

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri makanan adalah industri yang menjanjikan di Indonesia, karena industri makanan adalah industri yang menyediakan kebutuhan pangan yang sebagaimana adalah kebutuhan pokok bagi manusia. Seiring dengan banyaknya permintaan dan kebutuhan, jasa pelayanan makanan tidak hanya berbentuk restoran atau kafe tetapi terdapat juga jasa pelayanan makanan yang dibutuhkan untuk acara pesta pernikahan, ulang tahun, syukuran dan acara-acara kantor seperti seminar, rapat dan pendidikan pelatihan pada perusahaan swasta maupun instansi pemerintahan.

Salah satu jasa pelayanan makanan untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah katering. Jasa boga (katering) adalah industri yang bertujuan untuk mendapatkan profit melalui jasa layanan katering (*commercial catering*) dengan memenuhi serta memuaskan kebutuhan pelanggan melalui produk (barang atau jasa) yang disediakan (Kardigantara, 2006). Bisnis katering pun tak kalah pesat pertumbuhannya dengan kafe dan restoran, hal ini juga dirasakan di Kota Bandung. Menurut Disa Sandhi Ardiansyah selaku Ketua Dewan Pengurus Cabang (DPC) Asosiasi Perusahaan Jasa Boga Indonesia (APJI) Kota Bandung, pelaku usaha katering mencapai 200-300, adapun yang sudah bergabung dengan APJI adalah 153 pelaku usaha (Lukihardianti, 2019). Persaingan bisnis katering akan semakin ketat khususnya di Kota Bandung,

sehingga para pelaku usaha atau perusahaan catering harus mencari cara maupun strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan yang ada. Memberikan pelayanan makanan yang berkualitas, merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk menangkan persaingan yang ada. Yang mana kualitas itu sendiri merupakan suatu tolak ukur untuk memperhitungkan apakah sebuah barang atau pelayanan tersebut memiliki nilai pakai seperti yang diinginkan pelanggan (Sunyoto, 2012).

Dalam pelayanan makanan, pelanggan mendapatkan dua produk secara bersamaan, yaitu bersifat *intangibile* atau tidak berwujud yang berarti pelayanan yang diberikan pegawai dan *tangible* atau berwujud yang berarti adalah makanan yang ditawarkan (Yuliantoro, 2012). Pelayanan yang berkualitas adalah salah satu elemen penting untuk diperhatikan, khususnya dalam industri *hospitality* (Sukur & Rasdi, 2014). Dalam mengukur pelayanan yang berkualitas terdapat beberapa dimensi, yaitu berwujud (*tangible*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*) dan jaminan (*assurance*) (Tjiptono, 2016). Sedangkan makanan yang berkualitas adalah karakteristik makanan yang dapat diterima oleh pelanggan (Potter & Hotchkiss, 2012). Makanan yang berkualitas dapat dinilai melalui beberapa dimensi, yaitu penampilan (*presentation*), kelezatan (*tastiness*), variasi menu (*menu item variety*) dan suhu (*temperature*) (Kivela, et al dalam Sumarjan, et al., 2004).

Kualitas pelayanan dan kualitas makanan harus diperhatikan oleh perusahaan, karena untuk memuaskan para pelanggan haruslah menyediakan pelayanan dan makanan yang memiliki kualitas yang baik. Hal tersebut

didukung pula melalui penelitian yang telah diteliti oleh (Al-Tit, 2015) yang menyatakan bahwa kualitas makanan dan minuman memiliki pengaruh yang positif kepada kepuasan konsumen atau pelanggan. Selaras dengan analisis yang telah dilaksanakan oleh (Nurhanifah et al, 2015) yang menyatakan dimana kepuasan pelanggan datang dari ketepatan kualitas makanan dan kualitas pelayanan yang disediakan pada pelayanan makanan atau katering. Begitupun penelitian yang telah dilakukan oleh (Jamaludin et al, 2014) yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah elemen penting dalam menentukan kepuasan. Sedangkan kualitas makanan adalah elemen mendasar pada pengalaman bersantap dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta menentukan perilaku pelanggan di masa yang akan datang (Ha & Jang, 2010). Berdasarkan pada pernyataan-pernyataan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pelayanan makanan, agar dapat memuaskan pelanggan maka perusahaan perlu memberikan pelayanan dan makanan yang memiliki kualitas yang terbaik. Yang mana kepuasan pelanggan merupakan penentu utama pada perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, pembelian berulang dan loyalitas pelanggan (Zeithaml & Bitner dalam Mensah & Mensah, 2018).

