

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pelatihan Tata Boga

2.1.1.1 Pengertian Pelatihan Tata Boga

Robinson dalam (Trisna et al., 2018, hlm.2) menyatakan bahwa pelatihan adalah suatu istilah memiliki makna yang bersifat subjektif, tergantung pada pengalaman individu serta latar belakang yang dimilikinya. Dengan kata lain, pelatihan adalah proses pembelajaran atau pemberian pengalaman bertujuan mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap seseorang guna mencapai tujuan tertentu (Trisna et al., 2018, hlm.3). Adapun definisi pelatihan oleh Sedarmayanti (2013:198) dalam (Herwina, 2021, hlm.1), pelatihan diartikan sebagai suatu upaya untuk meningkatkan keaktifan kerja anggota organisasi yang sebelumnya kurang aktif, serta untuk meminimalkan dampak negatif yang timbul akibat kurangnya pembelajaran, terbatasnya pengalaman, maupun rendahnya rasa percaya diri baik pada individu maupun kelompok tertentu. Sedangkan menurut Robert L. Mathis dalam (Trisna et al., 2018, hlm.3), sebuah pelatihan merupakan suatu proses di mana individu memperoleh kemampuan tertentu untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi. Sehingga pelatihan dapat dikaitkan langsung dengan tujuan organisasi dan dapat dipahami dalam ruang lingkup yang luas maupun terbatas, dalam lingkup terbatas pelatihan menyediakan berbagai pengetahuan serta keterampilan yang spesifik yang dapat digunakan oleh para karyawan terhadap pekerjaan mereka dan mencapai kemampuan yang dapat menunjang untuk pekerjaan, baik untuk saat ini maupun masa mendatang (Trisna et al., 2018, hlm.2).

Menurut Good dalam (Trisna et al., 2018, hlm.3), Pelatihan didefinisikan sebagai suatu bentuk pengajaran yang terstruktur dengan tujuan yang jelas, yang umumnya bersifat praktis dan dapat didemonstrasikan, serta menuntut partisipasi aktif

dari peserta dan mencakup evaluasi terhadap peningkatan kerja sama antar peserta didik.. Dapat disimpulkan pelatihan adalah sebuah proses yang dilaksanakan seseorang dalam mencapai tujuan dengan meningkatkan kemampuan, pengetahuan dan sikap yang diperlukan untuk saat ini atau masa mendatang. Pendapat lain mengemukakan bahwa pelatihan merupakan suatu proses di mana sekelompok individu memperoleh keterampilan tertentu guna mendukung pencapaian tujuan organisasi (Robert L. Mathis) dalam (Anwaliya et al., 2022, hlm.4). Sedangkan menurut Noe (2003) dalam (Nurleni & Widiastuti, 2018, hlm.4) menyatakan bahwa “*Training is a planned effect to facilitate the learning of job-related knowledge and behavior by employee*”. Pernyataan tersebut mengandung makna bahwa pelatihan merupakan suatu upaya yang dirancang secara sistematis dengan tujuan untuk memfasilitasi proses pembelajaran yang berkaitan dengan pekerjaan, mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, keahlian, dan perilaku pegawai. Sikula (2012) dalam (Anwaliya et al., 2022, hlm.3) Pelatihan didefinisikan sebagai proses pendidikan jangka pendek dilakukan melalui prosedur yang sistematis serta terorganisir, dengan cara pegawai non-manajerial belajar baik dari pengetahuan atau keterampilan teknis bertujuan dengan spesifik dan terbatas.

Tata boga terdiri dari tata dan boga. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tata merupakan aturan, kaidah, dan susunan serta sistematis, sedangkan boga artinya makanan atau masakan. Tata boga merupakan suatu teknik yang mencakup proses pengolahan, penyediaan, dan penyajian makanan secara sistematis dan terampil (Kessi & Febrina, 2014, hlm.54). Dengan demikian, Tata boga tidak terbatas kegiatan mengolah makanan, melainkan juga proses penyediaan serta penyajian makanan secara menyeluruh. Salah satu kebutuhan dasar manusia yaitu makanan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Abraham Maslow pada teori hirarki (Kessi & Febrina, 2014, hlm.54) menyatakan “Kebutuhan paling dasar individu merupakan kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan aspek fisik guna mempertahankan kelangsungan hidup. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan makanan, minuman, tempat berlindung, seks, tidur, serta oksigen”.

Tata boga atau gastronomi merupakan seni dan ilmu yang mempelajari serta mengapresiasi aspek-aspek makanan yang berkualitas dan bernilai baik (*good eating*) (Nurzaman & Widiastuti, 2019, hlm.4). Dengan kata lain, tata boga diartikan segala hal yang berhubungan dengan apresiasi dalam konsumsi makanan dan minuman. Selain itu, tata boga juga dipahami seni dalam mengolah masakan mencakup seluruh aspek makanan, mulai tahap persiapan, pengolahan, hingga penyajian, dalam konteks tradisional maupun internasional (Bartono, 2010) dalam (Nurleni & Widiastuti, 2018, hlm.4). Menurut Ismaini, D (2011) dalam (Trisna et al., 2018, hlm.4) dinyatakan bahwa tata boga merupakan seni atau ilmu mengenai makanan berkualitas (*good eating*). Dengan kata lain, tata boga mencakup hal yang berhubungan dengan kenikmatan dalam mengonsumsi makanan dan minuman.

