajam, sinar yang terang akan lebih banyak atau muah diketahui dibandingkan dengan suara yang lemah dan lain sebagainya.

- b. Kontras

Bahwa stimulus dari luar penampilannya berlawanan dengan latar belakang atau sekelilingnya yang sama sekali diluar sangkaan orang banyak, akan menarik banyak perhatian.

- c. Pengulangan

Bahwa stimulus dari luar yang diulang akan memberikan perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan sekali dilihat.

- d. Sesuatu yang baru

Bahwa baik situasi eksternal yang baru maupun yang sudah dikenal dapat dipergunakan sebagai penarik perhatian.

4. Pengukuran persepsi

Dalam penelitian kuantitatif, semua variabel harus dapat diukur. Demikian juga halnya dengan variable persepsi. Ada beberapa referensi yang menyebutkan bahwa pengukuran persepsi dapat dilakukan dengan memberikan sejumlah list pertanyaan atau kuisisioner yang nantinya kuisisioner tersebut diberikan kepada responden. Dalam kuisisioner persepsi, setidaknya mengandung lima atau enam komponen persepsi yaitu (1) *perceived susceptibility*, (2) *perceived severity*,

(3) *perceived benefits*, (4) *perceived barriers*, (5) *cues to action*, dan (6) *perceived self-efficacy*.

Setelah pembuatan kuisioner yang mengandung komponen – komponen tersebut, kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas jika kuisionernya dikembangkan sendiri atau belum baku, tetapi jika instrumen telah baku maka selanjutnya dilakukan pengumpulan data menggunakan kuisioner tersebut. Hasil analisis akan mendapatkan skor persepsi, maupun skor persepsi yang dikonversi menjadi persen dengan cara:

$$\text{Skor persepsi (\%)} = \frac{\text{Skor yang didapat}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\%$$

Apabila telah ada total skor atau presentasi, selanjutnya variable persepsi dapat dikategorikan seperti halnya variable pengetahuan maupun variable sikap, Bloom's cut off point dapat digunakan seperti berikut ini.

- 1) Persepsi sangat kuat jika skor 81-100%
- 2) Persepsi kuat jika skor 61-80%
- 3) Persepsi cukup/sedang/fair/moderate/netral jika skor 41-60%
- 4) Persepsi rendah jika skor 21-40%
- 5) Persepsi sangat rendah jika skor 1-20%%

Selain itu, bila akan dilakukan analisis lebih lanjut, baik bivariate maupun multivariate jika data dalam cell nilai frekuensi sangat kecil atau bahkan tidak ada nilai kosong maka untuk pertimbangan analisis, biasanya dilakukan convert. Sebagai contoh, jika responden yang masuk kategori sangat sedikit maka kategori sedang dapat digabung atau di-convert seperti berikut ini.

- 1) Persepsi baik
- 2) Persepsi cukup kurang

Cara lainnya adalah menggunakan nilai mean atau median total skor variable persepsi untuk dijadikan sebagai cut off point variable persepsi menjadi:

- 1) Persepsi positif jika skor di bawah nilai mean atau median, dan
- 2) Persepsi negatif jika skor sama atau lebih besar dari mean atau median.

D. Menu Makanan sehat

1. Definisi

Makanan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang. Berbagai macam makanan telah banyak diproduksi mulai dari makanan ringan hingga

makanan yang tidak ringan demi memenuhi kebutuhan pokok orang sehingga banyak orang yang kurang sadar akan makanan yang mereka konsumsi tanpa memikirkan dampak dari mengonsumsi makanan yang terlalu berlebihan dan menyebabkan kebanyakan orang mengalami obesitas atau kegemukan akibat kebutuhan gizi harian tidak sebanding dengan makanan yang dikonsumsi.

Makanan yang sehat adalah makanan yang higienis dan bergizi. Makanan higienis merupakan asupan makanan yang tidak mengandung bakteri atau zat-zat berbahaya dan tidak mengandung racun yang dapat membahayakan kelangsungan hidup manusia. Bahan makanan yang kita makan sehari-hari selain harus higienis juga harus bergizi juga harus mengandung semua unsur zat gizi dalam jumlah yang cukup. Supaya bahan makanan yang akan kita makan mengandung komposisi lengkap, yaitu terdiri atas karbohidrat, lemak, protein, vitamin, mineral dan air, maka kita perlu mengatur komposisi bahan makanannya. Di Indonesia komposisi tersebut dikenal dengan nama "4 sehat 5 sempurna". Bahan makanan empat sehat lima sempurna adalah sebagai berikut :

- 1) Makanan pokok sebagai sumber karbohidrat, seperti beras, jagung, dan sagu yang berguna sebagai zat tenaga.
- 2) Lauk-pauk sebagai sumber protein dan lemak, seperti daging, telur, keju, dan ikan. Yang berguna sebagai zat pembangun.
- 3) Sayuran sebagai sumber vitamin, mineral dan air, seperti bayam, kangkung, wortel, dan mentimun. Berguna untuk zat pelindung.
- 4) Buah-buahan sebagai sumber vitamin dan air, seperti nanas, jeruk, pisang, dan apel. Kandungannya sama seperti zat yang ada pada sayuran yaitu sebagai zat pelindung.
- 5) Susu sebagai sumber protein, lemak, vitamin, mineral dan air.

Jadi komposisi makanan 4 sehat 5 sempurna harus mengandung bahan makanan yang mempunyai kegunaan sebagai zat tenaga, zat pembangun, dan zat pelindung.

Hidangan empat sehat merupakan hidangan yang seimbang untuk orang dewasa, sedangkan lima sempurna, yaitu air susu sangat dianjurkan untuk yang rentan, seperti anak-anak, ibu hamil dan menyusui.

- 1) Bahan makanan sumber zat tenaga

Sumber zat tenaga dihasilkan dari bahan makanan yang mengandung karbohidrat, lemak, dan protein. Sumber tenaga berarti

dapat dihasilkan tenaga dan panas yang diperlukan oleh tubuh untuk bekerja dan berpikir. Contohnya: menulis, berjalan, bermain, dan olahraga. Jika tidak ada sumber tenaga, tubuh kita menjadi lemas. Sebagian besar tenaga dan panas ini didapatkan dari bahan makanan pokok, seperti beras, jagung, singkong, dan sagu. Selain itu, terdapat pula pada bahan makanan, seperti kelapa, daging, telur, dan bahan makanan yang manis-manis (gula-gula, sirup, dan dodol).

2) Bahan makanan sumber zat pembangun

Sumber zat pembangun yang berguna untuk membangun tubuh dihasilkan dari bahan makanan yang mengandung banyak protein, mineral, dan air. Bahan makanan yang merupakan zat pembangun ini terdapat pada makanan yang berasal dari:

- a) Hewani: ikan, telur, dan daging
- b) Nabati: kacang-kacangan dan hasil olahannya.

Bahan makanan sumber zat pembangun berguna untuk pertumbuhan dan mengganti bagian-bagian sel-sel yang rusak di dalam tubuh. Hal ini berguna agar tubuh menjadi sehat.

3) Bahan makanan sumber zat pelindung

Zat pelindung berguna untuk mengatur dan melindungi proses di dalam tubuh (mengatur organ-organ tubuh dan melindungi tubuh dari berbagai penyakit). Sumber zat pelindung didapatkan dari bahan makanan yang mengandung vitamin dan mineral terutama yang dihasilkan dari bahan nabati (berasal dari tumbuhan), yaitu macam-macam sayuran dan buah-buahan.

4) Susu

Susu adalah bahan yang dihasilkan dari hewan yang mengandung protein, lemak, vitamin, mineral dan air. Susu yang sering dikonsumsi adalah air susu yang dihasilkan dari hewan ternak seperti sapi, kerbau, kambing, unta, atau kuda. Susu mengandung nilai gizi yang paling tinggi dibandingkan dengan bahan makanan lain karena hampir semua zat gizi terdapat dalam susu. Karena ini, susu merupakan penyempurna hidangan empat sehat menjadi lima sempurna. Hidangan 5 sempurna sangat dianjurkan, terutama untuk usia rentan. Susu ini bersifat kental atau pecah menggumpal. Tidak berbau, tidak

enak, dan mudah asam sehingga perlu diawetkan, menjadi bentuk berikut.

- a. Susu asam (yoghurt), ialah susu segar yang diasamkan oleh bakteri khusus.
- b. Susu skim, ialah susu yang telah dikurangi lemaknya, sehingga vitamin yang larut dalam lemak telah berkurang.
- c. Susu bubuk, ialah susu cair yang disempurnakan dalam ruangan yang panas hingga airnya menguap dan meninggalkan serbuk kuning.
- d. Susu kental manis, ialah jenis susu yang dipekatkan dengan menambahkan gula minimal 40% biasanya dikemas dalam kaleng.
- e. Susu kental tidak manis, ialah susu yang telah mempunyai tekstur kental dan lembut, rasanya enak, tetapi cukup tajam, susu ini berasal dari susu yang tersisa dari pembuatan butter.

Dari gambar diatas, diperlihatkan bahwa ada 4 prinsip, yaitu membiasakan makan makanan beraneka ragam pola hidup bersih, pola hidup aktif dan memantau berat badan secara rutin, selain itu konsumsi minum minimal 2 liter/8 gelas setiap hari, konsumsi makanan pokok berupa sumber karbohidrat seperti beras, jagung, umbi ubi, roti, tepung, bihun, mie sebesar 3-8 porsi. Konsumsi sumber vitamin, mineral, serta, seperti sayur sebesar 3-5 porsi. Sumber protein nabati (kacang-kacangan, tahu, tempe dan lain- lain) dan protein hewani (ikan, daging, ayam, susu) sebesar 2-3 porsi. Adapun untuk minyak, gula dan garam seperlunya saja.

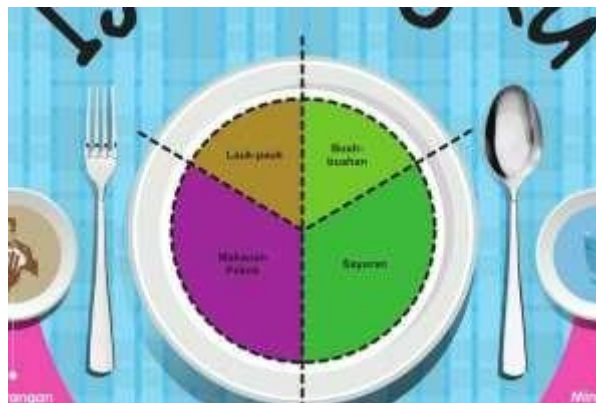
2. Komposisi menu

Menu makanan sehat mengandung komponen atau zat zat yang dibutuhkan oleh tubuh karena makanan merupakan zat gizi utama bagi keperluan tubuh. Menurut Almatier yang dikutip oleh marmi, zat gizi merupakan suatu ikatan bahan kimia yang dibutuhkan oleh tubuh, yaitu: karbohidrat, lemak, protein, vitamin, dan air, yang berfungsi sebagai penghasil energi untuk kelangsungan hidup dan metabolisme di dalam tubuh, sebagai pembentuk sel-sel pada jaringan tubuh dan berfungsi untuk memelihara jaringan sel-sel tersebut.³² Diantaranya unsur-unsur yang terdapat pada makanan sehat, yaitu:

- a) Karbohidrat
- b) Lemak
- c) Protein
- d) Vitamin
- e) Mineral
- f) Air

3. Standar porsi (porsi makan)

Pemorsian menu makanan adalah suatu proses atau cara mencetak makanan sesuai dengan standar porsi yang telah ditentukan. Standar porsi adalah rincian macam dan jumlah bersih pada setiap hidangan. Dalam penyelenggaraan makanan, diperlukan adanya standar porsi untuk setiap hidangan, sehingga macam dan jumlah hidangan menjadi jelas. Porsi yang berstandar harus ditentukan untuk semua jenis makanan dan penggunaan peralatan seperti sendok sayur, centong, sendok pembagi harus standar.



Gambar 2. Porsi Makan

4. Keamanan pangan

Keamanan dan kelayakan pangan merupakan syarat penting yang harus melekat pada pangan yang hendak dikonsumsi oleh semua masyarakat Indonesia. Keamanan pangan bukan hanya merupakan isu dunia tapi juga menyangkut kepedulian individu. Berdasarkan Undang-undang no.7 tahun 1996 tentang pangan, keamanan pangan adalah kondisi dan upaya untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang mengganggu, merugikan, dan membahayakan. Jaminan akan keamanan pangan adalah hak asasi setiap konsumen. Oleh karena itu makanan yang hendak dikonsumsi harus bebas dari bahan pencemar atau kontaminan. Pencemaran makanan adalah suatu

keadaan atau kondisi terdapatnya bahan-bahan asing yang keberadaannya tidak diinginkan dalam makanan. Proses pencemaran makanan dapat terjadi pada tahap sebelum pengolahan, pengolahan, penyimpanan, pengangkutan atau distribusi, dan penyajian makanan. Upaya pencegahan pencemaran makanan dilakukan pada setiap tahapan pengelolaan makanan (Hermawan, 2005).

Beberapa pendekatan yang dapat digunakan sebagai upaya nyata untuk meningkatkan keamanan pangan antara lain dapat dilakukan dengan penetapan Skor Keamanan Pangan (SKP) pada pengolahan makanan dengan cara mengidentifikasi komponen – komponen pengolahan makanan yang terdiri dari antara lain sebagai berikut

1. Pemilihan dan Penyimpanan Bahan Makanan (PPB),
2. Higiene pemasak (HGP),
3. Pengolahan Bahan Makanan (PBM),
4. Distribusi Makanan (DPM).

Kriteria SKP untuk makanan yang diproduksi meliputi kategori baik/aman, sedang, rawan tapi masih aman untuk dikonsumsi, dan rawan serta tidak aman untuk dikonsumsi. Penetapan kategori atau kriteria tersebut didasarkan pada skor SKP yang diperoleh. Oleh karena sangat pentingnya keamanan dan kelayakan suatu produk makanan yang akan dikonsumsi, maka kami melakukan survey penilaian keamanan suatu produk makanan dengan menggunakan aplikasi form SKP (Standar Keamanan Pangan) di “Katsugi Bento” untuk menentukan apakah produk pangan atau makanan yang diolah masuk dalam kriteria pangan yang aman atau rawan untuk dikonsumsi.

5. Fungsi zat gizi

Gizi berasal dari bahasa Arab “ghidza” yang menurut harafiah adalah zat makanan dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah “nutrition” yang berarti adalah bahan makanan. Zat gizi sering diartikan juga sebagai ilmu gizi. Zat gizi adalah zat-zat yang diperlukan tubuh yang berasal dari zat makanan. Macam-macam zat gizi meliputi karbohidrat (hidrat arang), lemak, protein, mineral, dan vitamin. WHO (World Health Organization, dalam Soekirman, (2000: 4) mengartikan ilmu gizi sebagai ilmu yang mempelajari proses yang terjadi pada organisme hidup untuk kembali dan mengolah zat-zat padat dan cair dari makanan yang diperlukan untuk memelihara kehidupan, pertumbuhan, berfungsi organ tubuh, dan menghasilkan energi.

Menurut Sunita Almatsier (2002: 3) zat gizi adalah ikatan kimia yang diperlukan tubuh untuk melakukan fungsinya, yaitu menghasilkan energi, membangun sel-sel yang mati atau rusak, membangun dan memelihara jaringan, serta mengatur proses pencernaan, penyerapan, transportasi, penyimpanan, metabolisme, dan pengeluaran zat gizi untuk mempertahankan kehidupan, pertumbuhan dan fungsi normal organ tubuh, serta menghasilkan tenaga. Pada perkembangan sekarang, kata gizi mempunyai pengertian yang luas disamping untuk kesehatan, gizi dikaitkan dengan potensi seseorang, karena gizi berkaitan dengan potensiseseseorang yaitu gizi berkaitan dengan potensi otak, kemampuan belajar dan produktivitas kerja, oleh karena itu, di Indonesia faktor gizi penting dalam pembangunan, khususnya dalam pengembangan sumber dayamanusia. Terpenuhiya kebutuhan gizi seimbang sangat penting bagi tubuh manusia, karena kekurangan asupan gizi akan menimbulkan efek negatif bagi tubuh kita, seperti diungkapkan oleh Marsetyo (1995: 2) bahwa kekurangan gizi akan berakibat pada pertumbuhan dan perkembangan kurang normal dan kelesuan, tidak bergairah melakukan kegiatan sehari-hari.

Menurut Sunita Almatsier (2002: 291) gizi yang seimbang dikelompokkan berdasarkan tiga fungsi utama yaitu:

- a. Sumber energi atau tenaga yaitu padi-padian atau serealia seperti beras, jagung, gandum, umbi-umbian seperti ubi singkong dan talas serta hasil olahannya seperti tepung-tepungan, mie dan bihun.
- b. Sumber protein yaitu sumber protein hewani, seperti daging ayam telur, dan susu. Sumber protein nabati, seperti kacang-kacangan: kacang kedelai kacang tanah, kacang hijau, kacang merah, kacang tolo, serta hasil olahannya seperti tempe, tahu, susu kedelai, dan oncom,
- c. Sumber zat pengatur seperti sayuran dan buah, sayuran diutamakan yang berwarna hijau dan jingga, seperti bayam, daun singkong, daun katuk, kangkung, wortel, serta sayur kacang-kacangan seperti kacangpanjang, buncis dan kecipir. Buah-buahan yang diutamakan yang berwarna jingga dan kaya akan serat dan barasa asam, seperti pepaya, mangga, nanas, nangka masak, jambu biji, apel, sirsat dan jeruk.

Selain bahan makanan di atas dalam makanan sehari-hari kita mengenal sumber lemak murni, seperti minyak goreng, margarine, mentega serta sumber karbohidrat murni seperti gula pasir, gula merah madu dan sirup. Zat gizi seimbang

tersebut telah dijadikan patokan oleh para ahli gizi sehingga lahirlah apa yang disebut Pedoman Umum Gizi Seimbang (PUGS).

Menurut Sunita Almatsier (2002: 290), pedoman umum Gizi Seimbang(PUGS) adalah pedoman dasar tentang gizi seimbang yang disusun sebagai penuntun pada perilaku konsumsi makanan. PUGS menganjurkan agar 60-75% kebutuhan energi diperoleh melalui karbohidrat (terutama berkarbohidrat kompleks), 10-15% dari protein, dan 10-25% dari lemak. Usia sekolah berada pada masa pertumbuhan dan perkembangan, karena itu anak usia sekolah sangat membutuhkan zat gizi untuk pertumbuhan dan perkembangan khususnya energi dan protein. Disamping itu anak sekolah merupakan pengonsumsi yang aktif dan mandiri dalam menentukan makanan yang dikehendaknya. Kecepatan pertumbuhan anak sekolah jika tidak dibarengi dengan zat gizi yang seimbang dikhawatirkan kesempatan tumbuh yang pesat tersebut terganggu. Dengan memperhatikan kuantitas dan kualitas zat gizi diharapkan makanan yang dikonsumsi anak-anak dapat menunjang pertumbuhan dan perkembangannya. Menurut Marsetyo (2010: 1), manfaat zat-zat gizi bagi tubuh adalah sebagai berikut:

- a. Memelihara proses tubuh dalam pertumbuhan dan perkembangan terutama bagi mereka yang masih dalam masa pertumbuhan.
- b. Memperoleh energi guna melakukan kegiatan fisik sehari-hari Menurut I Dewa Nyoman Supariasa (2002: 113), Angka Kecukupan

Gizi (AKG) di Indonesia didasarkan atas patokan berat badan untuk masing-masing kelompok berat badan menurut umur. AKG tidak sama dengan angka kebutuhan gizi. Angka Kebutuhan gizi adalah banyaknya zat-zat gizi yang dibutuhkan seseorang untuk mencapai dan mempertahankan status gizi. Sedangkan AKG (Angka Kecukupan Gizi) adalah kecukupan gizi rata-rata penduduk. Dari beberapa pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa gizi adalah ilmu yang mempelajari tentang zat-zat yang diperlukan oleh tubuh yang berasal dari zat makanan, meliputi karbohidrat (hidrat arang), lemak, protein, mineral, dan vitamin

E. Frekuensi Kunjungan

1. Definisi frekuensi kunjungan

Kata "Frekuensi" yang dalam bahasa Inggrisnya adalah "frequency" berarti

“Kekerapan”, “Keseringan”, atau “Jarang”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, frekuensi adalah jumlah sering munculnya sesuatu dalam suatu batasan. Menurut Signoreilly, frekuensi diartikan sebagai tingkat keseringan. Jadi frekuensi diartikan sebagai tingkat keseringan mengunjungi perpustakaan. Istilah frekuensi berkaitan dengan istilah intensitas, karena frekuensi merupakan salah satu indikator dari intensitas. Intensitas merupakan kadar keseringan seseorang dalam melakukan sesuatu. Dalam penelitian ini yang menjadi pokok ialah intensitas atau frekuensi kunjungan. Sedangkan kunjungan ialah kehadiran subjek pada suatu tempat atau objek.

Frekuensi kunjungan dapat diukur melalui daftar hadir pengunjung, daftar hadir ini dapat diukur dari tabel dan grafik kunjungan yang tersedia sebagai berikut:

- a. Sangat sering : >5 kali/bulan
- b. Sering : 2-4 kali/bulan
- c. Jarang : 1 kali/bulan

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa frekuensi kunjungan adalah tingkat kekerapan atau sering tidaknya konsumen berkunjung ke rumah makan katsugi bento.

2. Faktor-faktor Yang mempengaruhi frekuensi kunjungan

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi untuk mendukung frekuensi kunjungan yaitu;

- a. Persepsi konsumen mengenai makanan di rumah makan tersebut.
- b. Pelayanan rumah makan tersebut
- c. Harga di rumah makan tersebut

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa minat kunjungan konsumen bersifat kausal dan dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya persepsi konsumen tersebut mengenai menu makanan sehat.

F. Minat Beli Ulang Konsumen

1. Definisi

Menurut Sutantio (2004), menyatakan bahwa dalam ekstensi merek apabila calon pembeli sudah mempunyai cukup informasi mengenai merek induk dan sudah terbentuk persepsi, apabila persepsi tersebut biasanya akan tertarik untuk membeli produk ekstensi yang ditawarkan, terutama apabila mereka melihat bahwa produk ekstensi tersebut mempunyai kaitan yang logis dengan produk dari

merek induk. Sutisna (2011), berpendapat bahwa ketika seorang konsumen mendapatkan respon positif tindakan masa lalu, dari situ akan terjadi penguatan, dengan dimilikinya pemikiran positif atas apa yang diterimanya memungkinkan individu untuk melakukan pembelian secara berulang. Jadi, minat beli ulang dapat disimpulkan sebagai suatu kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, serta memperoleh respon positif atas tindakan masa lalu. Terdapat perbedaan antara pembelian aktual yang benar benar dilakukan oleh konsumen dengan minat beli ulang. Minat beli ulang adalah kecenderungan pembelian dimasa yang akan datang. Meskipun pembelian tersebut belum tentu dimasa mendatang, namun pengukuran kecenderungan pembelian umumnya dilakukan guna memaksimalkan prediksi pembelian itu sendiri (Wedaris, 2016).

Schiffman dan Kanuk (2007) juga berkata bahwa minat beli adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antar orang itu sendiri dengan beberapa tindakan. Schiffman dan Kanuk juga menambahkan bahwa minat mengacu pada hasil dari tindakan yang kelihatan dalam situasi, yaitu minat untuk melakukan respon nyata khusus yang diramalkan. Kolter dan Keller (2007), mengemukakan bahwa setelah konsumen membeli produk tersebut, konsumen bisa puas atau tidak puas dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian. Pelanggan yang puas akan kembali membeli produk, memuji produk yang membelinya dihadapan orang lain, sedikit menarik perhatian pada merek dan iklan pesaing dan membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Konsumen yang puas produk dan kualitas pelayanannya tertentu cenderung untuk membeli kembali pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran kepuasan konsumen merupakan faktor kunci dalam melakukan pembelian ulang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan (Tjiptono, 2008). Lebih lanjut, Griffin (2002) mengatakan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan produk atau jasa yang telah dibeli maka akan melakukan pembelian kembali. Minat beli ulang merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan pembelian. Kebutuhan dan keinginan konsumen akan barang dan jasa berkembang dari masa ke masa dan mempengaruhi perilaku mereka dalam pembelian produk (Mandasari dan Soesanto, 2011). Selain itu dapat meningkatkan frekuensi kunjungan konsumen, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu

rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Berdasarkan uraian mengenai minat beli ulang diatas maka dapat disimpulkan bahwa beli ulang adalah tahap kecenderungan perilaku membeli dari konsumen pada produk suatu barang maupun jasa yang dilakukan secara berulang pada jangka waktu tertentu dan secara aktif menyukai dan mempunyai sikap positif suatu produk barang/jasa, didasarkan pada pengalaman yang telah dilakukan pada masa lampau (Wedaris, 2016).

2. Indikator minat beli ulang

Ferdinand (2002), mengemukakan bahwa terdapat empat indikator untuk mengukur minat beli ulang, yaitu

a. Minat transaksional

Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Contoh: Produk Katsugi Bento yang enak dan bervariasi mendorong seseorang ingin membeli makanan dan minuman di Katsugi Bento.

b. Minat eksploratif

Minat eksploratif menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut Contoh: Karena penasaran dengan apa saja yang dijual di Katsugi Bento seorang mencari tahu informasi lewat internet atau orang yang pernah berkunjung ke Katsugi Bento.