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan maupun kualitas produk karena produk (barang dan jasa) dikatakan berkualitas jika mampu menyanggupi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Kotler & Keller, 2009). Oleh karena itu untuk mengetahui dan mengevaluasi tingkat kualitas yang perusahaan telah berikan kepada pelanggan, perusahaan tentunya dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggan, dimana hal tersebut penting

untuk dilakukan dalam meningkatkan produk (barang dan jasa) yang berfokus pada pelanggan. Suara pelanggan merupakan saran yang berharga bagi perusahaan untuk memahami atribut mana yang perlu dipertahankan dan diperbaiki (Cruz, 2015). Dengan demikian perusahaan akan terus menjaga kualitas produknya yang berupa barang atau jasa untuk dapat tetap memuaskan pelanggannya. Faktor penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan atas *performance* produk berupa barang atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. (Irawan, 2002). Dimana persepsi adalah suatu proses pada individu yang diterima melalui alat inderanya kemudian dipilih, diorganisasikan serta diartikan gambaran tersebut menjadi suatu makna (Kotler & Armstrong, 2012). Sedangkan harapan adalah segala sesuatu yang dipikirkan oleh pelanggan yang harus disediakan oleh penyedia jasa dan akan muncul saat pelanggan membutuhkan suatu barang atau jasa (Kurnia, 2013). Dengan memberikan pelayanan dan makanan yang berkualitas serta tercapainya kepuasan pelanggan maka bisa memberikan beberapa keuntungan bagi perusahaan di antaranya, terciptanya interaksi yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan, awalan yang baik dalam pemakaian jasa kembali serta terwujudnya loyalitas pelanggan, terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut (Tjiptono, 2015). Karena ada tiga hal yang keterkaitannya begitu erat yaitu kualitas produk berupa barang dan jasa, kepuasan pelanggan dan profitabilitas (Kotler & Keller, 2015).

Pada bisnis catering, tidak hanya memasarkan produknya pada perorangan atau *business to consumer* (B2C) tetapi bisnis catering dapat ditargetkan untuk para perusahaan yang dapat disebut juga *business to business*

(B2B) contohnya untuk penyediaan makanan karyawan pada perusahaan tersebut dan dapat ditargetkan pada pemerintahan yang dapat disebut *business to government* (B2G).

Banyaknya permintaan pelayanan makanan untuk instansi pemerintah seperti rapat dan pendidikan pelatihan (diklat) menyebabkan semakin banyak katering yang menerima pelayanan makanan untuk instansi pemerintahan. Banyaknya permintaan tersebut juga dirasakan di Kota Bandung. Instansi pemerintah dalam melakukan pengadaan barang maupun jasa dapat melakukan penunjukan langsung seperti untuk saat ini di Jawa Barat terutama di Kota Bandung instansi pemerintahan bisa memilih barang atau layanan jasa sesuai kebutuhan dengan mudah melalui aplikasi Mbiz.

