

TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI KATERING MARDIKA JAKARTA

Suryawati Mahdalena¹, Nova Eviana², Rudhi Achmadi²
Mahasiswa AKPINDO Jakarta¹, Dosen AKPINDO Jakarta²

ABSTRACT

The background of this research was conducted because many entrepreneurs started businesses in the culinary sub-sector. Culinary development, especially in the catering sector, have a positive impact on society. The purpose of this study was to determine the level of customer satisfaction at Mardika Catering and the efforts required to increase customer/consumer satisfaction. The population of this research are the customers of Mahardika Katering. The sampling technique by saturated method where all customers as respondents excluding the trial one for instrument testing. Data collection technique used by sensus method using questionnaire, during March to May 2020. Data analysis by descriptive and qualitative. The conclusion of this study is that the highest value is found in indicators of interest in returning to visit and willingness to recommend and for conformity with expectations is still below average that need to be upgraded to comply with customers satisfaction.

Keywords: *Catering, Culinary, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kuliner adalah hasil olahan masakan dari bahan makanan yang akan menjadi sebuah hidangan santapan berupa makanan cemilan, lauk pauk dan minuman. Kata kuliner merupakan unsur serapan bahasa Inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan masak-memasak. Indonesia merupakan salah satu Negara yang terkenal bidang kuliner karena Indonesia terkenal dengan budaya serta bumbu-bumbu masaknya yang khas. Aneka masakan yang disajikan dapat di jadikan suatu bidang usaha yang menguntungkan baik untuk orang lain maupun diri sendiri. Semakin berkembangnya industri makanan menimbulkan minat pengusaha untuk menggarap bisnis makanan. Bukan hanya restoran dan kafe yang banyak bermunculan namun, bisnis rumahan seperti bisnis catering pun saat ini banyak bermunculan dan bersaing di pasaran.

Usaha catering merupakan salah satu usaha jasa boga yang berhubungan dengan menjual hidangan saji berupa makanan baik dalam porsi kecil maupun porsi besar. Usaha catering sangat membantu masyarakat yang kesulitan dalam

menyajikan hidangan porsi kecil seperti *snack box* dan nasi kotak untuk acara seperti tahlilan khinatan dan lain-lain sedangkan porsi besar seperti pesta pernikahan, ulang tahun dan lain-lain yang digelar secara prasmanan. Tidak hanya menyajikan makanan usaha catering juga menyediakan jasa layanan lainnya seperti alat hidang, kebutuhan rias wajah dan lain-lain. Usaha catering banyak diminati oleh masyarakat sehingga saat ini banyak bermunculan dan makin gencar bersaing dipasaran karena tingginya tingkat kebutuhan pasar Usaha ini bisa menjadi daya tarik masyarakat untuk menjadi pelanggan yang membutuhkan jasa boga dalam usaha catering.

Konsumen merupakan objek yang dijadikan sebagai target pasar, tidak semua catering dengan mudah mendapatkan konsumen yang akhirnya membuat catering tidak bertahan lama bahkan ada beberapa yang mengalami kebangkrutan. Beberapa faktor diantaranya manajemen perusahaan masih sederhana, kurangnya strategi pemasaran dan kurangnya kepuasan terhadap pelanggan. Usaha catering harus memiliki target pasar yang luas dan harus bisa memuaskan kepuasan konsumen

dengan menciptakan suatu inovasi dalam masakan dan juga menyiapkan pelayanan yang ramah terhadap konsumen. Konsumen yang merasa puas menjadikan citra penilaian katering meningkat.

Katering Mardika adalah perusahaan yang bergerak dibidang usaha jasa boga (katering) berlokasi di Jakarta Timur jalan Nusa Indah. Katering Mardika menyajikan berbagai jenis masakan mulai dari jenis jajanan pasar hingga makanan berat. Katering Mardika dulunya hanya membuat pesanan makanan rumahan, namun karena masakan Katering Mardika rasanya disukai oleh lingkungan rumahan, Katering Mardika ingin menjadikan katering ini menjadi berkembang dan dikenal oleh masyarakat. Pemilik Katering Mardika Berniat memfokuskan membangun usaha katering ini menjadi lebih besar usahanya dengan mengandalkan produk yang berkualitas dan menjamin kepuasan pelanggan. Dengan menerapkan prinsip yang sudah di buat jadilah katering besar yang sudah banyak di kenal di seluruh Jakarta bahkan sampai di luar Jakarta.

Katering Mardika melayani permintaan makanan untuk tahlilan, khitanan, ulang tahun, pesta pernikahan dan lain–ain. Aktivitas Katering Mahardika disetiap harinya menyiapkan hidangan makanan ke kantor, pesanan *snack box*, pesta perkawinan dan lain–lain yang dalam sehari mencapai porsi besar. Pesanan rutin yang biasa dilakukan oleh Katering Mardika adalah menyajikan makanan ke kantor Walikota DKI Jakarta dan Kementrian Republik Indonesia. Jenis masakan katering ini lebih mengarah kemakanan Indonesia terutama makanan betawi akan tetapi Katering Mardika juga menyediakan beberapa jenis makanan internasional. Target pasar Katering Mardika dimulai dari *middle* hingga *high class*. Agar pelanggan dapat terus bertahan, pengelola Katering Mardika terus berupaya untuk memberikan kepuasan untuk semua produk dan pelayanan yang disajikan.

Kepuasan pelanggan adalah hal terpenting yang digunakan untuk menarik

pelanggan di masa sekarang ini. Hal seperti ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan–perusahaan sekarang terutama pada bidang jasa boga katering, untuk mencegah terjadinya penurunan pelanggan dengan tingkat persaingan yang sedemikian ketat. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan kepuasan dapat ditentukan oleh ketepatan strategi yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Katering Mardika mengeluarkan berbagai strategi untuk mengantisipasi pesaing baru (*new competitor*) atau pesaing lama. Strategi yang dikeluarkan akan berorientasi pada penjualan Katering Mardika. Terkait dengan strategi dalam memperoleh pelanggan terdapat beberapa hal yang menjadi nilai lebih bagi Katering Mardika di mata konsumen yakni kepuasan. Mengingat pentingnya menjamin kepuasan pelanggan, maka pengukuran terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan menjadi penting untuk dilakukan. Dengan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan sekaligus dapat diperoleh umpan balik untuk memperbaiki mutu produk dan pelayanan.

Tujuan

Berdasarkan rumusan permasalahan berikut ini adalah tujuan penelitian, antara lain:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk Katering Mardika.
2. Untuk mengetahui upaya apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

Tinjauan Pustaka

Pengertian Katering

Menurut Rifani (2015) usaha katering merupakan usaha yang paling populer di bidang boga, di setiap kesempatan dan kegiatan suatu acara kita sering menjumpai aneka makanan enak yang disajikan dengan menarik oleh pengusaha katering. Katering juga didefinisikan sebagai salah satu jasa di bidang makanan yang sudah jadi diantar langsung ke tempat pemesanan pada suatu

acara. Katering biasanya di butuhkan pada berbagai acara seperti pesta pernikahan, seminar, acara keagamaan, ulang tahun dan sebagainya. Kegiatan-kegiatan tersebut, biasanya pihak menyelenggarakan penyewa jasa katering untuk menyiapkan makanan sesuai kebutuhan. Terdapat beberapa kategori pelanggan katering contohnya pelanggan perorangan untuk acara pernikahan ulang tahun, acara keluarga, dan lain-lain. serta pelanggan perusahaan seperti untuk acara *event* perusahaan, *event organizer*, *wedding organizer*, dan lain-lain. Kardigantara (2006), mengatakan produk katering yaitu makanan merupakan tolak ukur kepuasan konsumen yang disesuaikan dengan kebiasaan dan pengalaman dari konsumen tersebut yang menikmati produk tersebut. Sedangkan menurut Moehyi (1992), katering adalah jenis penyelenggaraan makanan yang tempat memasak makanan berbeda dengan tempat menghadirkan makanan. Definisi dari para ahli mengatakan bahwa kepuasan konsumen di katering adalah tolak ukur kepuasan konsumen untuk mengetahui sejauh mana konsumen menikmati produk katering dan tempat cara pengolahan serta tempat penyajian yang berbeda.