c. Minat preferensial

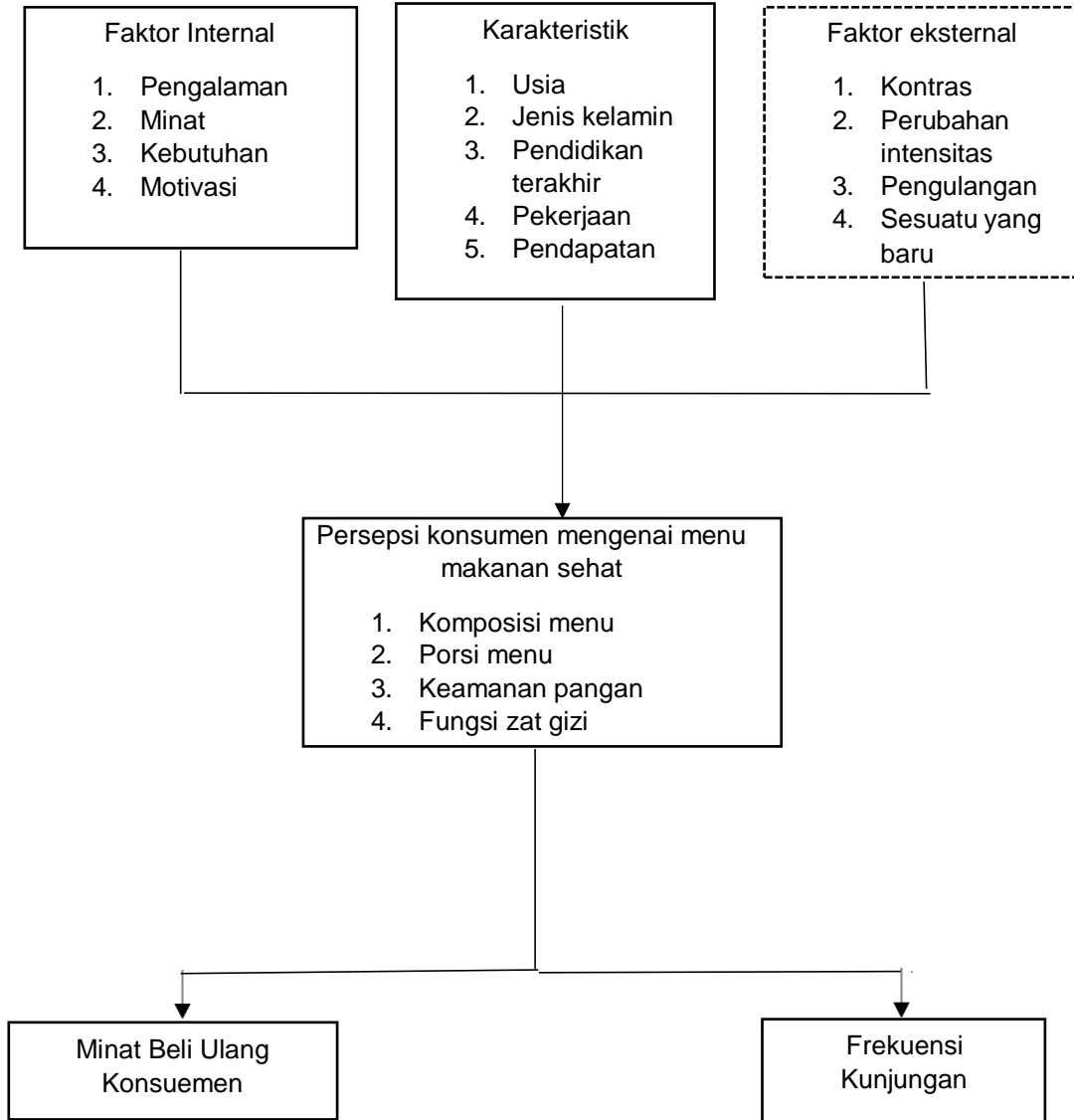
Minat preferensial merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut, preferensi ini dapat berubah bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya Contoh: Produk makanan dan minuman di Katsugi Bento yang bervariasi mendorong seseorang hanya ingin membeli Makanan dan minuman di Katsugi Bento.

d. Minat referensial

Minat referensial adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Contoh Karena pelayanan dan rasa makanan dan minuman di Katsugi Bento yang enak mendorong konsumen untuk mereferensikan makanan dan minuman tersebut ke orang

lain.

G. Kerangka Konsep



Keterangan:

—————

= Variabel yang diteliti

= Variabel yang tidak diteliti

Gambar 3. Kerangka Konsep Penelitian