Berikut tabel daftar catering di Kota Bandung yang bergabung dalam aplikasi Mbiz:

TABEL 1
DATA PERUSAHAAN KATERING YANG BERGABUNG DALAM APLIKASI MBIZ

No.	Nama Perusahaan Katering	No.	Nama Perusahaan Katering
1	Amy Catering	17	Dinar Jaya Kusuma
2	Aulia Jaya Group	18	Dinasty Catering
3	Barbuk Catering	19	Kurniasari Catering
4	CHCatering	21	Melista Catering
5	Chefebrii Catering	22	Miranty Catering
6	Catering Ibu Rini	23	Mutiara Catering
7	Catering Dasyhaad	24	Namyra Catering
8	CV. Almyra	25	Oryza Catering
9	CV. Bayem Sebelas	26	Pepes Ikan Tasik Catering
10	CV. Garlic Catering & Service	27	PT. Hanan Boga Rasa
11	CV. Malaki Utama	28	Raja Caterng
12	CV. Puspita	29	Survive Catering
13	CV. Putra Kusuma	30	Tiga Nur
14	CV. Tunggak Semi	31	Tin's Catering
15	CV. Setia Riksa Abadi	32	Van Hengel Catering
16	Destiny Catering	33	Ya 'n Yu Catering

Sumber: (MbizMarket, 2019)

Menurut tabel 1 terdapat 33 perusahaan catering di Kota Bandung yang bergabung di Mbizmarket. Hal ini membuat instansi pemerintah memiliki beberapa pilihan dalam memilih jasa layanan catering. Sebagai pelaku usaha catering mereka harus melakukan segala cara untuk tetap menjadikan perusahaannya sebagai pilihan instansi dan memenangkan persaingan. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan memerlukan keunggulan. Salah satunya dengan memahami sudut pandang penilaian pelanggan dengan berfokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan (Sunarsih, 2017).

Salah satu perusahaan catering yang bergabung dalam aplikasi Mbizmarket adalah Miranty Catering. Miranty Catering berdiri sejak tahun

1991 dan merupakan perusahaan penyedia makanan atau catering untuk berbagai acara seperti pesta pernikahan, seminar, rapat, khitanan dan acara kantor dan insanti pemerintah serta acara lainnya. Namun, Miranty Catering merupakan perusahaan penyedia makanan atau catering yang lebih berfokus pada pelayanan makanan untuk instansi pemerintahan. Miranty Catering telah melayani instansi pemerintahan sejak tidak lama setelah Miranty Catering berdiri. Meski sudah sejak lama melayani instansi pemerintahan Miranty Catering harus tetap mempertahankan atau meningkatkan kualitas yang ada untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan catering baru lainnya. Maka dari itu penulis memilih Miranty Catering sebagai lokus penelitian karena ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas makanan Miranty Catering. Berikut jumlah pemesanan catering untuk instansi pemerintah dan jumlah pax yang ditangani oleh Miranty Catering selama satu tahun terakhir:

TABEL 2
JUMLAH PEMESANAN DAN JUMLAH PAX DI MIRANTY CATERING

Bulan	Jumlah Pemesanan	Jumlah Pax
Januari	4	400
Februari	2	200
Maret	2	400
April	5	653
Mei	2	624
Juni	3	285
Juli	9	1.166
Agustus	2	105
September	4	371
Oktober	8	1.374
November	4	356
Desember	4	275
Total	49	6.209