Lingkup Kerja Katering

Menurut Pamudji (1994) lingkup kerja katering untuk persiapan awal memulai usaha katering adalah meninjau kemampuan yang kita miliki dari:

1. segi keuangan dan
2. segi pengetahuan dan kemampuan mengelola usaha katering.
 - 1) Penetapan harga yang bersaing (kalkulasi harga) sebelum menentukan berapa biaya pemesanan katering yang akan kita minta kepada pihak pemesan, buatlah kalkulasi harga terlebih dahulu dengan mempertimbangkan harga yang telah di tetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain.
 - 2) Penyediaan peralatan masak dan meja jamuan

Peralatan masak bisa digunakan peralatan dapur yang ada dan biasanya di pergunakan sehari-hari, namun bisa juga membeli peralatan masak yang lebih lengkap sesuai dengan kondisi keuangan. Untuk menghadirkan makanan di atas meja jamuan sebaiknya seragam dan sama warna agar kesannya rapi, anggun dan manis.

- 3) Tenaga terampil
Untuk mengelola dan mengembangkan usaha katering diperlukan bantuan sejumlah tenaga kerja. Tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga-tenaga ahli yang terampil dan mempunyai latar belakang pendidikan dalam bidang tata boga. Tenaga kerja yang diperlukan adalah juru masak dan pramusaji.
- 4) Penetapan cara berbelanja dan penilaian bahan yang baik
Setelah menerima pesanan katering, maka hal yang di lakukan selanjutnya adalah menyusun daftar bahan-bahan yang diperlukan. Daftar ini kemudian dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu daftar bahan yang tahan lama, daftar bahan untuk lauk pauk yang bisa disimpan di *freezer*, dan daftar bahan yang terakhir dimasak. Jumlah bahan yang harus dibeli sebaiknya sesuai dengan kebutuhan berdasarkan jumlah pesanan, jangan kurang jangan pula terlalu berlebih.
- 5) Penetapan cara memasak khusus untuk katering
Untuk menghemat waktu dan tenaga, sebaiknya kegiatan masak-memasak dimulai beberapa hari sebelum penyelenggaraan jamuan makan, dan dilakukan secara bertahap menurut jenis bahan dan masakannya. Misalnya bumbu-bumbu bisa dibuat paling awal, lauk pauk yang tahan lama bisa dibuat 2-3 hari sebelum jamuan makan diadakan, dan sebagainya.

- 6) Penetapan menata meja dan melayani jamuan. Cara menghidangkan makanan dan melayani tamu untuk berbagai jamuan tidak sama satu dengan yang lain. Pengetahuan tentang hal ini harus dikuasai oleh pengelola catering, terutama para pramusaji.
- 7) Pelayanan pesanan makanan dalam kemasan. Selain melayani pemesanan makanan yang harus ditata di meja jamuan, catering juga diminta melayani pemesanan makanan dalam kemasan. Hal-hal yang harus diperhatikan untuk melayani pemesanan makanan dalam kemasan :
 - (1) Bentuk kemasan
 - (2) Jenis makanan yang bisa disiapkan dalam kemasan
 - (3) Susunan menu dan
 - (4) Transportasi

Golongan Catering

Menurut Departemen Kesehatan RI sebagaimana tercantum dalam keputusan menteri Nomor 715 / Menkes / SK / V / 2003 Industri Jasa Boga dapat diklarifikasikan menjadi 3 (tiga) golongan utama yaitu golongan A atau biasa disebut juga dengan Industri Jasa Boga skala kecil, golongan B (Industri Jasa Boga berskala besar dan golongan C (Industri Jasa Boga skala besar sekali atau yang dikenal dengan Industri Jasa Boga yang melayani angkutan udara (penerbangan).

Industri jasa boga kecil (golongan A) adalah Industri Jasa Boga yang melayani kebutuhan masyarakat umum pesta pernikahan, ulang tahun dan hajatan lainnya dengan skala relatif kecil. Jasa boga golongan A1, A2, A3 yang masing – masing dibedakan atas ukuran kemampuan menyediakan makanan (porsi) bangunan dapurnya, serta penggunaan tenaga kerja dari luar keluarga. Industri Jasa Boga golongan B (skala besar) adalah jasa boga yang melayani kebutuhan khusus seperti jasa boga haji, perusahaan, pertambangan, pengeboran minyak, rumah sakit, dan lain –

lain. Golongan B ini bisa disebut juga dengan *corporate catering*. Industri Jasa Boga golongan C adalah jasa boga berskala sangat besar yang melayani kebutuhan alat angkutan umum internasional dan pesawat udara.

Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan dapat diartikan sebagai rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Kepuasan adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang (Arifin dan Rahayu 2011), menurut Tjiptono dan Chandra (2016) kata kepuasan (*Satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “satis” (artinya cukup baik, memadai dan “facio” melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Asmuji (2012) mengatakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Dari pengamatan keseluruhan mengenai kepuasan dapat disimpulkan bahwa kepuasan timbul dari pencapaian keberhasilan untuk memenuhi harapan – harapan seseorang.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan saat ini menjadi konsep untuk keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis. Adanya pelanggan dalam perusahaan memunculkan titik fokus utama mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Dalam Tjiptono & Diana (2015) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Seorang pelanggan puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (*Percieved*

Performance) dibandingkan ekspektasi pelanggan bersangkutan dan apakah sang pelanggan menginterpretasikan adanya deviasi atau gap di antara kinerja dan ekspektasi tersebut. Apabila kinerja lebih rendah di bandingkan ekspektasi, maka pelanggan bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka pelanggan itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia (*Delighted*). Windasuri dan Hyacintha (2016), menambahkan kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Giese dan Cote dalam Tjiptono & Diana (2015), mengidentifikasi tiga komponen utama dalam definisi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Tipe respon (baik respon emosional/afektif maupun kognitif) dan intensitas respon (kuat hingga lemah, biasanya dicerminkan lewat istilah-istilah seperti “sangat puas”, “netral”, “sangat senang”, “frustasi”, dan sebagainya.
2. Fokus respon, berupa produk, konsumsi, keputusan pembelian, wiraniaga, toko, dan sebagainya.
3. *Timing* respon, yaitu setelah konsumsi, setelah pilihan pembelian, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan seterusnya. Tjiptono (2012) menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan pada kepuasan pelanggan akan terjadi rasa tidak puas, puas dan sangat puas dari hasil kinerja terhadap ekspektasi. Pelanggan yang merasakan puas akan membawa keuntungan terhadap perusahaan

dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan terhadap suatu produk dalam waktu yang lama akan sangat besar. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya antarlain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan dan nilai – nilai perusahaan.

Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya. Irawan (2002) mengatakan ada *driver* utama faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, harga, *service quality*, kemudahan. Lupiyoadi (2001) mengatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Barnes (2003) mengatakan faktor-faktor yang memicu kepuasan pelanggan meliputi: pelayanan dengan nilai tambah, tampilan produk atau jasa, dan aspek-aspek tertentu dari bisnis yang bersangkutan. Faktor tersebut memberikan gambaran supaya pelanggan dapat terus bekerjasama dengan perusahaan dengan menerapkan pelayanan sebaik mungkin dan menjadikan kualitas sebagai acuan untuk kepuasan pelanggan.

Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Tjiptono dan Diana (2015), terdapat kesamaan paling tidak enam konsep inti mengenai obyek pengukuran kepuasan pelanggan.

1. Kepuasan Pelanggan keseluruhan
Mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk/jasa perusahaan bersangkutan dan menilai/membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan/atau jasa para pesaing.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan
Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan, meminta

pelanggan menilai produk/jasa perusahaan berdasarkan harga, kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan, meminta pelanggan menilai produk/jasa pesaing berdasarkan item spesifik yang sama, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. **Konfirmasi Ekspektasi**
Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan konfirmasi atau diskonfirmasi antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. **Niat Beli Ulang**
Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan membeli produk yang sama lagi atau akan menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. **Kesediaan Untuk Merekomendasikan**
Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
6. **Ketidakpuasan Pelanggan**
Beberapa aspek yang sering diteliti untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, diantaranya: *komplain*, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar), *gethok tular negatif*, dan *customer defections* (pelanggan yang beralih ke pesaing)

Menurut Kotler, *et al.* dalam Tjiptono & Chandra (2016), beberapa metode dalam mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. **Sistem Keluhan dan Saran.**
Setiap pemasar yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, gagasan,

masukan dan keluhan mereka. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. ***Ghost/Mystery Shopping.***

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk maupun layanan perusahaan dibandingkan pesaing. Selain itu para *ghost shoppers* juga dapat melakukan observasi (bisa pula merekam menggunakan kamera tersembunyi) cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah/keluhan pelanggan.

3. ***Lost Customer Analysis.***

Perusahaan sedapat mungkin menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Kesulitan dari metode ini adalah mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

4. **Survei Kepuasan Pelanggan.**

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa

perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

Indikator – Indikator Kepuasan Konsumen

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014) indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

1. **Kesesuaian Harapan**
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. **Minat Berkunjung Kembali**
Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
3. **Kesediaan Merekomendasi**
Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Berdasarkan teori indikator kepuasan pelanggan tersebut memberikan pengaruh terhadap kepuasan atas kesesuaian harapan konsumen dengan rasa puas yang diharapkan sehingga memberikan konsumen untuk berkunjung kembali dan konsumen juga memberikan rekomendasi terhadap orang lain untuk memakai jasa tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN **Tempat dan waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Katering Mahardika, Jakarta selama dua bulan mulai dari Maret sampai Mei 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pelanggan di katering Mahardika dengan sejumlah 84 pelanggan sebagai sampel dengan metode jenuh Artinya semua pelanggan tetap Mahardika dijadikan sebagai sampel, di luar uji validitas dan reliabilitas.

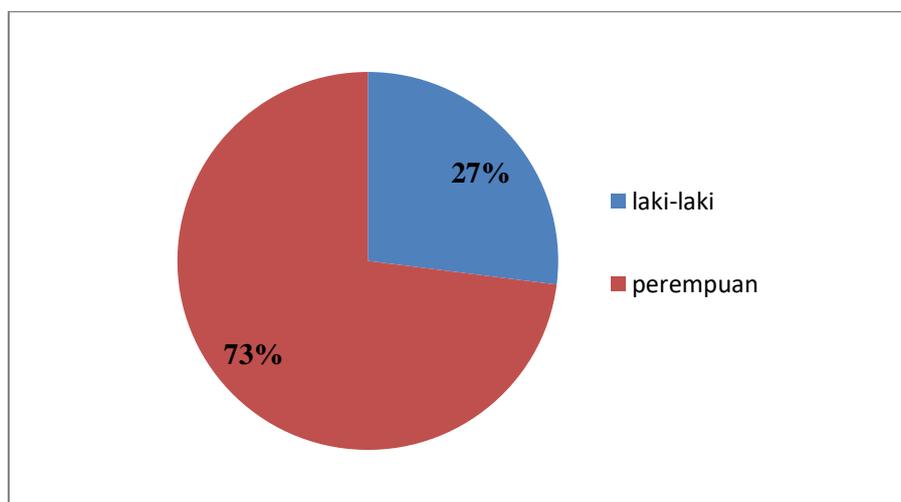
Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebar angket kepada pelanggan katering Mahardika sejumlah 84 pelanggan dengan teknik sensus, semua populasi menjadi responden. Skala penilaian pada angket menggunakan skala Likert dengan 5 rentang penilaian yang meliputi penilaian sangat setuju (bobot 5), setuju (bobot 4), netral (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1)

Teknik analisis data

Penelitian ini menggunakan data primer dan semua data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

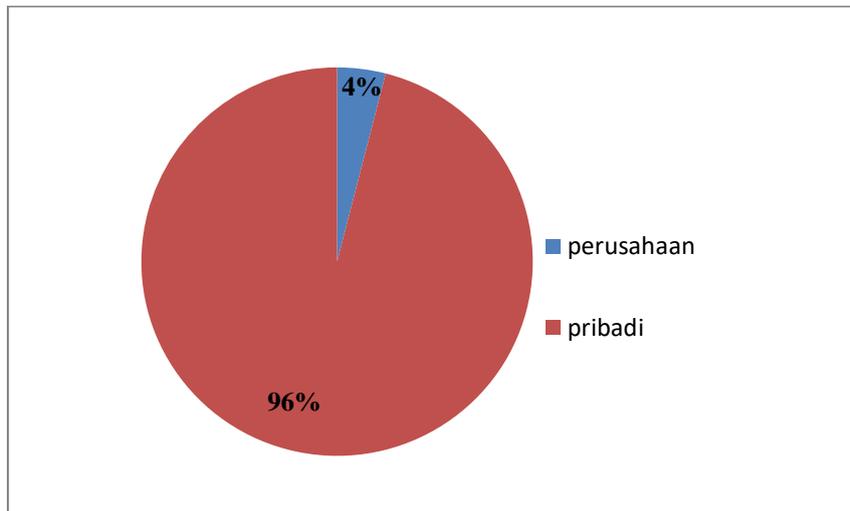


Gambar 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 1. Dapat diketahui bahwa responden berdasarkan jenis kelamin perempuan sebanyak 61 orang dengan persentase 73% responden perempuan ini lebih banyak ketimbang responden laki-laki yaitu sebanyak 23 orang dengan persentase 27%. Dengan data

diatas dapat disimpulkan terdapat selisih jumlah yang berbeda jauh antara laki-laki dan perempuan yang memakai catering Mardika.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pemesanan Produk

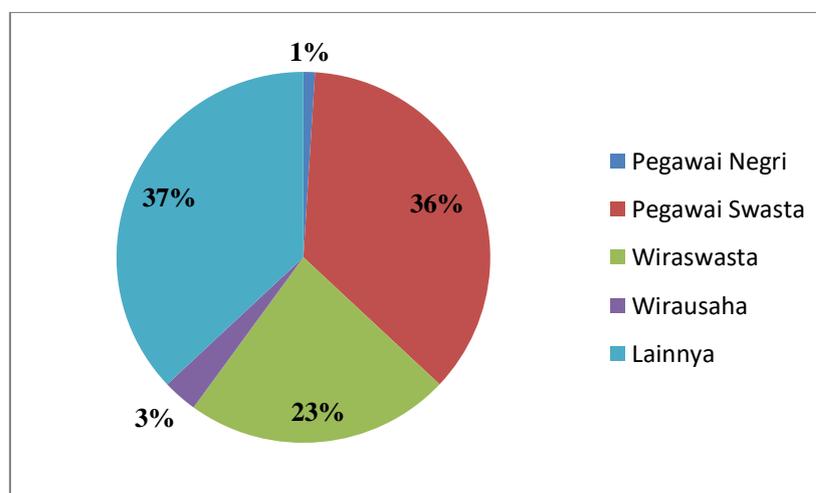


Gambar 2. Profil Responden Berdasarkan Pemesanan Produk

Berdasarkan gambar 2 menjelaskan kesimpulan diatas bahwa saat ini bisnis di Katering Mardika sedang banyak digemari oleh para peminat yang mewakili permintaan secara pribadi. Diketahui bahwa dari persentase diatas banyaknya permintaan mewakili pribadi sebanyak 81 orang dengan persentase 96% yang dimana rata-rata permintaan secara pribadi digunakan dalam acara khitanan, arisan, acara ulang tahun dan lain-lainnya. Untuk

pemesanan secara perusahaan tidak sebanyak permintaan secara pribadi dikarenakan adanya covid-19, banyaknya jumlah dari perusahaan sebanyak 3 perusahaan dengan persentase 4% dimana perusahaan tersebut diantaranya perusahaan walikota DKI Jakarta Timur, Kementerian Republik Indonesia dan Bank BCA.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

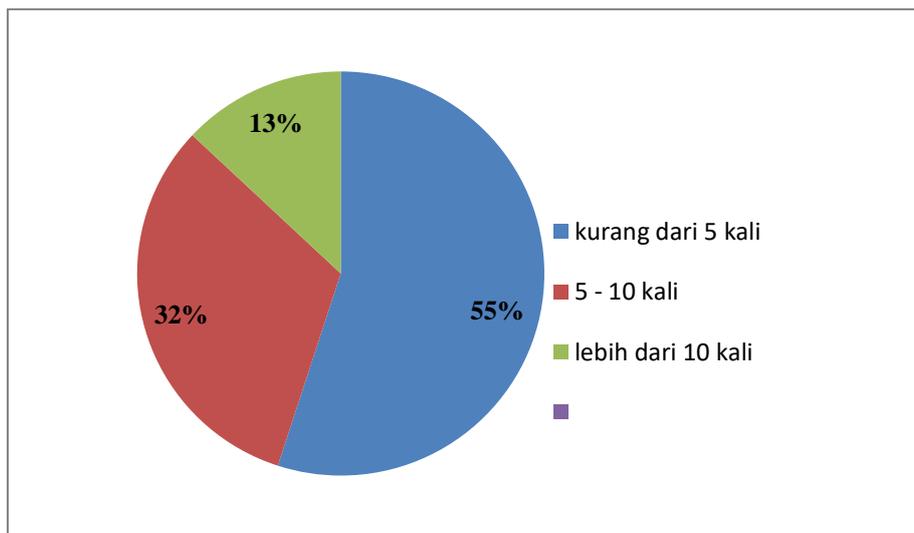


Gambar 3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

Hasil dari penelitian berdasarkan pekerjaan responden data yang mewakili permintaan terendah adalah pegawai negeri dengan jumlah responden 1 dengan persentase 1% ini menunjukkan bahwa untuk profesi pegawai negeri belum mengetahui banyak tentang Katering Mardika dan pemesanan yang dilakukan oleh profesi ini kurang dari lima kali pemesanan. Jumlah responden terendah selanjutnya adalah wirausaha dimana yang diketahui jumlah data respondennya adalah 3 responden dengan persentase 3%. Para wirausaha dari data penelitian ketiganya melakukan pemesanan kurang dari 5 kali dan hasil responden yang diperoleh untuk Katering Mardika memberikan penilaian yang baik dan beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki lagi. Untuk responden wiraswasta dari penelitian diketahui

terdapat 19 responden dengan persentase 23% bisa dilihat hasil yang didapat dari responden wiraswasta masih kurang banyak yang mengetahui Katering Mardika. Profesi pegawai swasta memiliki jumlah 30 responden dengan persentase 36% dimana data profesi responden dari banyaknya 84 respon pegawai swasta banyak mengetahui Katering Mardika. Terakhir paling banyak adalah pekerja yang tidak disebutkan pprofesi di bidangnya dimana profesi tersebut berkaitan juga menunjang data kepuasan pelanggan di Katering Mardika. Jumlah responden lainnya sebanyak 31 responden dengan persentase 37%.

Karakteristik responden menurut Frekuensi Pemesanan



Gambar 4. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pemesanan

Berdasarkan gambar 4. mendeskripsikan bahwa hasil penelitian di Katering Mardika dapat diketahui Frekuensi pemesanan para responden kurang dari 5 kali pemesanan dengan data yang valid dan persentase yang didapat 55% hasil dari data ini menunjukkan bahwa pelanggan katering saat ini jarang melakukan pemesanan dikarenakan para pelanggan hanya memesan untuk acara besar seperti pernikahan yang membuat orang memesan kurang dari 5 kali di

Katering Mardika. Pemesanan 5-10 kali diperoleh persentase 32% dengan jumlah 27 responden. Para pelanggan ini biasanya sudah biasa melakukan pemesanan untuk acara pengajian, ulang tahun dan lain-lain. Pengulangan yang melakukan pemesanan lebih dari 10 kali diperoleh persentase 13% dengan jumlah 11 orang dimana pemesanan ini terus dilakukan karena merasa puas akan hasil makanan, pelayan, kebersihan dan lain sebagainya di Katering Mardika para pelanggan tersebut merupakan pemesanan

untuk katering rumahan dan kantor. Dengan data diatas dapat disimpulkan frekuensi pemesanan terbesar yang dilakukan pelanggan Katering Mardika kurang dari 5 kali.

Rekapitulasi Data Angket Kepuasan Pelanggan Katering Mardika Kesuaian Harapan

Tabel 1. Kesesuaian Harapan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Makanan dan minuman yang dihidangkan oleh Katering Mardika rasanya lebih enak dibandingkan dengan katering lain yang menyediakan makanan dan minuman sejenis.	38	40	4	1	1	84
		45,2%	47,6%	4,8%	1,2%	1,2%	100%
2	Katering Mardika menyediakan banyak variasi menu sehingga anda memiliki banyak pilihan.	38	38	7	0	1	84
		45,2%	45,2%	8,3%	0	1,2%	100%
3	Kebersihan tempat penyajian makanan yang diberikan sesuai dengan keinginan.	46	35	3	0	0	84
		54,8%	41,7%	3,6%	0	0	100%
4	Porsi makanan dan minuman yang dibuat di Katering Mardika sesuai standar atau melebihi standar.	38	41	4	1	0	84
		45,2%	48,8%	4,8%	1,2%	0	100%
5	Harga makanan yang ditetapkan Katering Mardika terjangkau untuk pelanggan seperti saya	44	36	3	1	0	84
		52,4%	42,9%	3,6%	1,1%	0	100%
6	Penyajian makanan dan minuman Katering Mardika menarik	40	38	5	0	1	84
		47,6%	45,2%	6%	0	1,2%	100%
7	Proses pembayaran yang mudah dan cepat sehingga membuat anda menjadi nyaman dalam bertransaksi.	52	27	3	2	0	84
		61,9%	32,1%	3,6%	2,4%	0	100%

Dengan hasil yang sudah diteliti untuk memberikan hasil kepuasan bagi pelanggan Katering Mardika maka pihak dari Katering Mardika memberikan jasa pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan produk dari Katering Mardika. Berikut ini hasil penilaian Harapan Pelanggan dalam tabel 1 sebagai berikut:

1. Makanan dan minuman yang dihidangkan oleh Katering Mardika rasanya lebih enak dibandingkan dengan katering lain yang menyediakan makanan dan minuman sejenis. Sesuai dengan tabel 1 memberikan data pernyataan “Makanan dan minuman yang dihidangkan oleh Katering Mardika rasanya lebih enak dibandingkan dengan katering lain yang menyediakan makanan dan minuman sejenis.” Penilaian responden terhadap suatu rasa berhubungan dengan

beberapa karakteristik menu yaitu siklus menu terhadap rasa. Selain itu penilaian terhadap makanan juga dipengaruhi oleh kesukaan. Hasil dari 84 data yang sudah dihitung menunjukkan bahwa makanan di Katering Mardika mendapatkan respon yang sangat setuju dan setuju dengan total persentase 92,8% dan memiliki jumlah 78 responden yang memberikan hasil positif.

2. Katering Mardika menyediakan banyak variasi menu sehingga anda memiliki banyak pilihan. Sesuai dengan tabel 1 hasil responden yang didapat untuk menunjukkan sangat puas dan puas sebanyak 76 responden dengan persentase 90,4%. Penilaian netral diperoleh sebanyak 7 responden dengan persentase 8,3% Dengan varian menu yang banyak yang diberikan oleh pihak Katering Mardika menunjukkan hasil responden yang positif, walau ada 1

- responden yang tidak sesuai harapan akan banyaknya varian menu.
- Kebersihan tempat penyajian makanan yang diberikan sesuai dengan keinginan. Sesuai dengan tabel 1 memberikan data pernyataan bahwa kebersihan dalam penyajian makanan juga menjadi nilai kesesuaian terhadap pelanggan. Kebersihan penyajian dinilai dari peralatan makanan yang disajikan seperti dalam prasmanan *servicing dish*, alat makan (*cuteleries*) dan lain-lain. Tempat penyajian katering untuk perusahaan dalam menyajikan makan siang dan acara lainnya. Kesesuaian terhadap poin ini mendapatkan respon yang sangat baik bisa dilihat dari jumlah responden dan total persentase responden yaitu 46 responden dengan persentase 54,8%. Hal ini juga dibuktikan oleh pihak Katering bahwa katering tersebut memiliki sertifikat *hygiene* dan sanitasi. Beberapa dari respon lainnya juga mendukung untuk hal ini.
 - Porsi makanan dan minuman yang dibuat di Katering Mardika sesuai standar atau melebihi standar. Sesuai dengan tabel 1 menjelaskan data terhadap porsi makanan Katering Mardika sebanding dengan harapan pelanggan dari 84 responden ditunjukkan pada persentase 45,2% dengan total 38 responden sangat setuju. Respon lain yang juga diperoleh pada persentase 48,8% dengan harapan setuju, dengan harapan netral diperoleh 4,8%. Harapan netral ini diharapkan dapat dikembangkan lagi agar pelanggan benar-benar merasa sesuai dengan harapannya dan terdapat satu responden dengan persentase 1,2% yang menilai tidak setuju bahwa poin ini tidak sesuai dengan harapan pelanggan.
 - Harga makanan yang ditetapkan Katering Mardika terjangkau untuk pelanggan seperti saya. Harga adalah poin utama bagi pelanggan, Umumnya dalam menu seperti nasi box sudah tersedia beberapa pilihan item yang akan dimasukkan. Seperti air mineral, pencuci mulut dan lain sebagainya begitu juga dengan sajian prasmanan untuk acara-acara besar maka pelanggan bisa berdiskusi dengan pihak catering untuk menghilangkan beberapa item dari menu tersebut demi meminimalkan budget. Hasil dari data 84 para pelanggan yang sudah memberikan penilaian menunjukkan 44 responden dengan persentase 52,4% sangat setuju dengan harga yang disediakan oleh pihak katering, lalu 36 responden dengan persentase 42,9% responden menunjukkan setuju, 3 responden dengan persentase 3,6% dan 1 responden dengan 1,1% yang merasa tidak setuju dengan harga yang di berikan pihak Katering Mardika.
 - Penyajian makanan dan minuman Katering Mardika menarik. Sesuai dengan tabel 1 menjelaskan bahwa Daya terima terhadap penyajian makanan menunjukkan hasil penilaian seseorang terhadap menu makanan. Daya terima penyajian makanan dapat dilihat penampilan dan alat makan yang diberikn pihak katering. Data tersebut menunjukkan 40 responden dengan persentase 47,6% sangat setuju, 38 responden dengan persentase 45,2% setuju, 5 responden dengan persentase 6% netral dan 1 responden dengan persentase 1,2% sangat tidak setuju. Kesimpulan penyajian makanan memiliki daya Tarik positif walau terdapat 1 responden yang masih sangat tidak setuju atas penilaian ini.
 - Proses pembayaran yang mudah dan cepat sehingga membuat anda menjadi nyaman dalam bertransaksi. Sesuai dengan tabel 1 memberikan memberikan penilaian utama terhadap cita rasa makanan dan tingkat popularitas jasa katering. Tetapi, sebaiknya juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan saat melakukan transaksi. Bagaimana pihak katering melakukan pencatatan harga yang dipesan pelanggan. jika sudah sesuai pelanggan juga memperhatikan

proses pembayaran di katering tersebut. Penilaian yang didapat bahwa 52 responden dengan persentase 61,9% menyatakan sangat setuju bahwa proses pembayaran sangat mudah dan cepat, 27 responden setuju dengan persentase

32,1%, 3 responden netral dengan persentase 3,6% dan 2 responden tidak setuju dengan persentase 2,4%.

Minat Berkunjung Kembali

Tabel 2. Minat berkunjung kembali

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Katering Mardika karena produk yang disajikan memuaskan.	45	36	3	0	0	84
		53,6%	42,9%	3,6%	0	0	100%
2	Saya akan mengunjungi Katering Mardika untuk memesan makanan dan minuman kembali pada saat mengadakan acara.	45	33	5	1	0	84
		53,6%	39,3%	6%	1,2%	0	100%
3	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Katering Mardika karena pelayanannya memuaskan	47	34	3	0	0	84
		56%	40,5%	3,6%	0	0	100%
4	Saya akan mencoba memesan menu lain yang ditawarkan oleh Katering Mardika saat berkunjung kembali.	43	35	2	3	1	84
		51,2%	41,7%	2,4%	3,6%	1,2%	100%

Dengan hasil yang sudah diteliti untuk memberikan minat berkunjung kembali bagi pelanggan Katering Mardika maka pihak dari Katering Mardika memberikan segalanya yang terbaik dalam pelayanan, produk dan lain sebagainya sehingga pelanggan bisa berkunjung kembali dan menikmati produk dari Katering Mardika. Berikut ini hasil Minat Berkunjung Kembali dalam tabel 2 sebagai berikut:

1. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Katering Mardika karena produk yang disajikan memuaskan. Berdasarkan tabel 2 hasil perolehan data responden kualitas produk diperoleh berdasarkan persepsi pelanggan melalui angket dengan jumlah 84 responden pelanggan Katering Mardika. Berdasarkan data penelitian yang telah diolah, diperoleh skor tertinggi sangat setuju sebesar 45 responden dengan persentase 53,6%, selanjutnya yang merespon setuju sebanyak 36 responden dengan persentase 42,9% dan skor terendah yaitu netral sebesar 3 responden dengan persentase 3,6%. Hasil data menunjukkan bahwa pelanggan Katering Mardika memberikan penilaian terhadap variabel

kualitas produk termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan memberikan penilaian terhadap kualitas produk Katering Mardika dalam kategori positif.

2. Saya akan mengunjungi Katering Mardika untuk memesan makanan dan minuman kembali pada saat mengadakan acara. Berdasarkan tabel 2 pelanggan akan mengunjungi katering kembali jika dia merasa puas dengan hasil yang diharapkan oleh pelanggan. Pengelolaan dalam bidang makanan dan minuman di Katering Mardika memberikan tanggapan yang sangat baik sehingga pelanggan tidak merasa kecewa dengan menu paket makanan yang ditawarkan dan menjaga kepercayaan pelanggan sehingga pelanggan berkunjung kembali. Hasil data yang diperoleh dengan 45 responden dengan persentase 53,6% sangat setuju, 33 responden dengan persentase 39,3 % setuju, 5 responden dengan persentase 6% netral dan 1 responden dengan persentase 1,2% tidak setuju. Disimpulkan bahwa ini menjadi nilai positif bagi Katering Mardika

3. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Katering Mardika karena pelayanannya memuaskan. Berdasarkan tabel 2 memberikan keterangan bahwa pelayanan yang memuaskan akan berpengaruh terhadap kunjungan kembali bagi para pelanggan katering. Pelayanan yang baik dan benar bisa dilihat dari tata berbicara dari *customer service*, memberikan solusi dan lain sebagainya. Data tersebut menunjukkan 47 responden dengan persentase 56% menunjukkan sangat setuju, 34 responden dengan persentase 40,5% setuju dan 3 responden dengan persentase 3,6% netral. Dapat disimpulkan dari 84 responden menyukai cara pelayanan dari Katering mardika yang memberikan kesan positif.
4. Saya akan mencoba memesan menu lain yang ditawarkan oleh Katering Mardika saat berkunjung kembali. Berdasarkan tabel 4.2 menu yang dimiliki oleh Katering Mardika baik berupa menu paket prasmanan, dan lain sebagainya

memiliki rasa penasaran bagi para responden ketika ingin berkunjung kembali untuk mencoba menu lainnya. Sebelum pelanggan melakukan pemesanan, pelanggan akan melakukan *food testing* dahulu sehingga pelanggan dapat mengetahui lebih awal jenis produk yang ingin dipesan. Setelah melakukan *food testing* akan dicatat apa saja yang akan dipesan, disinilah pelanggan akan merasa tertarik terhadap menu yang ditawarkan pihak katering dan jika pelanggan puas, pelanggan akan melakukan pemesanan dengan menu lainnya. Data yang diperoleh dari poin ini terdapat 43 responden dengan persentase 51,2% mengatakan sangat setuju, 35 responden dengan persentase 41,7% setuju, 2 responden netral, 3 responden dengan persentase 3,6% tidak setuju dan 1 responden dengan persentase 1,2% sangat tidak setuju.

Kesediaan Merekomendasi

Tabel 3. Kesediaan merekomendasi

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Saya merekomendasikan Katering Mardika kepada kenalan saya karena produk yang disajikan sangat memuaskan.	46 54,8%	33 39,3%	2 2,4%	3 3,6%	0	84 100%
2	Saya merekomendasikan Katering Mardika sebagai salah satu tempat tujuan katering dengan pelayanan yang baik.	45 53,6%	34 40,5%	2 2,4%	3 3,6%	0	84 100%
3	Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama memesan makanan dan minuman di Katering Mardika.	47 56%	31 36,9%	3 3,6%	2 2,4%	1 1,2%	84 100%

Dari hasil yang sudah diteliti untuk memberikan kesediaan merekomendasi dari pelanggan Katering Mardika ke pihak orang lain baik kerabat kerja, sahabat, keluarga dan lain sebagainya maka Katering Mardika memberikan segalanya yang terbaik dalam pelayanan, produk dan lain sebagainya sehingga pelanggan bisa merekomendasikan kembali dan baik pelanggan baru atau lama bisa menikmati produk dari Katering Mardika. Berikut ini hasil Minat Berkunjung Kembali dalam tabel 3 sebagai berikut:

1. Saya merekomendasikan Katering Mardika kepada kenalan saya karena produk yang disajikan sangat memuaskan. Berdasarkan dari tabel 3 memberikan penjelasan bahwa hasil dari 84 responden dengan data yang valid memberikan penjelasan pada poin ini terdapat 45 responden dengan persentase 54,8% menyatakan sangat setuju bahwa Katering Mahardika sangat memuaskan, 33 responden dengan persentase 39,3% menyatakan setuju, 2 responden netral dengan persentase 2,4% dan terakhir 3

responden memberikan tanggapan tidak setuju dengan persentase 3,6%. Dari kesimpulan diatas masih ada beberapa pihak yang masih belum merasa puas akan produk Katering Mardika dengan ini pihak Katering masih harus lebih ditingkatkan, namun hasil dari keseluruhan responden tertinggi adalah sangat setuju berarti masih memberikan respon positif terhadap Katering Mardika walaupun masih dalam kondisi covid-19.

2. Saya merekomendasikan Katering Mardika sebagai salah satu tempat tujuan katering dengan pelayanan yang baik. Berdasarkan tabel 3 poin ke 2 dalam indikator merekomendasikan menjelaskan bagaimana pelayanan di Katering Mardika. Hasil dari 84 responden memberikan penjelasan bahwa 45 responden dengan persentase 53,6% memberikan pernyataan sangat setuju dengan sistem pelayanan katering yang baik, 34 responden dengan persentase 40,5% memberikan pernyataan setuju, 2 responden menyatakan netral dengan persentase 2,4% dan 3 responden menyatakan tidak setuju dengan persentase 3,6%. Kesimpulan pada tabel 3 memberikan pernyataan yang sangat baik atas respon pelanggan sehingga pelanggan sangat setuju untuk merekomendasikan

pelayanan Katering Mardika kepada sahabat, rekan kerja, saudara dan lain sebagainya.

3. Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama memesan makanan dan minuman di Katering Mardika. Pada tabel 3. tersebut menyatakan bahwa hasil pernyataan dari 84 responden respon terbanyak terdapat pada pernyataan sangat setuju dengan jumlah 47 responden dengan persentase 56%, adapun dilanjutkan dengan pernyataan setuju dengan 31 responden dengan persentase 36,9%, 3 responden memberikan pernyataan netral dengan persentase 3,6%, 2 responden menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,4% dan terendah memiliki 1 responden dengan persentase 1,2% yang menyatakan sangat tidak setuju atas poin ini. Hal-hal positif yang diberikan pelanggan untuk merekomendasikan bisa jadi dari kelebihan yang dimiliki oleh Katering Mardika contoh diberikan special diskon dalam jumlah pemesanan diatas 200 porsi, disediakan paket lain seperti paket tata rias, fotografer yang harganya mungkin lebih murah dan lain-lain sebagainya.

Hasil Rekapitulasi Angket

Tabel 4. Hasil Rekapitulasi Angket

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total	Rata-rata
Kesesuaian Harapan								
1	Makanan dan minuman yang dihidangkan oleh Katering Mardika rasanya lebih enak dibandingkan dengan katering lain yang menyediakan makanan dan minuman sejenis.	190	160	12	2	1	354	4,21
2	Katering Mardika menyediakan banyak variasi menu sehingga anda memiliki banyak pilihan.	190	152	21	0	1	364	4,33
3	Kebersihan tempat penyajian makanan yang diberikan sesuai dengan keinginan.	230	140	9	0	0	379	4,51
4	Porsi makanan dan minuman yang dibuat di Katering Mardika sesuai standar atau melebihi standard	190	164	12	2	0	368	4,38

Tabel Lanjutan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total	Rata-rata
Minat Berkunjung Kembali								
5	Harga makanan yang ditetapkan Katering Mardika terjangkau untuk pelanggan seperti saya	220	144	9	2	0	376	4,47
6	Penyajian makanan dan minuman Katering Mardika menarik	200	152	15	0	1	369	4,39
7	Proses pembayaran yang mudah dan cepat sehingga membuat anda menjadi nyaman dalam bertransaksi.	260	108	9	4	0	381	4,53
9	Saya akan mengunjungi Katering Mardika untuk memesan makanan dan minuman kembali pada saat mengadakan acara.	225	132	15	2	0	374	4,45
10	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Katering Mardika karena pelayanannya memuaskan	235	136	9	0	0	380	4,52
11	Saya akan mencoba memesan menu lain yang ditawarkan oleh Katering Mardika saat berkunjung kembali	215	140	6	6	1	368	4,38
Kesediaan Merekomendasi								
12	Saya merekomendasikan Katering Mardika kepada kenalan saya karena produk yang disajikan sangat memuaskan.	230	132	6	6	0	374	4,45
13	Saya merekomendasikan Katering Mardika sebagai salah satu tempat tujuan katering dengan pelayanan yang baik.	225	136	6	6	0	373	4,44
14	Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama memesan makanan dan minuman di Katering Mardika.	235	124	6	4	1	369	4,39
Total							5207	61,95

Berdasarkan hasil pembobotan angket diatas, dapat diketahui secara keseluruhan diperoleh angka 5207 pada kolom total, yang diperoleh dari perhitungan 5 skala penilaian oleh responden dijumlah. Total yaitu 5207 dan dibagi dengan jumlah responden sehingga memperoleh nilai hasil sebesar 61,95. Berdasarkan rekapitulasi angket diatas, dapat diketahui secara seluruh diperoleh angka rata-rata nilai kepuasan pelanggan Katering Mardika adalah sebesar 61,95 yang didapat dari perhitungan dengan menggunakan metode analisis terhadap kepuasan pelanggan Katering Mardika mengacu sebagai berikut:

$$\text{Nilai kepuasan pelanggan} = (\sum N_s) / \alpha$$

$$= 61,95 / 14$$

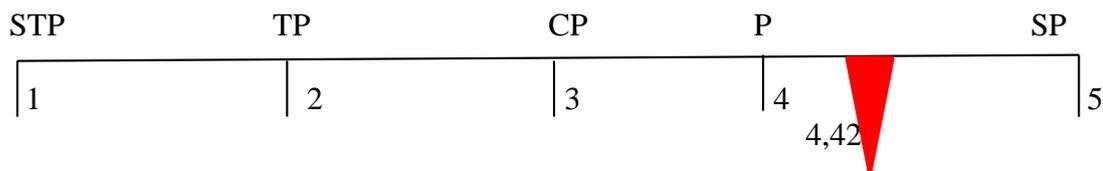
$$= 4,42$$

Keterangan

$\sum N^N$: nilai rata-rata yang diberikan responden

A : jumlah variable yang membentuk suatu indikator

Berdasarkan penelitian diatas, peneliti membuat interval berdasarkan skala yang digunakan yaitu skala likert. Menggunakan rumus (sekor perkiraan x jumlah responden). Sangat Puas (5), Puas (4), Cukup Puas (3), Tidak Puas (2), Sangat tidak Puas (1). Jumlah keseluruhan hasil rata-rata Kepuasan Pelanggan Katering Mardika adalah 4,42.



Gambar 5 Interval skala Likert pada Kepuasan pelanggan Katering Mardika Jakarta

Berdasarkan pada gambar skala diatas, kepuasan pelanggan terhadap Katering Mardika dapat dinilai “Setuju” atau baik. Nilai ini hampir mendekati “Sangat Setuju” yang berarti mayoritas pelanggan Katering Mardika merasa “Puas” dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Katering Mardika maupun penyelenggara saat memakai jasa Katering Mardika. Nilai dari masing variable yang berkaitan, selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan standar yang didapatkan yaitu 4,42. Dengan penelitian apabila rata-rata suatu pernyataan $\geq 4,42$ maka penilaian responden pada pertanyaan ini adalah positif, namun apabila rata-rata dibawah $\leq 4,42$ maka penilaian dari responden pada pernyataan berikut adalah negative.

Berikut ini adalah nilai masing – masing dari pertanyaan yang memiliki nilai yang sama dengan atau lebih dari nilai rata-rata.

1. Kebersihan tempat penyajian makanan yang diberikan sesuai dengan keinginan (4,52). Pelanggan Katering Mardika merasa Puas dengan tempat penyajian makanan yang diberikan sehingga pada poin butir pertanyaan ini sudah memenuhi nilai kepuasan pelanggan.
2. Harga makanan yang ditetapkan Katering Mardika terjangkau untuk pelanggan seperti saya (4,46). Untuk harga yang diberikan Katering Mardika sesuai dan dapat dijangkau para pelanggan sehingga pada poin butir pertanyaan ini sudah memenuhi nilai kepuasan pelanggan
3. Proses pembayaran yang mudah dan cepat sehingga membuat anda menjadi nyaman dalam bertransaksi (4,55). Proses pembayaran atau transaksi dalam Katering Mardika meberikan nilai positive sehingga pelanggan tidak

merasa kesulitan saat proses pembayaran. Poin butir pertanyaan ini sudah memenuhi nilai kepuasan pelanggan.

4. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Katering Mardika karena produk yang disajikan memuaskan (4,51). Produk yang diberikan Katering Mardika memuaskan sehingga ini menjadikan pelanggan untuk berkunjung kembali ketika membutuhkan jasa katering. Poin butir pertanyaan ini sudah memenuhi nilai kepuasan pelangggan.
5. Saya akan mengunjungi Katering Mardika untuk memesan makanan dan minuman kembali pada saat mengadakan acara (4,45). Rasa puas terhadap makanan dan minuman yang disajikan Katering Mardika memberikan kesan terhadap pelanggan Katering Mardika untuk berkunjung kembali. Poin butir pertanyaan ini sudah memenuhi nilai kepuasan pelanggan.
6. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Katering Mardika karena pelayanannya memuaskan (4,52). Dengan pelayanan yang diberikan pihak katering dari menawarkan produk, memberikan pengarahan dalam memakai jasa katering dan lain-lain selalu memberikan pelayanan yang terbaik yang memberika kesan puas terhadap pelanggan.
7. Saya merekomendasikan Katering Mardika kepada kenalan saya karena produk yang disajikan sangat memuaskan (4,48). Dengan produk yang disajikan memberikan rasa puas terhadap pelanggan Katering Mardika poin ini memberika rekomendasi.
8. Saya berminat kembali untuk berkunjung kembali ke Katering

Mardika karena pelayanannya memuaskan (4,52). Pelayanan merupakan hal yang penting dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh Katering Mardika sudah direspon baik dari pelanggan ini di buktikan dari hasil perhitungan rata-rata data responden.

Tetapi ada beberapa hal yang harus diperbaiki dan ditingkatkan agar pelanggan Katering Mardika bisa merasakan Puas atau Sangat puas sehingga kembali membeli produk dan menggunakan jasa Katering Mardika.

Table 5. Hasil Rata – Rata Indikator

No	Indikator	Rata-rata
1	Kesesuain Harapan	4,40
2	Minat Berkunjung Kembali	4,46
3	Kesedian Merekomendasi	4,42
Jumlah		13,28
		4,42

Berdasarkan table 5. Diatas dapat disimpulkan bahwa hasil rata-rata indikator yang didapat adalah berjumlah 13,28. Jumlah rata-rata per-indikator adalah yang pertama 4,40. Indikator kedua 4,46 dan indikator ketiga 4,42. Total dari keseluruhan rata-rata dijumlah lalu dibagi sebanyak total indikator sehingga memiliki nilai rata-rata dari keseluruhan indikator yaitu 4,42.

Dengan hasil rata-rata yang diperoleh dari data diatas dapat diketahui beberapa butir pertanyaan yang belum memenuhi nilai kepuasan pelanggan. Berikut beberapa pernyataan yang belum memenuhi tingkat standar kepuasan pelanggan:

1. Makanan dan minuman yang dihidangkan oleh Katering Mardika rasanya lebih enak dibandingkan dengan katering lain yang menyediakan makanan dan minuman sejenis (4,34). Beberapa pelanggan Katering Mardika mungkin melakukan perbandingan untuk produk dalam rasa makanan dan minuman Katering Mardika harus lebih ditingkatkan.

2. Katering Mardika menyediakan banyak variasi menu sehingga anda memiliki banyak pilihan (4,35). Hal ini diperkirakan kurangnya ketertarikan terhadap variasi menu atau keunikan varian menu masih kurang, variasi menu perlu ditingkatkan. (banyaknya varian menu tetapi belum ada jenis menu yang berbeda dengan katering lain).
3. Porsi makanan dan minuman yang dibuat di Katering Mardika sesuai standar atau melebihi standar (4,39). Dengan porsi yang disajikan pihak katering perlu memperhatikan lagi cara untuk memastikan bahwa porsi yang dibuat sesuai.
4. Penyajian makanan dan minuman Katering Mardika menarik (4,39). Penampilan produk adalah cara untuk memikat para pengomsumsi untuk menyantap dan menikmati hidangan. Pihak pengelola dan bagian penyajian harus menambah wawasan mengenai tampilan terhadap makanan, ini sangat penting untuk ditingkatkan bagi pihak katering.
5. Saya akan mencoba memesan menu lain yang ditawarkan oleh Katering Mardika saat berkunjung kembali (4,38). Pelanggan tidak berniat mencoba menu yang lain dikarekan banyaknya pelanggan yang sudah merasa nyaman dan pasti terhadap menu sebelumnya.
6. Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama memesan makanan dan minuman di Katering Mardika (4,39). Hasil rata-rata pengalaman pelanggan yang sudah pernah mencoba memakai jasa Katering Mardika masih belum puas ini ditunjukan dari perhitungan data responden. Katering Mardika perlu memperbaiki kekurangan apa saja yang membuat pelanggan masih belum puas.

Upaya Yang Perlu Dilakukan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Katering Mardika perlu meningkatkan kembali terhadap rasa makanan dan minuman sehingga saat

pelanggan membandingkan beberapa produk makanan dan minuman sejenis dengan catering lainnya, rasa yang di peroleh Catering Mardika tetap unggul. Dengan menyajikan banyaknya variasi menu, pihak catering perlu memperhatikan jenis-jenis varian menu misalkan membuat varian menu yang berbeda yang mungkin tidak dimiliki oleh catering lain sehingga membuat pelanggan tertarik dan ingin mencoba. Porsi yang diberikan pihak catering terhadap pelanggan masih kurang. Mungkin Pihak catering perlu memperhatikan lagi bagaimana agar porsi yang dibuat sesuai dengan harapan pelanggan.

Adanya penawaran menu lain harus ditingkatkan lagi, agar pelanggan tertarik untuk mencoba menu lain. Cara penawaran yang baik seperti mengenali dan memahami produk yang ditawarkan terlebih dahulu, pastikan bahwa cara berbicara sesuai dengan produk yang ditawarkan dan lain sebagainya. Dengan seluruh kegiatan yang dilakukan pihak Catering terhadap pelanggan harus menunjukkan kepuasan. Pelanggan yang memperoleh produk sesuai dengan pesanan maka pelanggan akan merasa puas.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai analisis Peningkatan Kepuasan Pelanggan Catering Mardika sebagai berikut:

1. Peningkatan Kepuasan di Catering Mardika sudah “Puas”, hal tersebut telah dibuktikan melalui pengolahan data dari yang dirasakan pelanggan. Indikator minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan merupakan dimensi yang mempunyai nilai paling tinggi atau diatas rata-rata, sedangkan yang paling rendah atau dibawah rata-rata adalah mengenai kesesuaian harapan.
2. Dari penelitian peningkatan kepuasan pelanggan di Catering Mardika Jakarta

ditemukan bahwa masih ada pelanggan yang menyatakan “Belum Puas”. Hasil ini ditemukan pada indikator harapan pelanggan yang tertuju pada variasi menu, porsi makanan dan penyajian makanan. Indikator minat kunjung kembali tertuju pada memesan menu lain, terakhir Indikator kesediaan merekomendasikan tertuju pada pengalaman akan hal-hal positif.

Saran

Adapun saran yang diharapkan dari hasil penelitian ini diantara lain adalah:

1. Meningkatkan kembali Kepuasan pelanggan untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan. Dalam memberikan kepuasan yang sesuai dengan harapan pelanggan seperti variasi menu, porsi makanan dan penyajian makanan.
2. Diharapkan pihak Catering Mardika dapat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dengan cara memperhatikan apa yang masih kurang dari kepuasan pelanggan dan mempertahankan apa yang sudah menjadi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z. dan Rahayu, I. T. 2011. *Hubungan antara Orientasi Religius, Locus of Control, dan Psychological Well-Being Mahasiswa Fakultas Psikologi*. Malang: Universitas Islam Negri Maulana Malik Ibrahim.
- Asmuji. 2012. *Manajemen Keperawatan: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: Arruzz Media.
- Barnes, J. G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: And.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran, ed. 3.*. Yogyakarta, Andi.

- Harahap, Ali Putra P. 2012. *Pengaruh Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan di PT Kereta Api Persero Medan*. Medan: Universitas Medan Area.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia no715/Menkes/SK/V/2003, Persyaratan *Hygiene Sanitasi* JasaBoga.
- Kardigantara, S . 2006. *Manajemen Jasa Boga (MJB)*. Bandung.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mauludi, Rizky Yunia. 2017. *Rancang Bangun Aplikasi Pemesanan Katering Berbasis Wab Pada PT Berkah Kulina Nusantara*. Surabaya: Intitut Bisnis Dan Informatika Stikom.
- Moehyi.S. 1992. *Penyelenggara Makanan Industri Dan Jasa Boga*. Jakarta: Bantara.
- Pradmuji, D. 1994. *Petunjuk Praktis Usaha Katering*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono dan Diana.2015. *Pelanggan puas? Tak cukup!*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono dan Chandra. 2016. *Service, Quality, Dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Windasuri, Heria, Hyacintha Susanti. 2016. *Excellent Service*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.