Menurut Hamalik, penyusunan program pelatihan mencakup berbagai kebutuhan strategis (Trisna et al., 2018, hlm.3) antara lain:

- 1) Diperlukan penyesuaian untuk tenaga kerja baru.
- 2) Reorientasi diperlukan untuk karyawan lama yang cukup lama tidak menjalankan tugasnya.
- 3) Pelatihan dibutuhkan untuk tenaga kerja yang diangkat tanpa persiapan.
- 4) Diperlukan pelatihan khusus dalam pekerjaan atau kegiatan tertentu.
- 5) Tenaga kerja yang ditempatkan pada organisasi yang berkaitan inovasi atau temuan baru memerlukan pelatihan tambahan.
- 6) Pelatihan diperlukan untuk tenaga pengawas.
- 7) Memerlukan pemimpin (tenaga esksekutif)
- 8) Pelatihan diperlukan untuk tenaga yang memberi pelayanan kepada masyarakat.
- 9) Diperlukan pelatihan untuk mempersiapkan tenaga kerja yang diangkat pada jabatan lebih tinggi.
- 10) Pelatihan juga berfungsi sebagai sarana pengembangan diri bagi tenaga kerja..

2.1.1.2 Tujuan Pelatihan

Menurut Saleh (2010:175) dalam (Trisna et al., 2018, hlm.3) menyatakan bahwa tujuan pelatihan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta sikap individu karyawan, sehingga pada akhirnya dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja perusahaan atau pabrik, misalnya melalui peningkatan produktivitas”. Sedangkan tujuan pelatihan menurut Mangkunegara (2006:52) dalam (Herwina, 2021, hlm.1) antara lain:

- 1) Memperdalam pemahaman terhadap nilai-nilai ideologis dan semangat kebangsaan.
- 2) Mendorong peningkatan produktivitas kerja secara keseluruhan.
- 3) Meningkatkan kualitas hasil kerja individu maupun tim.
- 4) Memperkuat perencanaan dalam pengelolaan sumber daya manusia.
- 5) Menumbuhkan perilaku etis serta meningkatkan etos serta semangat kerja.
- 6) Meningkatkan motivasi karyawan mencapai kinerja optimal.
- 7) Mencegah terjadinya homogenitas dalam berpikir dan bertindak yang dapat menghambat inovasi.
- 8) Mendukung pengembangan potensi dan pertumbuhan pribadi karyawan secara berkelanjutan.

Menurut Herwina (2021, hlm.9), tujuan utama dari pelatihan diselenggarakan sebagai upaya untuk mengatasi berbagai kekurangan sumber daya manusia yang timbul akibat ketidakmampuan dalam melaksanakan tugas secara efektif. Selain itu, pelatihan bertujuan untuk mengoptimalkan potensi karyawan melalui pemanfaatan kemajuan teknologi, serta mempercepat proses pembelajaran bagi karyawan baru agar mereka dapat mencapai tingkat kompetensi yang dibutuhkan dalam pekerjaannya., memenuhi kebutuhan-kebutuhan individu, membina karyawan agar lebih produktif dan mempersiapkan karyawan dalam mempersiapkan promosi jabatan. Selain itu, adapun tujuan dari pelatihan yang dikemukakan oleh Herwina (2021, hlm.9) yaitu sebagai berikut:

- 1) Untuk mengurangi gap atau perbandingan kinerja antara hasil yang di inginkan dengan yang sudah tercapai pegawai sebagai akibat dari ketidakmampuan karyawan dalam mencapai standar yang sudah ditetapkan. Pelatihan juga memiliki tujuan dalam mengatasi penyusutan produktivitas yang dihadapi oleh suatu organisasi.
- 2) Seiring dengan pesatnya pertumbuhan teknologi, pelatihan membuat karyawan untuk produktif dan fleksibel. Secara tidak langsung, hal tersebut juga turut menjadikan suatu organisasi lebih adaptif sehingga meningkatkan keahlian dan keuntungan organisasi.
- 3) Meningkatkan komitmen dan perspektif karyawan pada organisasi.

2.1.1.3 Fungsi Pelatihan

Menurut Hamalik (2007:13) (dalam Trisna et al., 2018, hlm.3) mengemukakan pelatihan berfungsi sebagai:

- 1) Fungsi edukatif, dimana pelatihan memiliki acuan terutama dalam peningkatan kepribadian, kemampuan yang professional serta loyalitas dan dedikasi kepada suatu lembaga atau organisasi.
- 2) Fungsi administratif, pelatihan merujuk pada pemenuhan persyaratan administratif yang diperlukan bagi setiap tenaga kerja atau karyawan, baik untuk keperluan promosi jabatan, pemenuhan angka kredit, maupun sebagai bagian dari upaya pembinaan dan pengembangan karier.
- 3) Fungsi personal, memfokuskan pembinaan kepribadian serta bimbingan yang berfungsi dalam mengatasi kesulitan serta masalah pekerjaan.

Sedangkan manfaat pelatihan menurut Robinson (dalam Trisna et al., 2018, hlm.3) yaitu sebagai berikut:

- 1) Pelatihan berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan individu maupun kelompok, dengan tujuan akhir mendukung peningkatan kinerja organisasi. Upaya perbaikan ini dapat dilaksanakan melalui berbagai metode. Pelatihan yang dirancang secara efektif mampu meningkatkan pemahaman

karyawan terhadap tugas dan tanggung jawab mereka, memperluas pengetahuan mengenai struktur dan tujuan organisasi atau perusahaan, serta membantu pencapaian tujuan unit kerja masing-masing melalui pemahaman prosedur, sistem kerja, dan aspek-aspek terkait lainnya.

- 2) Dalam pelatihan diajarkan keterampilan tertentu sehingga pegawai bisa melaksanakan tugas sesuai standar. Sebagai contoh yaitu kemampuan yang berkaitan dengan pengelolaan hubungan dengan atasan maupun sesama karyawan.
- 3) Pelatihan mampu memperbaiki sikap pada pimpinan dan pegawai. Hal ini seperti muncul sikap tidak produktif sehingga harus dilakukan pemecahan masalah dengan membuat kebijakan pelatihan yang dijelaskan dengan fakta-fakta secara jujur.
- 4) Memperbaiki standar keselamatan

2.1.1.4 Komponen Program Pelatihan

Program pelatihan bertujuan untuk membereskan bermacam-macam kemampuan dan keahlian serta metode penerapan kerja yang dibutuhkan pada saat ini (Umar, 2005:12) (dalam Herwina, 2021, hlm.7). Adapun komponen-komponen program pelatihan menurut Mangkunegara (2006:51) (dalam Herwina, 2021, hlm.7) terdiri dari:

- 1) Mempunyai tujuan, sasaran/objek yang dapat diukur.
- 2) Tenaga pendidik wajib memiliki kualifikasi dan ahli di bidangnya.
- 3) Modul pelatihan harus sesuai tujuan yang dicapai.
- 4) Tata cara pelatihan harus disesuaikan kemampuan pekerja sebagai partisipan.
- 5) Peserta pelatihan harus memenuhi persyaratan ditetapkan sebelumnya.

2.1.1.5 Tata Cara dan Tahapan Pelatihan

Selain itu, setiap lembaga atau organisasi yang menyelenggarakan pelatihan memerlukan tata cara yang sesuai agar pelatihan tersebut dapat dimengerti oleh para peserta pelatihan, yaitu dengan memperhatikan hal-hal dibawah ini (Herwina, 2021, hlm.7):

- 1) Tata cara pekerjaan
- 2) Tata cara balai
- 3) Tata cara demonstrasi
- 4) Tata cara *apprenticeship*
- 5) Tata cara simulasi
- 6) Tata cara ruang kelas

Seluruh metode pelatihan yang telah dijelaskan sebelumnya dapat didukung dengan penggunaan alat bantu visual (Herwina, 2021, hlm.8). Hal ini ditekankan karena, manusia lebih mudah memahami dan menyerap informasi melalui indera penglihatan dibandingkan dengan pendengaran atau media lainnya. Disamping mengutamakan pengalaman, media visual juga tidak boleh ditinggalkan karena mempermudah dalam menyimak serta mengingat sesuatu (Herwina, 2021, hlm.8). Adapun contoh perlengkapan media visual yaitu slide, video, film, LCD, papan tulis, poster dan sebagainya. Menurut Mc. Gehee (dalam Herwina, 2021, hlm.8) menjelaskan bahwa prinsip-prinsip pelatihan meliputi pemberian modul-modul yang sistematis dan bersumber sesuai dengan tahapan. Pemenuhan tahapan tersebut sesuai tujuan yang akan dicapai. Pengajar dituntut untuk dapat memotivasi serta menyebarkan respon berkaitan dengan modul pembelajaran. Diperlukan penguat dalam membangkitkan respon positif partisipan yang dapat dicapai melalui konsep pembuatan sikap. Adapun tahapan-tahapan penerapan pelatihan menurut (Herwina, 2021, hlm.8) yaitu :

1. Tahapan Pra-Pelatihan (*Pre-Class Activities*)
2. Tahapan Penerapan Pelatihan (*In-Class Activities*)
3. Tahapan Aktivitas Pasca Pelatihan (*Post-Class Activities*)

2.1.2 Tingkat Kepuasan

2.1.2.1 Definisi Kepuasan

“Kepuasan” atau “*satisfaction*” dari bahasa latin “*satis*” artinya cukup baik, sedangkan “*fasio*” artinya membuat/melakukan. Menurut Tjiptono (2006:349) (dalam Ramadhan, 2019, hlm.10) menyatakan bahwa kepuasan didefinisikan sebagai suatu

usaha untuk memenuhi kebutuhan tertentu atau menjadikan sesuatu berada dalam kondisi yang memadai. Definisi kepuasan menurut Zeithaml dkk., (2006:110) (dalam Ramadhan, 2019, hlm.10) yaitu “*satisfaction is the costumers evalution of a product or service in terms of whether that product or services has meet the costumers needs and expectations*”. Dengan demikian, kepuasan dapat diartikan sebagai hasil evaluasi konsumen terhadap suatu produk atau layanan, di mana kesesuaian antara produk atau layanan tersebut dengan kebutuhan dan harapan konsumen menjadi tolok ukurnya. Konsumen akan merasa puas apabila layanan yang diterima sejalan dengan harapan mereka. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima tidak memenuhi harapan, maka akan timbul rasa kecewa atau ketidakpuasan. Pendapat lain menyebutkan bahwa kepuasan merupakan tingkat emosi atau perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan yang dimilikinya (Supranto, 2006:42) (dalam Ramadhan, 2019, hlm.26). Sedangkan menurut (Tjiptono, 2006:351) dalam (Ramadhan, 2019, hlm.26) menyatakan Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai hasil yang dirasakan oleh pembeli setelah mengalami kinerja suatu perusahaan yang sesuai dengan harapan mereka.

Menurut Kotler (2000) dalam (Pranoto et al., 2016, hlm.5) mengemukakan kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diterima dengan harapan yang dimilikinya. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi yang dilakukan oleh pembeli ketika alternatif yang dipilih mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka, sementara ketidakpuasan terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan tersebut (Engel) dalam (Pranoto et al., 2016, hlm.5). Pendapat lain yang dikemukakan oleh (Daryanto, 2011:9) dalam (Pranoto et al., 2016, hlm.5) menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapan yang dimilikinya. Menurut Parasuraman, dkk (1985) (dalam Salim & Pradiani, 2021), kepuasan pelanggan merupakan kesan pelanggan terhadap pengalaman pelayanan yang dialaminya. Persepsi pelanggan termasuk dalam salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas

pelayanan juga dipengaruhi oleh kualitas produk, jasa, nilai, harga, serta berbagai faktor lain yang bersifat personal maupun situasional. (Salim & Pradiani, 2021). Menurut Irawan (2009) dalam (Salim & Pradiani, 2021) menjelaskan terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya:

- 1) Kualitas produk (*product quality*)
- 2) Kualitas pelayanan (*service quality*)
- 3) Harga (*price*)
- 4) Faktor emosional (*emotional factor*)
- 5) Kemudahan (*efficiency*)

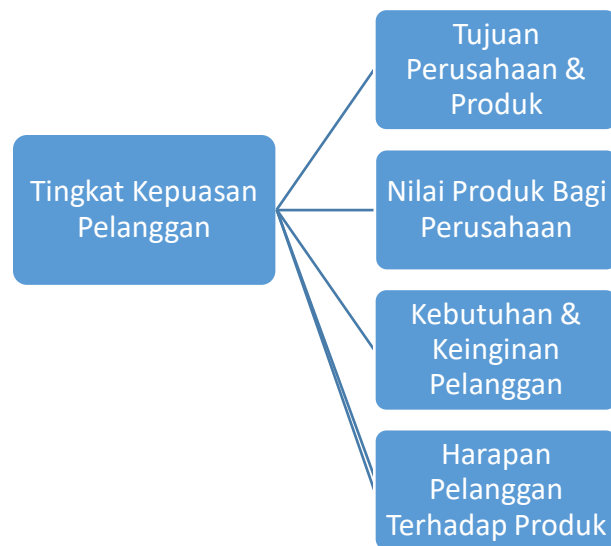
2.1.2.2 Konsep Kepuasan

Kepuasan merupakan suatu konsep dimana perusahaan dan pelanggan saling berhubungan. Diartikan juga sebagai keterkaitan antara memberi pelayanan dengan yang diberi pelayanan. Keterkaitan tersebut terletak pada sesuatu yang disediakan oleh pemberi layanan serta harapan dari orang yang dilayani. Apabila terjadi kesesuaian antara layanan atau produk sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pengguna jasa maka akan mewujudkan kepuasan. Apabila pelayanan atau produk sesuai dengan harapan yang dimaksudkan oleh pengguna jasa maka akan mewujudkan kepuasan.

Perusahaan berperan sebagai pemberi layanan, sedangkan masyarakat berperan sebagai pengguna layanan. Perusahaan sebagai pemberi layanan memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, bentuknya dapat berupa produk atau jasa. Oleh karena itu, perusahaan membuat suatu produk atau layanan yang disediakan perusahaan (Pranoto et al., 2016, hlm.6). Dengan membeli produk atau menggunakan jasa layanan yang disediakan oleh perusahaan, masyarakat memiliki harapan bahwa kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi.

Adapun hasil dari pembelian suatu produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan akan dinikmati oleh pelanggan dan kemudian dinilai. Penilaian pelanggan terhadap produk atau jasa yang dirasakan akan membentuk persepsi atau tanggapan tertentu. Proses perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau

layanan tersebut merupakan bagian dari evaluasi kepuasan pelanggan. Apabila produk atau layanan diberikan sesuai harapan, maka akan tercipta kepuasan. Hal tersebut sesuai dengan salah satu tujuan perusahaan yaitu menyediakan layanan atau membuat suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.



Gambar 2. 1 Konsep Kepuasan

Sumber: Fandy Tjiptono (2001:25) (dalam Pranoto et al., 2016, hlm.6)

2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut Indahsari (2023) (dalam Nazaruddin, 2023, hlm.13) mengemukakan terdapat beberapa faktor mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya:

- 1) Kualitas produk, jika produk ditawarkan berkualitas pelanggan merasa puas.
- 2) Kualitas pelayanan, jika layanan diberikan sesuai yang diharapkan pelanggan merasa puas.
- 3) Emosional, apabila menggunakan produk dengan merk tertentu dan pelanggan merasa puas maka akan membuat rasa bangga dan orang lain merasa kagum pada

produk yang digunakan. Kepuasan diperoleh karena *self esteem* atau sosial sehingga membuat pelanggan merasa puas terhadap suatu merk.

- 4) Harga, untuk memberikan nilai lebih tinggi pada pelanggan maka harus menetapkan harga yang relatif murah tetapi berkualitas.
- 5) Biaya, untuk mendapatkan kepuasan terhadap produk atau jasa maka pelanggan tidak mengeluarkan biaya tambahan serta membuang waktu.

2.1.2.4 Strategi Kepuasan

Dalam menjadikan kepuasan pelanggan tidaklah mudah, saat kepuasan pelanggan tidak dirasakan dalam pelayanan maka diperlukan upaya dalam melakukan perbaikan atau penyempurnaan kepuasan. Berbagai strategi didapatkan melalui pengalaman sebelumnya dimana pelanggan akan mengetahui letak kesalahan dan yang diinginkan (Nazaruddin, 2023, hlm.40). Kepuasan pelanggan adalah salah satu strategi jangka panjang membutuhkan komitmen yang berkaitan dengan dana serta persoalan sdm (Nazaruddin, 2023, hlm.40). Hal ini sesuai dengan oleh Tijptono (2020) (dalam Nazaruddin, 2023, hlm.14) terdapat beberapa strategi dalam mencapai kepuasan pelanggan diantaranya:

- 1) Strategi *superior costumer service*
- 2) Strategi *unconditional service guarantees* atau *extraordinary guarantes*

Strategi ini terletak pada komitmen dalam memberikan kepuasan pelanggan menjadi kekuatan atau dorongan untuk meningkatkan kualitas layanan atau kinerja institusi (Nazaruddin, 2023, hlm.14). Selain itu, hal tersebut juga meningkatkan motivasi karyawan untuk tampil dalam taraf yang lebih tinggi dari sebelumnya. Dalam mengurangi kerugian pelanggan atau risiko maka dibuat jaminan atau jaminan mutlak. Hasil dari jaminan tersebut, organisasi dituntut untuk memberikan hasil yang terbaik serta mendapatkan kesetiaan pelanggannya. Tujuan dari pemberian jaminan adalah untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh institusi, serta terhadap segala hal yang disediakan oleh lembaga terkait. (Nazaruddin, 2023, hlm.15).

2.1.2.5 Indikator Kepuasan

Menurut Garbarino dkk., (dalam Nazaruddin, 2023, hlm.15) terdapat indikator dalam mencapai kepuasan, diantaranya:

- 1) Rasa senang, secara keseluruhan memiliki artinya menyenangkan hati.
- 2) Berbagai informasi positif, memiliki arti menyatakan hal-hal yang positif dan memberi rekomendasi kepada orang lain.
- 3) Tidak ada komplain, artinya pelanggan akan kembali apabila apabila dirasa merasa puas.

2.1.2.6 Dimensi Kepuasan

Pengukuran kualitas pelayanan diukur melalui beberapa dimensi sebagaimana dikatakan Parasuraman (dalam Pranoto et al., 2016, hlm.7) bahwa: *“However listed ten determinants of service quality that can be generalized to any type of service. The ten dimensions include tangibility, responsiveness, reliability, acces, competence, communication, courtesy, credibility, security and understanding. In addition, the ten dimensi ons were then regrouped in the well known five dimensi ons in the SERVQUAL model. Which include assurance, emapathy, reliability, responsiveness and tangibility”*.

Dari pernyataan diatas menunjukan bahwa kualitas pelayana terdiri dari 10 dimensi yang terdiri dari *tangibility, reliability, competence, responsiveness, acces, courtesy, credibility, communication, security and understanding*. Selanjutnya, dari 10 dimensi tersebut dikelompokkan lagi menjadi 5 dimensi, diantaranya *assurance, empathy, reliability, responsivess and tangibility*.

Menurut Kotler (2009) (dalam Suhendra & Nurdianti, 2019, hlm.2), kualitas jasa diawali kebutuhan pelanggan kemudian berhenti di persepsi pelanggan. Oleh karena itu, penilai utama tingkat kualitas jasa suatu perusahaan yaitu pelanggan. Model *Servqual* merupakan salah satu cara dalam mengukur kualitas jasa dengan skala multi-item yang digunakan untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, kemudian gap diantara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa (Tjiptono, 2007) (dalam

Suhendra & Nurdianti, 2019, hlm.2). Parasuraman, et al., (1985) (dalam Suhendra & Nurdianti, 2019, hlm.2) melakukan penelitian dan mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, akses, kompetensi, komunikasi, kesopanan, kredibilitas, memahami pelanggan, bukti fisik dan keamanan. Saat penelitian berikutnya, beberapa dimensi disempurnakan dan dirangkum menjadi lebih singkat. Dengan demikian, dikategorikan menjadi dua aspek, yang pertama aspek jaminan (*assurance*) yang terdiri dari kesopanan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Aspek selanjutnya yaitu empati (*empathy*) yang terdiri dari kemampuan memahami pelanggan dan kemampuan berkomunikasi. Terdapat lima dimensi utama dalam mengukur kepuasan warga pelatihan oleh Parasuraman et al., (1985) (dalam Suhendra & Nurdianti, 2019, hlm.2) diantaranya:

- 1) Bukti fisik (*Tangibles*), aspek ini mencakup ketersediaan perlengkapan, fasilitas fisik, pegawai serta sarana komunikasi. Salah satu dimensi dalam menilai kualitas layanan pada sebuah lembaga pendidikan melalui variabel bukti fisik. Hal tersebut menggambarkan kesesuaian antara harapan (*expected service*) dengan persepsi (*perceived service*) yang telah diterima warga belajar berkaitan dengan sarana dan prasarana lembaga kursus dan pelatihan. Bukti fisik dalam kualitas pelayanan termasuk ke dalam bukti nyata pelayanan diberikan lembaga kursus dan pelatihan yang berperan sebagai pihak penyedia layanan, pada dasarnya pelayanan tersebut dapat terlihat atau digunakan secara langsung oleh warga belajar sebagai pengguna jasa (Riyadi, 2016) dalam (Rahmania et al., 2022, hlm.19). Menurut Yuniarti (2019) (dalam Rahmania et al., 2022, hlm.19), variabel bukti fisik sangat mendominasi dalam pengukuran kualitas pelayanan dibandingkan dengan indikator lainnya.
- 2) Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan dalam memberikan layanan yang diberikan dengan akurat, cepat dan memuaskan. Variabel ini menekankan pada dua hal, diantaranya konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). LKP berperan sebagai pihak penyedia jasa sehingga harus memberikan pelayanan secara tepat serta berkesinambungan (Rahmania et al.,

2022, hlm.20). Selain itu, untuk memperoleh kepercayaan dari peserta didik, LKP harus mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Menurut Lestiono dkk., (2018) (dalam Rahmania et al., 2022, hlm.20) menyatakan bahwa pelayanan atau kinerja LKP yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan peserta didik menandakan pelayanannya telah dilaksanakan sesuai dengan janji.

- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah keinginan staff karyawan untuk memberikan layanan dengan cepat tanggap dan membantu para pelanggan. Variabel ini berhubungan erat dengan kemampuan atau ketersediaan tutor atau tenaga kependidikan dalam membantu memberikan pelayanan yang responsif kepada peserta didik. Menurut Saidani (2012) mengemukakan bahwa dimensi ini lebih menekankan kepada tutor atau tenaga kependidikan yang berperan sebagai penyedia jasa untuk memperhatikan permasalahan, permintaan serta pertanyaan yang diajukan oleh peserta didik sebagai pihak pengguna jasa, tentunya hal tersebut harus dilakukan dengan responsif dan cepat tanggap. Apabila konsumen dibiarkan menunggu tanpa adanya informasi atau kepastian, hal tersebut berpotensi menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Tutor atau tenaga kependidikan di LKP perlu menerapkan sikap tanggap dalam memberikan pelayanan kepada peserta didik agar tercipta kepuasan dan menjaga agar tidak kecewa (Rahmania et al., 2022, hlm.21).
- 4) Jaminan (*Assurance*), aspek ini yaitu pengetahuan, kesopanan, kompetensi serta sifat yang dapat dipercaya yang harus dimiliki staff. Menurut Griselda & Panjaitan (2012) (dalam Rahmania et al., 2022, hlm.22) menyatakan bahwa keramahan, pengetahuan dan kemampuan tutor atau tenaga pendidikan berpotensi menyebabkan kepercayaan peserta didik terhadap lembaga kursus yang ditempati. Selain itu, kepercayaan dan keyakinan peserta didik dapat timbul karena tutor atau tenaga kependidikan dapat melaksanakan tugas dengan baik, menjamin kinerja dan mempunyai pengetahuan serta keramahan (Marlius, 2018) (dalam Rahmania et al., 2022, hlm.22).

- 5) Empati (*Empathy*), Aspek ini meliputi kemudahan akses, kemampuan menjalin hubungan, pola komunikasi yang efektif, perhatian personal, serta pemahaman terhadap kebutuhan khusus setiap pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2013) (dalam Rahmania et al., 2022, hlm.23) menyatakan bahwa empati adalah salah satu bentuk perhatian yang diberikan oleh pihak penyedia jasa atau pihak LKP kepada setiap peserta didik sehingga mereka merasa dimengerti, merasa penting dan dihargai oleh tenaga kependidikan atau tutor. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sikap empati dapat membangun pola komunikasi antara warga belajar dan tutor di LKP. Perhatian dan tingkat kepedulian yang diberikan tutor kepada peserta didik secara individu merupakan salah satu hal yang sangat didambakan oleh peserta didik (Marlius, 2018) (dalam Rahmania et al., 2022, hlm.23). Hal tersebut juga memberi rasa nyaman pada warga belajar, selain itu dapat dijadikan modal utama dalam mendukung motivasi belajar peserta didik di tempat kursus (Rahmania et al., 2022, hlm.23).

2.1.2.7 Pengukuran Kepuasan

Menurut Kotler (dalam Pranoto et al., 2016, hlm.5) menyatakan bahwa mengukur kepuasan yaitu dengan melakukan berbagai cara, diantaranya:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan perlu memberi kesempatan pada pelanggan untuk dapat secara bebas berpendapat, saran dan keluhan yang dialami. Hal tersebut dapat dilaksanakan seperti menyediakan kotak saran atau dengan memanfaatkan jejaring sosial, email, nomor telepon.

2) *Ghost Shopping*

Cara penggunaan metode ini yaitu mempekerjakan beberapa individu berperan sebagai pelanggan untuk membeli produk dari perusahaan pesaing. Setelah melakukan hal tersebut, ghost shopper akan menemukan kelemahan dan kekuatan dari pengalaman pembelian produk pesaing untuk kemudian disampaikan kepada perusahaan

3) *Lost Costumer Analysis*

Dalam metode ini, perusahaan melakukan kontak dengan pelanggan yang telah berhenti menggunakan layanan atau membeli produk. Dengan kata lain, perusahaan dapat membuka data pelanggan dan mengumpulkan informasi terkait pelanggan yang sudah tidak aktif dalam jangka waktu tertentu.. Perusahaan akan menggali informasi pelanggan mengenai produk dan menanyakan penyebab-penyebab tidak menggunakan produk tersebut (Pranoto et al., 2016, hlm.8).

4) *Survey Kepuasan Pelanggan*

Umumnya cara ini digunakan untuk penelitian tentang kepuasan pelanggan dilakukan metode survey, melalui telepon, pos dan wawancara pribadi. Metode ini dilaksanakan dengan berbagai cara, diantaranya dengan menggunakan pengukuran secara langsung (*Directly Reported Satisfaction*) dan pengukuran dilaksanakan menggunakan pertanyaan (*Derived Dissatisfaction*). Pengajuan pertanyaan tersebut dapat dilakukan dengan mengukur seberapa besar harapan pelanggan pada produk/jasa dengan besarnya kinerja yang dirasakan. Selain itu, cara pengukuran lainnya dengan menggunakan *problem analysis*, dimana pelanggan di jadikan sebagai objek respon untuk mengemukakan berbagai permasalahan yang dialami berkaitan penawaran perusahaan serta memberikan saran-saran perbaikan selanjutnya. Lalu cara terakhir dengan meminta responden untuk menyusun atau mengurutkan berbagai elemen dari penawaran berdasarkan tingkat kepentingan setiap elemennya (*Importance-performance Analysis*).

Selain itu, Kepuasan dalam konteks pendidikan dapat diukur menggunakan metode yang serupa dengan pengukuran kepuasan pelanggan, di mana peserta didik berperan sebagai pelanggan jasa yang menerima layanan pendidikan. Kepuasan pelanggan dapat diukur secara teknis dengan melakukan berbagai cara:

- 1) Memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan yang dilakukan secara langsung.
- 2) Memberikan pertanyaan kepada responden tentang seberapa besar harapan dari suatu produk/layanan dengan hasil yang dirasakan.

- 3) Meminta responden menuliskan permasalahan-permasalahan berkaitan penawaran perusahaan. Selain itu, responden akan diminta menuliskan perbaikan dapat dilakukan perusahaan.
- 4) Responden diminta mengurutkan berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat kepentingan serta kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (Tim Marknesis, 2009:44) (dalam Pranoto et al., 2016, hlm.9).

2.1.2.8 Harapan dan Kepuasan

Kepuasan erat kaitannya dengan perbandingan antara harapan dan realitas yang dialami; ketika suatu keadaan sesuai dengan harapan, individu cenderung merasa puas. Berdasarkan identifikasi dari beberapa ahli, terdapat tiga jenis harapan yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen, yaitu harapan terhadap kinerja yang ideal, kinerja yang wajar, dan kinerja yang diharapkan. (Engel, 1995:21) (dalam Pranoto et al., 2016, hlm.9). Menurut Olson, et.al (dalam Pranoto et al., 2016, hlm.9) mengemukakan bahwa harapan pelanggan adalah keyakinan pelanggan sebelum membeli mencoba suatu produk kemudian dijadikan acuan serta standar menilai kinerja produk tersebut.

Adapun faktor kebutuhan yang ada dalam diri konsumen diantaranya pengaruh promosi, keyakinan terhadap suatu produk atau jasa yang diinginkan dan pengalaman konsumen (Nirwana, 2004:24) (dalam Pranoto et al., 2016, hlm.9). Hal tersebut merupakan faktor-faktor yang menjadi pendorong munculnya keinginan untuk menggunakan suatu produk jasa yang sedang dikehendaki oleh konsumen. Berdasarkan pendapat yang telah dikemukakan tersebut, apabila konsumen telah merasa yakin dengan produk yang ditawarkan maka akan melakukan pengambilan keputusan berupa pembelian produk. Tentunya hal tersebut juga dipengaruhi karena adanya pengalaman pembelian di masa lalu, pengaruh dari orang sekitar atau suatu kelompok serta pengaruh promosi yang beredar.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian ini membutuhkan referensi sebagai bahan acuan pendukung pada materi, maka peneliti telah mencantumkan beberapa penelitian yang relevan diantaranya sebagai berikut:

- a) Skripsi yang ditulis oleh Nazaruddin (2023) berjudul “*Kepuasan Peserta Didik Terhadap Layanan Administrasi Kesiswaan di MTs Negeri Palopo*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan peserta didik terhadap layanan administrasi kesiswaan di MTs Negeri Palopo, serta untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara pelaksanaan layanan administrasi dengan tingkat kepuasan peserta didik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *ex post facto*, serta menerapkan teknik *stratified random sampling* dalam pengambilan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan peserta didik di MTs Negeri Palopo berada dalam kategori sangat baik, dengan 33% responden (dari total sampel 10 orang) menyatakan kepuasan mereka pada tingkat tersebut, sementara sisanya berada dalam kategori baik dengan hasil persentase 63%, serta frekuensi sampel 19 orang. Kemudian kategori cukup dengan persentase 3% dan frekuensi sampel sebanyak 1 orang.
- b) Skripsi Simanungkalit (2023) dengan judul “Tingkat Kepuasan Peserta Pelatihan Pada Kualitas Pelayanan Lembaga Kursus dan Pelatihan (Studi pada LKP *Simphony Music School* Kota Tasikmalaya)”. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pemaparan mengenai tingkat kepuasan peserta pelatihan pada kualitas pelayanan Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) *Simphony Music School* Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.
- c) Skripsi Nofianti (2024) dengan judul “Tingkat Kepuasan Peserta Pelatihan Terhadap Pelaksanaan Pelatihan Fisik Mental Disiplin (Studi di UPTD Latihan Kerja Kabupaten Tasikmalaya). Tujuan penelitian ini mengukur tingkat kepuasan

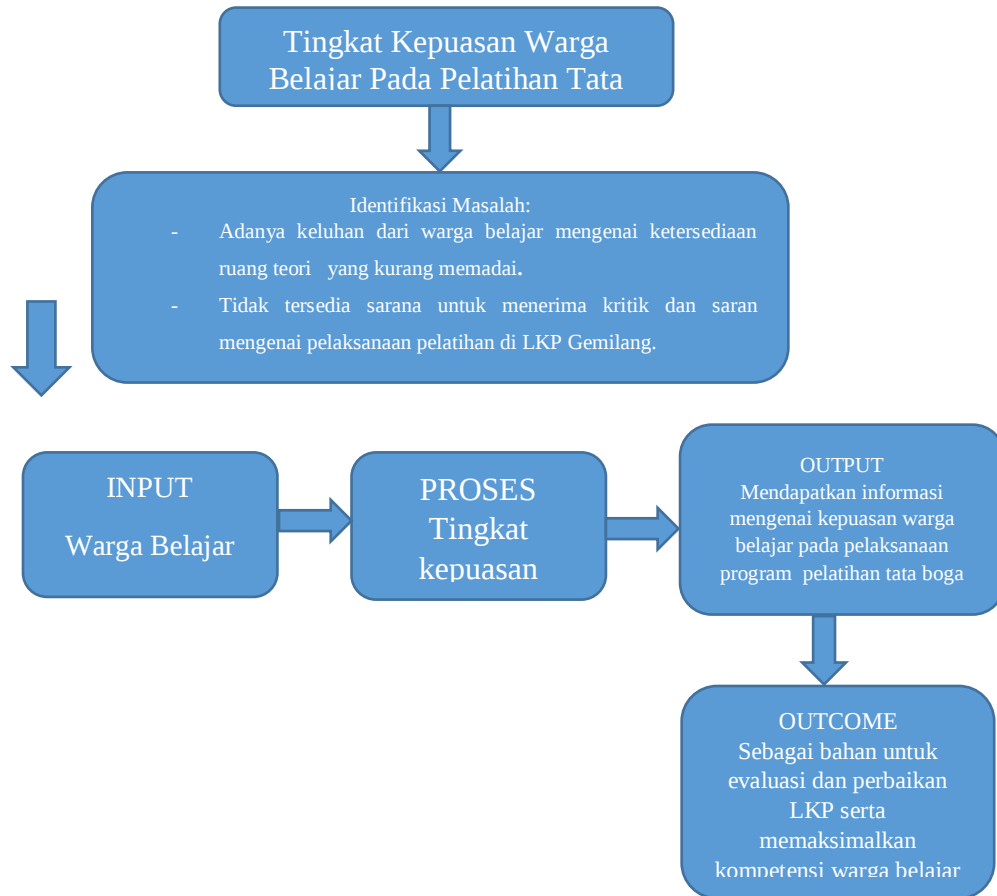
peserta pelatihan pada pelaksanaan pelatihan mental disiplin di UPTD Balai Latihan Kerja Kabupaten Tasikmalaya. Metode penelitian ini yaitu kuantitatif deksriptif dengan menggunakan metode survey. Menggunakan teknik sampel jenuh dimana peneliti mengambil 100% populasi yang ada di UPTD Balai Latihan Kerja Kabupaten Tasikmalaya dengan jumlah 31 orang responden.

- d) Jurnal Rahmania et al., (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Didik pada LKP Bahasa Inggris di Kota Malang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pada Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Bahasa Inggris di Kota Malang, mengidentifikasi tingkat kepuasan peserta didik, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta didik di lembaga tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei, didukung oleh analisis statistik deskriptif dan *explanatory research*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada LKP Bahasa Inggris di Kota Malang berada dalam kategori baik dan memberikan pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan peserta didik di Kecamatan Klojen Kota Malang berada pada kategori baik. Selanjutnya, dalam variabel kepuasan diperoleh bahwa peserta didik merasa puas atas layanan yang diberikan LKP serta hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan peserta didik.

- e) Jurnal Lulu et al., (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar”. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada LKP Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. Menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif jumlah sampel sebanyak 30 responden yang merupakan peserta didik yang mengikuti pelatihan di LKP Citra Jelita. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai sebesar 4,630 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat.

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut skema kerangka konseptual penelitian ini:



Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual

Sumber: Data Peneliti, 2024

2.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dijelaskan sebelumnya, terbentuk suatu pertanyaan penelitian yang harus dijawab yaitu mengenai bagaimana tingkat kepuasan warga belajar pada program pelatihan tata boga di LKP Gemilang Kota Tasikmalaya?