Sumber: Miranty Catering, 2019

Berdasarkan tabel 2 menjelaskan bahwa jumlah pemesanan Miranty Catering untuk instansi pemerintah pada salah satu acara, yaitu pada penyelenggaraan diklat. Dalam kurun waktu satu tahun terakhir pemesan pelayanan makanan pada Miranty Catering mencapai angka 49 penyelenggaraan diklat dengan jumlah pax 6.209. Penyelenggaraan diklat tersebut diselenggarakan oleh 11 bidang yang berdeda. Miranty Catering menyediakan produk makanan dengan beragam variasi menu makanan mulai dari menu makanan dengan cita rasa Indonesia sampai menu makanan mancanegara. Miranty Catering selalu berusaha untuk selalu menyajikan dan menampilkan produk makanan dengan baik serta pelayanan yang maksimal. Tetapi, berdasarkan hasil wawancara (13/03/2020) dengan bapak Gilang selaku admin dari Miranty Catering hanya ditemukannya keluhan dari pelanggan atau pemesan Miranty Catering mengenai variasi menu yang tidak sesuai dan keterlambatan waktu pengantaran makanan. Sedangkan, menurut hasil dari penyebaran kuesioner pra penelitian yang penulis lakukan pada penyelenggaraan diklat mengenai tingkat kepuasan peserta dalam merasakan pelayanan makanan yang diberikan Miranty Catering hasilnya menyatakan masih sedikitnya peserta yang merasa puas karena kurangnya variasi menu, keterlambatan penataan peralatan kembali dan ketidaksesuaian porsi, tekstur dan suhu pada hidangan yang disajikan. Berdasarkan data tersebut, penulis menduga keluhan pelanggan dan ketidakpuasan peserta diklat dalam merasakan pelayanan makanan Miranty Catering dikarenakan kualitas pelayanan dan makanan yang diberikan belum optimal.

Hal tersebut harus diperhatikan oleh perusahaan karena kualitas pelayanan dan makanan yang buruk akan mempengaruhi kualitas penyelenggaraan diklat, dimana konsumsi atau makanan merupakan salah satu aspek dalam penilaian penyelenggaraan diklat dalam memenuhi asupan para peserta agar mendorong para peserta diklat untuk mengikuti diklat dengan baik. Dalam mengevaluasi penyelenggaraan diklat, konsumsi adalah satu aspek yang akan dievaluasi (Nuraini, 2019). Sehingga, jika kualitas pelayanan dan makanan dalam pelayanan makanan tidak ditingkatkan maka akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Terutama dalam hal persaingan dimana instansi pemerintah dapat memilih katering yang lain untuk penyediaan makanannya sehingga tidak adanya penggunaan jasa yang berulang serta dapat berpengaruh pada reputasi perusahaan dikarenakan hasil rekomendasi yang buruk dari pelanggan, tentunya berdampak pada pendapatan perusahaan.

Dengan melihat kondisi di atas, demi keberlangsungan perusahaan maka Miranty Catering seharusnya menganalisa tingkat kualitas pelayanan dan kualitas makanan dalam melakukan pelayanan makanan melalui pengukuran tingkat kepuasan pelanggan yang bertujuan untuk mengutamakan atribut-atribut pelayanan dan makanan mana yang harus diperbaiki dan dipertahankan agar tetap tercapainya kepuasan pelanggan terhadap pemberian pelayanan makanan.

Tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur salah satunya dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dimana metode ini digunakan dan secara umum telah diterima karena kemudahannya dalam penerapan dan penjabaran untuk masukan hasil kinerja (Martinez dalam

Winarno dan Absor, 2017). Metode ini menggambarkan persepsi pelanggan yang lebih jelas mengenai pentingnya suatu variabel dan mengaitkannya dengan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan (Rangkuti, 2002).

Dari hasil penjabaran di atas, peneliti ingin melaksanakan penelitian dengan judul **“Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan Miranty Catering Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA)”**

B. Batasan Masalah

1. Peneliti ingin membahas kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang diberikan oleh Miranty Catering berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan untuk pelayanan makanan pada instansi pemerintahan berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).
2. Peneliti memilih Miranty Catering menjadi objek penelitian.
3. Penelitian ini dibatasi hanya kepada pelanggan yang telah memakai pelayanan makanan Miranty Catering yang berasal dari instansi pemerintah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Miranty Catering?
2. Bagaimanakah kualitas makanan yang disajikan oleh Miranty Catering?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk meneliti kualitas pelayanan yang diberikan oleh Miranty Catering
2. Untuk meneliti kualitas makanan yang disajikan Miranty Catering

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Ilmiah (Teoritis)

Memperdalam pemahaman dan pengembangan ilmu khususnya menganalisa kualitas pelayanan dan kualitas makanan berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis (Empirik)

Temuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi bagi pihak industri khususnya pada kualitas pelayanan dan kualitas makanan berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan.