

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

Kantin Poltekkes Kemenkes Malang merupakan salah satu fasilitas penting yang berada di dalam lingkungan kampus dan berperan dalam mendukung kebutuhan konsumsi harian civitas akademika, meliputi mahasiswa, dosen, dan tenaga kependidikan. Lokasi kantin ini cukup strategis karena berada dekat dengan gedung-gedung perkuliahan utama, meskipun tergolong jauh dari Gedung Kebidanan. Kantin ini terdiri dari total 15 unit usaha makanan dan minuman yang tersebar di dua area utama, yaitu area semi tertutup di bagian depan dan area semi terbuka di bagian belakang yang dilengkapi atap dari bahan galvalum sebagai pelindung. Untuk mendukung pemahaman lokasi dan distribusi unit-unit kantin, berikut disajikan pada Gambar 3. denah Kantin Poltekkes Kemenkes Malang yang menggambarkan letak area makan, posisi masing-masing unit penjual, serta fasilitas pendukung lainnya.



Keterangan :

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| 1. Kantin Bu Gito | 9. Ki Ae Lo |
| 2. Sejo Bonggg Emakkkk | 10. CILOKBA |
| 3. Kantin Melody | 11. MIE CAK ON'E |
| 4. Kantin Mbak Devy Polkesma | 12. Bakso Pak Tihar |
| 5. Kantin Bu Rose | 13. REDBRICK JUICE |
| 6. Byu Tea | 14. Mas Chaann |
| 7. Kantin Barokah | 15. Geprek Samchon |
| 8. ES DEGAN DAN ES CAMPUR | |

Gambar 3. Denah Kantin Poltekkes Kemenkes Malang

Di area semi tertutup terdapat tujuh unit kantin yang menawarkan variasi produk makanan dan minuman. Yang terdiri dari :

1. Unit pertama adalah Kantin Bu Gito, yang menyediakan aneka masakan rumahan khas warteg serta soto. Sebagian menu utama dimasak di rumah, kemudian dibawa ke kantin untuk disajikan kembali, sementara beberapa jenis makanan pelengkap tetap dimasak langsung di kantin. Sistem pelayanan yang digunakan merupakan kombinasi antara *self-service* dan dilayani oleh penjual.
2. Unit Kantin kedua ialah Segoo Bonggg Emakkkk yang menawarkan berbagai varian nasi bakar yang dibakar secara langsung di tempat ketika dipesan.
3. Unit ketiga adalah Kantin Melodi yang menjual menu makanan tradisional seperti rujak, gado-gado, dan ketoprak yang dimasak dadakan di kantin. Sehingga kondisi unit Kantin Melodi terlihat paling kotor karena seluruh proses memasak dilakukan secara mendadak langsung di area kantin, ditambah dengan lokasinya yang berada di tengah bangunan sehingga minim pencahayaan dan kurangnya ventilasi udara.
4. Unit kantin keempat Kantin Mbak Devy Polkesma menyediakan berbagai makanan ringan, gorengan, serta minuman kemasan dingin. Kemudian,
5. Unit kantin kelima Kantin Bu Rose menawarkan menu yang serupa dengan Kantin Bu Gito, yaitu masakan rumahan dan soto, dengan metode penyajian yang juga gabungan antara ambil sendiri dan diambikan. Serta proses memasak makanannya pun sebagian dimasak dirumah dan beberapa makanan pelengkap dimasak di kantin.
6. Unit Kantin keenam Byu Tea menjual berbagai jenis es teh dan aneka jenis roti bakar yang dibuat dadakan sesuai pesanan.
7. Unit kantin ketujuh Kantin Barokah menawarkan pilihan makanan rumahan, ayam geprek dan soto, dengan sistem penyajian serupa dengan Kantin Bu Gito dan Kantin Bu Rose.

Sementara itu di area semi terbuka, kantin menggunakan gerobak dan dinaungi atap galvalum, terdapat delapan unit usaha makanan dan minuman. Yang terdiri dari :

1. Unit kantin kedelapan ialah es Degan dan Es Campur menjual es degan dan es campur yang diracik dadakan dengan bahan-bahan yang telah dipersiapkan dari rumah.
2. Unit Kantin kesembilan adalah Ki Ae Lo menyediakan aneka gorengan seperti tahu krispi, jamur krispi, kulit krispi, dan kentang goreng, yang digoreng dadakan saat ada pembeli.
3. Unit kantin kesepuluh Cilokba menjual pentol yang dimasak dari rumah dan disajikan oleh penjual.

4. Unit kantin kesebelas Mie Cak On'e menawarkan mie ayam yang dimasak langsung di tempat sesuai pesanan.
5. Unit kantin kedua belas Bakso Pak Tihar menyajikan bakso yang sudah dimasak dari rumah dan disediakan untuk diambil sendiri oleh pembeli.
6. Unit kantin ketiga belas Redbrick Juice menawarkan aneka jus buah segar yang dibuat saat dipesan.
7. Unit kantin keempat belas ialah Mas Chaan menjual minuman sachet seperti Nutrisari, Thai Tea, dan es coklat yang disiapkan secara dadakan.
8. Unit kantin kelima belas Geprek Samchon yang menyediakan berbagai varian geprek, seperti ayam, lele, jamur, serta nasi goreng, yang semuanya dimasak langsung di tempat.

Fasilitas fisik kantin secara umum cukup memadai. Terdapat dua area makan dengan jumlah tempat duduk yang cukup banyak, yaitu sekitar 10 meja panjang di area depan dan 16 tempat duduk panjang di area belakang, dilengkapi dengan tiga meja bundar berpayung dan masing-masing enam kursi. Kebersihan area makan relatif terjaga karena dilakukan pembersihan secara berkala oleh masing-masing pedagang. Pencahayaan dan ventilasi di area makan terbuka juga cukup baik, namun beberapa unit kantin yang memiliki dapur di area semi tertutup mengalami keterbatasan pencahayaan dan ventilasi, sehingga tampak lembab dan kurang terang. Kantin juga dilengkapi dengan satu wastafel tempat cuci tangan, tempat sampah terpisah, serta tempat cuci piring bersama yang terletak di sisi selatan kantin.

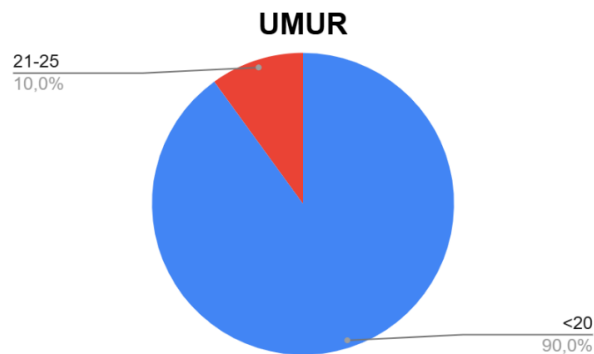
Sistem pelayanan di setiap unit kantin bervariasi, mulai dari swalayana (self-service), dilayani oleh pramusaji, hingga kombinasi keduanya, tergantung pada masing-masing unit. Dalam hal metode pembayaran, sebagian besar pedagang telah menyediakan opsi pembayaran non-tunai seperti QRIS atau dompet digital, selain tetap menerima pembayaran tunai. Pengelolaan kantin dilakukan dengan sistem penyewaan lapak langsung oleh pedagang kepada pihak kampus.

Secara keseluruhan, kantin ini memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pemenuhan kebutuhan gizi mahasiswa, menyediakan pilihan makanan yang cepat dan praktis, serta menciptakan kenyamanan konsumsi di lingkungan kampus. Namun demikian, masih ditemukan sejumlah kendala, seperti area masak yang kurang bersih dan pencahayaan yang tidak merata, kesamaan menu antar unit yang menyebabkan persaingan tidak seimbang, serta keluhan dari mahasiswa terkait suasana kantin yang panas, minimnya stopkontak, dan keterbatasan tempat duduk saat jam sibuk.

B. Karakteristik Konsumen

Secara umum umur, jenis kelamin, jurusan, dan uang saku dalam satu bulan adalah semua atribut konsumen yang dibahas dalam penelitian ini. Berikut akan disajikan data karakteristik umum konsumen di kantin Poltekkes Kemenkes Malang :

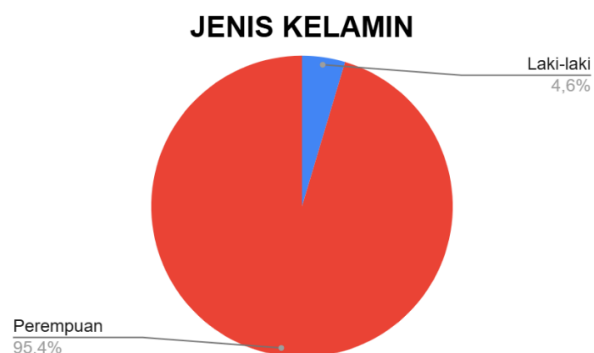
1. Umur



Gambar 4. Umur Responden

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat pada Gambar 4. bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia <20 tahun sebanyak 58 orang atau 90% ,sementara responden dengan rentang umur 21-25 tahun berjumlah 7 orang atau 10%. Penelitian ini dilakukan di lingkungan mahasiswa, sehingga terlihat bahwa sebagian besar responden berada pada kelompok usia produktif yang umumnya sudah memiliki kesadaran lebih terhadap aspek gizi dan kesehatan makanan.

2. Jenis Kelamin

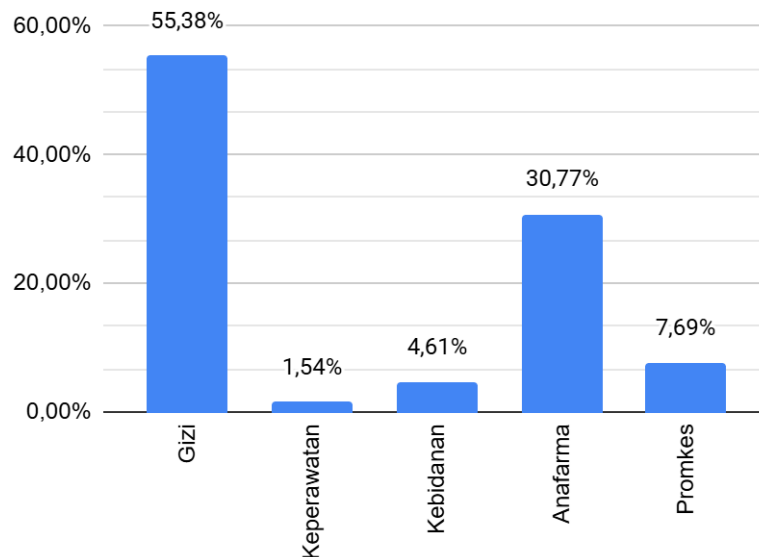


Gambar 5. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan Gambar 5. dari segi jenis kelamin responden perempuan mendominasi dengan jumlah 62 orang atau 95,38%, sedangkan laki-laki hanya sebanyak 3 orang atau 4,62%.

Hal ini dikarenakan sebagian besar mahasiswa di jurusan kesehatan memang didominasi oleh perempuan.

3. Jurusan

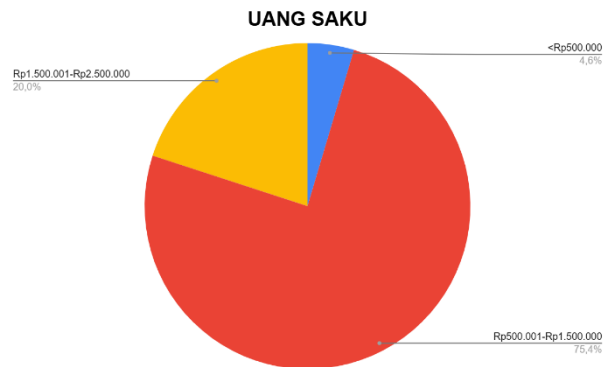


Gambar 6. Distribusi Responden Berdasarkan Jurusan Responden

Dapat dilihat pada Gambar 6. berdasarkan jurusan kuliah responden, mayoritas responden berasal dari jurusan Gizi sebanyak 36 orang atau 55,4%, disusul oleh jurusan Anafarma sebanyak 20 orang atau 30,77% dan jurusan Promosi Kesehatan sebanyak 5 orang atau 7,7%. Hanya sebagian kecil dari jurusan keperawatan sebanyak 1 orang (1,5%) dan kebidanan sebanyak 3 orang (4,6%).

Dominasi responden dari jurusan Gizi dan Anafarma menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan yang berhubungan langsung dengan makanan, gizi, dan kesehatan. Hal ini dapat memengaruhi cara mereka memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan makanan. Pengetahuan yang dimiliki memungkinkan mereka menilai secara lebih cermat dari segi kebersihan, kandungan gizi, dan penyajian makanan, sehingga tanggapan yang diberikan dinilai lebih informatif dan mendalam.

4. Uang Saku



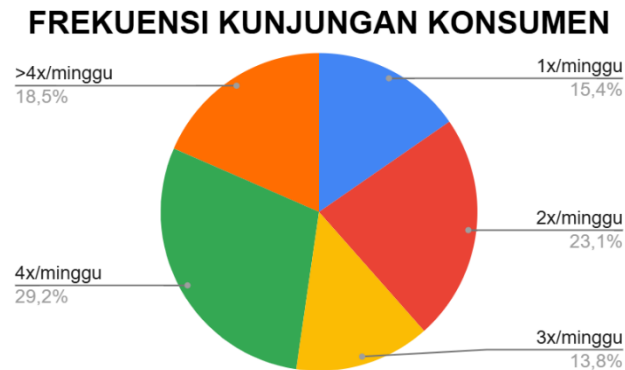
Gambar 7. Uang Saku Responden Dalam Sebulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dapat dilihat pada Gambar 7. diatas, diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki uang saku bulanan dalam kategori sedang, yaitu sebesar Rp500.001–Rp1.500.000, dengan persentase sebesar 75,4%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok dengan kemampuan ekonomi menengah. Uang saku pada rentang tersebut dinilai cukup untuk memenuhi kebutuhan makan sehari-hari, termasuk konsumsi makanan di kantin kampus, meskipun masih mempertimbangkan aspek keterjangkauan harga dan efisiensi pengeluaran.

Selanjutnya, sebanyak 20% responden termasuk dalam kategori uang saku tinggi (Rp1.500.001–Rp2.500.000). Responden pada kelompok ini memiliki kemungkinan lebih besar dalam hal fleksibilitas memilih jenis dan harga makanan, baik dari segi kualitas maupun frekuensi konsumsi di luar lingkungan kampus. Hal ini dapat memengaruhi preferensi mereka terhadap aspek pelayanan makanan, seperti variasi menu dan cita rasa.

Sementara itu, terdapat 4,6% responden yang berada pada kategori uang saku rendah (< Rp500.000). Keterbatasan pengeluaran pada kelompok ini diduga berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan ke kantin serta persepsi mereka terhadap harga, porsi, dan mutu makanan yang tersedia. Dengan demikian, perbedaan tingkat uang saku yang dimiliki responden dapat menjadi salah satu faktor yang turut membentuk penilaian mereka terhadap pelayanan makanan di kantin kampus.

5. Frekuensi Kunjungan



Gambar 8. Frekuensi Kunjungan Konsumen

Gambar 8. menunjukkan frekuensi kunjungan terbanyak adalah mereka yang berkunjung sebanyak 4x/minggu sebanyak 29,2%. Kemudian sebanyak 23,1% responden menjawab 2x/minggu mengunjungi kantin. Sebanyak 18,5% responden mengunjungi kantin <4x/minggu. Lalu sebanyak 15,4% responden mengunjungi kantin 1x/minggu dan yang terakhir sebanyak 13,8% responden 3x/minggu mengunjungi kantin.

Tingginya frekuensi kunjungan responden ke kantin sebanyak 4 kali per minggu menunjukkan bahwa kantin kampus merupakan salah satu pilihan utama mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan konsumsi makanan selama berada di lingkungan Poltekkes Kemenkes Malang. Frekuensi kunjungan yang tinggi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan waktu untuk menyiapkan makanan secara mandiri, harga makanan yang terjangkau, serta lokasi kantin yang mudah diakses. Sebaliknya, responden yang memiliki frekuensi kunjungan lebih rendah (1–2 kali per minggu) kemungkinan memiliki alternatif sumber makanan lain, seperti membawa bekal dari rumah atau membeli makanan di luar kampus. Perbedaan frekuensi kunjungan ini berpotensi memengaruhi persepsi responden terhadap mutu dan pelayanan makanan, di mana responden dengan frekuensi kunjungan lebih tinggi cenderung memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam menilai kualitas makanan dan pelayanan yang diberikan di kantin.

C. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen

1. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kantin Poltekkes Kemenkes Malang

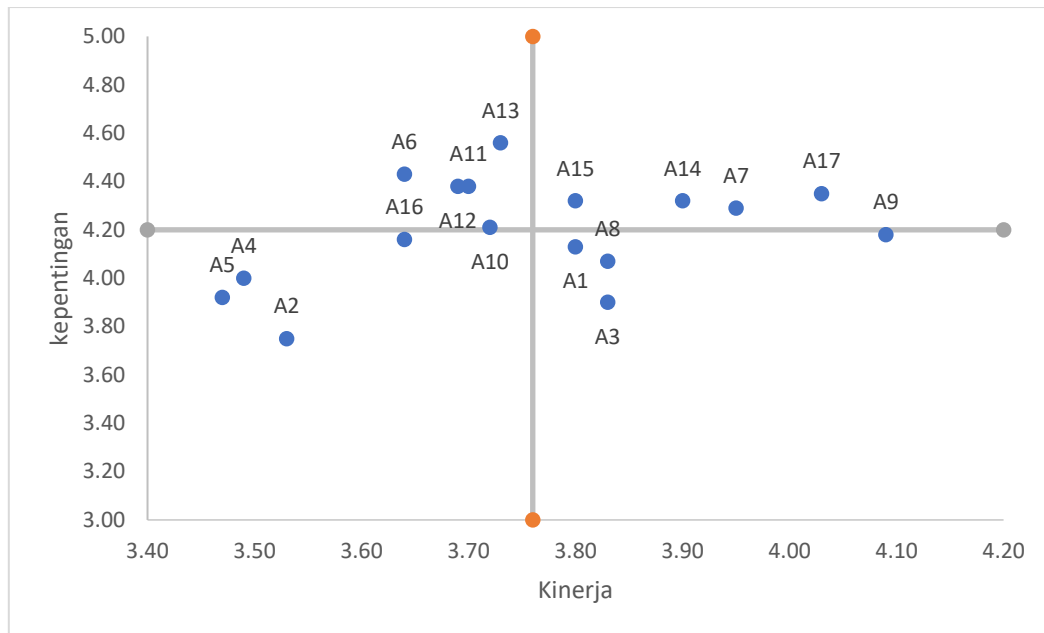
Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan dengan tujuan untuk menentukan skala prioritas pemecahan masalah, sehingga dapat diketahui atribut layanan mana yang harus segera diperbaiki, mana yang dipertahankan, serta mana yang menjadi fokus pengembangan di masa mendatang.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, penilaian kinerja digunakan untuk mengetahui apakah kinerja perusahaan sudah sesuai dengan kepentingan pelanggan. Dengan mempertimbangkan fitur kantin, kemudian fitur akan dikelompokkan berdasarkan kuadran tingkat perbaikan kinerja.

Tabel 4. Tingkat Kepentingan dan Kinerja serta Nilai Rata-rata Atribut

No	Atribut	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	Cita rasa makanan	4,13	3,8
2	Suhu makanan	3,75	3,53
3	Porsi makanan	3,9	3,83
4	Variasi menu	4	3,49
5	Penampilan makanan	3,92	3,47
6	Kebersihan makanan	4,43	3,64
7	Keramahan dan kesopanan penjual/pramusaji	4,29	3,95
8	Kecepatan dalam menyajikan makanan	4,07	3,83
9	Kemudahan dalam pemesanan makanan	4,18	4,09
10	Kemudahan dan variasi metode pembayaran	4,21	3,72
11	Kerapian dan kebersihan penjual/pramusaji	4,38	3,7
12	Kebersihan ruang penyajian makanan	4,38	3,69
13	Kebersihan wadah/alat saji makanan	4,56	3,73
14	Harga makanan yang ditetapkan terjangkau	4,32	3,9
15	Harga sesuai dengan mutu makanan	4,32	3,8
16	Tampilan luar tempat makan	4,16	3,64
17	Kelengkapan alat makan	4,35	4,03
Rata-rata		4,19	3,75

Tabel 4. di atas menyajikan tingkat kepentingan dan kinerja masing-masing indikator, lengkap dengan nilai rata-rata dari kedua variabel tersebut. Berdasarkan data tersebut, dilakukan analisis Importance Performance Analysis (IPA) yang menghasilkan empat kuadran pada diagram kartesius. Garis pembagi pada diagram menunjukkan nilai rata-rata sebagai acuan untuk memetakan posisi setiap indikator.



Keterangan :

- | | |
|---|--|
| A1. Cita rasa makanan | A10. Kemudahan dan variasi metode pembayaran |
| A2. Suhu makanan | A11. Kerapian dan kebersihan penjual/pramusaji |
| A3. Porsi makanan | A12. Kebersihan ruang penyajian makanan |
| A4. Variasi menu | A13. Kebersihan wadah/alat saji makanan |
| A5. Penampilan makanan | A14. Harga makanan yang ditetapkan terjangkau |
| A6. Kebersihan makanan | A15. Harga sesuai dengan mutu makanan |
| A7. Keramahan dan kesopanan penjual/pramusaji | A16. Tampilan luar tempat makan |
| A8. Kecepatan dalam menyajikan makanan | A17. Kelengkapan alat makan |
| A9. Kemudahan dalam pemesanan makanan | A18. Kemudahan dan variasi metode pembayaran |

Gambar 9. Diagram Kartesius Penilaian Konsumen Terhadap Produk Dan Layanan Kantin Poltekkes Kemekes Malang

Berdasarkan hasil perhitungan sebagaimana yang disajikan pada Gambar 9., maka 17 atribut mutu layanan (*Service Quality*) dapat dikelompokkan ke dalam empat kuadran. Atribut pada kuadran I terdapat 4 atribut, yang terdiri dari kebersihan makanan, kerapian dan kebersihan penjual/pramusaji, kebersihan ruang penyajian makanan, dan kebersihan wadah/alat saji makanan. Pada kuadran II terdapat 4 atribut, yaitu: keramahan dan kesopanan penjual/pramusaji, harga makanan yang ditetapkan terjangkau, harga sesuai dengan mutu makanan, dan kelengkapan alat makan. Pada kuadran III terdapat 5 atribut, yaitu: suhu makanan, variasi menu, penampilan makanan, kemudahan dan variasi metode pembayaran, dan tampilan luar tempat makan. Dan pada kuadran IV terdapat 3 atribut, yaitu: cita rasa makanan, porsi makanan, kecepatan dalam menyajikan makanan.

Pengelompokan memungkinkan peningkatan kinerja fitur yang dapat mempengaruhi kepuasan. Tingkat kepentingan bergantung pada cara setiap pelanggan melihat hal-hal, sehingga setiap pelanggan. Tingkat kepentingannya berbeda-beda. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui peningkatan kinerja, penting untuk

memprioritaskan atribut mana. Ini diperlukan karena keterbatasan sumber daya tidak memungkinkan perbaikan kinerja untuk semua atribut secara bersamaan.

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I (Prioritas Utama) memuat empat atribut penting yang perlu segera mendapatkan perhatian dan penanganan, yaitu kebersihan makanan, kerapian dan kebersihan penjual/pramusaji, kebersihan ruang penyajian makanan, serta kebersihan wadah/alat saji makanan. Keempat atribut ini berada pada posisi penting dalam persepsi konsumen, namun kinerjanya dinilai masih belum memuaskan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh responden. Kondisi ini menjadi indikator bahwa keempat atribut tersebut harus menjadi skala prioritas untuk diperbaiki dalam upaya peningkatan mutu pelayanan makanan.

Tingginya kepedulian terhadap aspek kebersihan ini juga tidak terlepas dari latar belakang pendidikan sebagian besar responden yang berasal dari jurusan kesehatan, seperti Gizi dan Anafarma yang memiliki pengetahuan lebih baik mengenai pentingnya sanitasi dalam penyajian makanan. Oleh karena itu, pengelola layanan makanan kampus perlu memberikan perhatian khusus terhadap peningkatan standar kebersihan, baik dari aspek lingkungan, personal, maupun peralatan. Temuan pada Kuadran I ini memberikan gambaran mengenai aspek-aspek layanan yang perlu mendapat perhatian lebih, khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan makanan sesuai dengan harapan konsumen

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut yang masuk ke dalam Kuadran II menunjukkan keseimbangan yang ideal anatar tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerja yang memuaskan. Di antaranya adalah keramahan dan kesopanan penjual, harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan mutu makanan, serta kelengkapan alat makan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, terutama dalam hal interaksi langsung dengan petugas serta aspek rasionalitas harga. Meski begitu, pengelola tetap perlu waspada dan tidak berhenti berinovasi. Mempertahankan kualitas layanan yang sudah baik sama pentingnya dengan memperbaiki kekurangannya.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada Kuadran III, terdapat lima atribut yang secara umum dinilai tidak terlalu penting oleh konsumen dan juga kinerjanya tidak terlalu menonjol. Atribut-atribut tersebut adalah: suhu makanan, variasi menu, penampilan makanan, kemudahan dan variasi metode pembayaran,

serta tampilan luar tempat makan. Konsumen tampaknya tidak terlalu mempermasalahkan aspek-aspek ini dalam pengambilan keputusan mereka, sehingga perbaikannya tidak perlu diprioritaskan dalam waktu dekat. Misalnya, meskipun tampilan luar tempat makan tidak terlalu menarik, hal ini tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli makanan. Namun demikian, bukan berarti atribut-atribut ini bisa diabaikan sepenuhnya. Dalam jangka panjang, seiring dengan berubahnya selera dan ekspektasi konsumen, penyesuaian dan peningkatan secara bertahap tetap perlu dilakukan, terutama jika ingin terus bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV berisi atribut-atribut yang secara umum memiliki kinerja tinggi, namun tingkat kepentingannya dinilai rendah oleh konsumen. Atribut-atribut ini meliputi cita rasa, porsi makanan, kemudahan dalam pemesanan makanan, dan kecepatan penyajian. Secara sederhana, konsumen menilai ketiga aspek ini sudah cukup baik, bahkan melebihi ekspektasi mereka. Hal ini terlihat dari persepsi responden yang menilai ketiga aspek tersebut sudah baik dan sesuai harapan, sehingga tidak menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan.

Namun, kecenderungan ini tampak sedikit berbeda dari karakteristik umum konsumen yang biasanya sangat menuntut terhadap cita rasa, porsi, dan kecepatan penyajian. Perbedaan ini dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan karakteristik layanan kantin yang ada di lingkungan kampus. Secara umum, waktu tunggu yang dianggap ideal adalah yang sesingkat mungkin dan sesuai dengan harapan pelanggan. Kriteria ini seringkali bersifat subjektif namun dapat diukur melalui persepsi kepuasan pelanggan, seperti makanan siap saji memerlukan waktu 1-3 menit, makanan dimasak (*cooked-to-order*) memerlukan waktu tunggu lebih lama 5-15 menit tergantung situasi antrian. Beberapa kantin seperti Kantin Bu Gito, Bu Rose, Warung Bakso, dan Kantin Barokah memiliki sistem *self-service* atau penyajian cepat, sehingga mahasiswa terbiasa mendapatkan makanan dengan waktu tunggu yang lebih singkat, dan sesuai porsi yang diinginkan. Selain itu, standar cita rasa yang konsisten juga menjadikan konsumen merasa cukup puas, tanpa menuntut lebih. Kemungkinan besar hal ini dipengaruhi oleh karakteristik responden yang sebagian besar adalah mahasiswa, yang lebih memprioritaskan faktor kebersihan dan harga ketimbang rasa atau kecepatan. Kendati demikian, pengelola tetap harus mempertahankan kualitas yang ada meskipun tidak perlu melakukan peningkatan besar-besaran kecuali ada indikasi perubahan kebutuhan atau preferensi di kemudian hari.

2. Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dihitung dengan membagi rata-rata (jumlah semua skor yang ditimbang) dengan skala. Maksimum (skala lima) yang digunakan untuk studi ini hasil perhitungan menunjukkan nilai CSI 0,75 atau 75%. Hasil perhitungan tersebut disajikan dalam Tabel 5. pada penelitian ini, indeks kepuasan konsumen adalah 0,75, sedangkan Panduan Survei Kepuasan Pelanggan PT Sucofindo menyatakan bahwa nilai indeks pada rentang 0,66–0,80 termasuk dalam kategori "Puas". Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum mahasiswa merasa puas terhadap pelayanan di Kantin Poltekkes Kemenkes Malang. Meskipun demikian, jika tingkat kepuasan pelanggan pelanggan dapat ditingkatkan sampai tingkat yang mendekati 100% seperti yang ditunjukkan oleh nilai CSI, itu akan lebih baik karena pelanggan akan benar-benar merasakan bahwa fitur-fitur kantin memenuhi kebutuhan mereka. Ketika pelanggan merasa puas, mereka akan tetap setia kepada kantin karena kepuasan berhubungan dengan loyalitas.

Tabel 5. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Kantin Poltekkes Kemenkes Malang

No	Atribut	Rata-rata skor kepentingan	Importance Weighting Factors (%)	Rata-rata skor kinerja	Weighted Score
1	Cita rasa makanan	4,13	5,78	3,8	0,21
2	Suhu makanan	3,75	5,25	3,53	0,18
3	Porsi makanan	3,9	5,46	3,83	0,2
4	Variasi menu	4	5,6	3,49	0,19
5	Penampilan makanan	3,92	5,49	3,47	0,19
6	Kebersihan makanan	4,43	6,2	3,64	0,22
7	Keramahan dan kesopanan penjual/pramusaji	4,29	6,01	3,95	0,23
8	Kecepatan dalam menyajikan makanan	4,07	5,7	3,83	0,21
9	Kemudahan dalam pemesanan makanan	4,18	5,85	4,09	0,23
10	Kemudahan dan variasi metode pembayaran	4,21	5,9	3,72	0,21
11	Kerapian dan kebersihan penjual/pramusaji	4,38	6,13	3,7	0,22
12	Kebersihan ruang penyajian makanan	4,38	6,13	3,69	0,22
13	Kebersihan wadah/alat saji makanan	4,56	6,39	3,73	0,23
14	Harga makanan yang ditetapkan terjangkau	4,32	6,05	3,9	0,23
15	Harga sesuai dengan mutu makanan	4,32	6,05	3,8	0,23
16	Tampilan luar tempat makan	4,16	5,83	3,64	0,21
17	Kelengkapan alat makan	4,35	6,09	4,03	0,24
Total		71,35	100	63,84	3,75
<i>Weighted average</i>					
<i>Customer Satisfaction Index (%)</i>					75

3. Implikasi Strategi Bauran Pemasaran

Hasil analisis menunjukkan bahwa kinerja masih perlu diperbaiki untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Bauran pemasaran, yang terdiri dari strategi produk, harga, promosi, lokasi, individu, proses, dan bukti fisik, sangat penting untuk perbaikan kinerja tersebut. Sebagai contoh, strategi bauran pemasaran yang disarankan adalah sebagai berikut:

a. Strategi Produk

Beberapa atribut penting seperti kebersihan makanan, kebersihan wadah dan alat saji, serta kerapian penjual berada di Kuadran I artinya sangat penting bagi konsumen tetapi kinerjanya masih rendah. Oleh karena itu, manajemen kantin perlu meningkatkan standar higienitas makanan mulai dari pengolahan, penyajian, hingga peralatan yang digunakan. Penerapan protokol kebersihan yang ketat, seperti penggunaan sarung tangan, penutup kepala, dan apron bersih oleh pramusaji, menjadi langkah penting yang tidak bisa ditunda. Bisa juga dengan memberikan baju seragam dan apron yang seragam agar lebih meningkatkan nilai jual produk makanan.

Selain itu, variasi menu yang tersedia di kantin Poltekkes Kemenkes Malang masih ada penjual yang menjual makanan dengan menu yang sama sehingga membuat konsumen bingung dalam menentukan pilihan. Sementara itu bagi penjual akan menimbulkan persaingan yang tinggi karena menjual menu yang sama, para penjual akan bersaing ketat untuk menarik pembeli hal ini bisa memicu perang harga yang berisiko menurunkan keuntungan, kemudian pendapatan menjadi tidak menentu pembeli akan cenderung memilih berdasarkan preferensi rasa, harga, atau pelayanan penjual yang tidak unggul dalam hal-hal tersebut bisa kehilangan pelanggan. Contohnya pada kantin bagian depan, terdapat tiga kantin yang menjual variasi menu yang sama yaitu Kantin Bu Gito, Kantin Bu Rose, dan Kantin Barokah. Karena terdapat variasi menu yang sama dan rasa yang cenderung sama hanya kantin milik Bu Gito yang memiliki penjualan yang tinggi dikarenakan pada saat penelitian ini dilakukan kantin tersebut memiliki metode pembayaran yang beragam seperti QRIS dan tunai, serta kantin ini memiliki tempat yang strategis yaitu di samping pintu masuk.

Dan yang terakhir, kurangnya nilai pembeda (*differentiasi*) sehingga tanpa keunikan pada menu, sulit bagi penjual untuk menonjol di antara yang lain kemudian usaha menjadi kurang menarik di mata pembeli. Berdasarkan hal tersebut sebaiknya manajemen kampus membuat kebijakan yang menguntungkan penjual seperti memetakan menu agar tiap penjual memiliki menu yang berbeda namun tetap mengikuti selera pelanggan kantin. Selain itu manajemen kampus juga dapat membuat SOP kebersihan menu makanan yang ada.

b. Strategi Harga

Berdasarkan hasil analisis kuadran, atribut harga berada pada Kuadran II, yang berarti harga dianggap penting oleh mahasiswa dan kinerjanya dinilai sudah memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa harga makanan yang ditawarkan oleh kantin saat ini sudah cukup

sesuai dengan ekspektasi dan daya beli konsumen, mengingat dari hasil analisis data yang diperoleh diketahui bahwa rata-rata uang saku mahasiswa berada pada kisaran Rp500.000 hingga Rp1.500.000 per bulan.

Kemudian untuk mahasiswa dengan uang saku kisaran Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000 memiliki kemungkinan lebih besar dalam memilih jenis dan harga makanan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Mahasiswa dengan uang saku tinggi ini juga memiliki harapan lebih tinggi terhadap cita rasa makanan, kebersihan, serta pelayanan. Dengan kata lain mahasiswa dengan uang saku tinggi memiliki aspek yang lebih kompleks dalam mencapai kepuasan pelanggan.

Dalam hal kepuasan pelanggan dapat dilihat dari data *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang menunjukkan hasil 0,75 atau 75% yang menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan hasil kinerja kantin yang tersedia, baik konsumen dengan uang saku sedikit, sedang, maupun tinggi.

Dalam konteks tersebut, strategi harga yang disarankan adalah mempertahankan harga saat ini, namun tetap melakukan penyesuaian jika ada perubahan signifikan terhadap biaya bahan baku atau kondisi pasar. Selain itu, pihak kampus juga memiliki peran penting sebagai penengah, terutama untuk menjaga keseimbangan dan keadilan antar penjual di lingkungan kantin. Kampus dapat membuat regulasi atau pedoman harga, sehingga tidak ada kantin yang menjual makanan dengan harga terlalu murah maupun terlalu mahal. Regulasi ini bertujuan untuk menciptakan persaingan yang sehat, menghindari perang harga, dan memastikan semua kantin memiliki peluang yang sama untuk mendapatkan keuntungan.

Dengan adanya batasan harga minimum dan maksimum, mahasiswa tetap bisa menikmati makanan yang terjangkau, sementara penjual tetap memperoleh margin keuntungan yang layak. Pendekatan ini juga bisa menciptakan stabilitas harga di lingkungan kantin kampus, serta membangun ekosistem usaha kecil yang saling mendukung dan berkelanjutan.

c. Strategi Tempat (Distribusi)

Mengingat bahwa bisnis restoran berhubungan langsung dengan pelanggan akhir, aspek distribusi tidak terlalu memberikan pengaruh yang signifikan. Namun, ada saluran atau perantara di mana produk yang dijual tidak langsung berada di tangan pelanggan, dan perantara ini berfungsi sebagai perantara yang memungkinkan produk sampai dengan tepat kepada pelanggan. Dalam hal ini peranan pramusaji sebagai perantara produk sampai

dengan tepat. Sehingga penting untuk pramusaji menggunakan pakaian yang bersih dan ramah terhadap konsumen.

Selain itu ada beberapa hal yang harus menjadi perhatian manajemen kampus seperti beberapa kantin yang butuh perbaikan seperti kantin depan yang terlihat kotor, lembab, gelap, serta berjamur dikarenakan beberapa penjual melakukan proses memasak di dalam ruang yang kurang ventilasi dan pencahayaan. Hal ini terlihat berbeda dengan kantin bagian belakang yang cenderung bersih dan rapi dikarenakan penjual menggunakan gerobak dan berada di area semi terbuka.

Hal tersebut dapat menjadi perhatian manajemen kampus dalam memperbaiki tata kelola kantin. Dimana kantin bagian depan dapat dilakukan renovasi dengan menimbang beberapa aspek seperti sanitasi yang sesuai dengan standart kesehatan, pencahayaan dan ventilasi yang cukup, serta bagian tembok yang khusus digunakan untuk memasak dan mencuci, dapat dikeramik agar mudah dibersihkan dan terlihat lebih bersih. Kemudian untuk area cuci piring yang terlihat terbuka dan kurang memadai dapat direnovasi dan diperbesar agar lebih sesuai dengan jumlah pedagang yang ada. Serta terdapat wastafel yang hanya satu dan kotor serta tidak dapat digunakan mungkin dapat diperbanyak dan diperbaharui agar dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

d. Strategi Orang

Pramusaji yang dimiliki kantin memiliki peran penting karena berinteraksi langsung dengan pelanggan. Data menunjukkan bahwa keramahan dan kesopanan mereka sudah cukup baik, dan ini harus terus dijaga. Untuk meningkatkan kualitas layanan, pengelola kantin dapat memberikan pelatihan ringan terkait etika pelayanan, dan komunikasi efektif.

Walaupun data menunjukkan keramahan dan kesopanan kepada pelanggan, ada beberapa aspek yang harus diperbaiki dalam penampilan pramusaji seperti kerapihan dan kebersihan pakaian dan penampilan. Hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka pemilik kantin dapat membuat SOP terkait pramusaji seperti, baju yang seragam atau senada, penampilan yang bersih dan rapi, serta meningkatkan keramahan dan kesopanan.

e. Strategi Proses

Kecepatan dalam menyajikan makanan termasuk atribut yang sudah memiliki kinerja cukup baik, namun tetap harus dijaga. Meskipun pada jam sibuk, kantin sering kali kewalahan melayani pelanggan dalam waktu singkat. Kemudian pada saat dilaksanakannya penelitian ini, kemudahan transaksi hanya ada pada beberapa kantin yang menyediakan

pilihan pembayaran non-tunai, kondisi ini menjadi kendala tersendiri mengingat mayoritas mahasiswa saat ini sudah terbiasa menggunakan metode pembayaran digital karena lebih praktis dan cepat. Ketiadaan pilihan non-tunai di sebagian besar kantin dapat mengurangi kenyamanan konsumen, terutama saat mereka tidak membawa uang tunai. Oleh karena itu, strategi yang dapat dilakukan adalah mendorong seluruh penjual di kantin untuk menyediakan metode pembayaran non-tunai secara seragam. Hal ini tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga memberi kesan bahwa pengelolaan kantin sudah mengikuti perkembangan zaman dan teknologi.

Pihak kampus juga bisa berperan dengan menyediakan fasilitas atau pelatihan teknis bagi para penjual, serta bekerja sama dengan penyedia layanan pembayaran digital untuk membantu proses implementasi. Bila seluruh kantin memiliki metode pembayaran yang seragam dan efisien, maka pengalaman konsumen akan jauh lebih baik, dan proses pelayanan bisa berjalan lebih cepat, terutama saat jam makan siang yang ramai.

f. Strategi Bukti Fisik

Berdasarkan hasil analisis, atribut kebersihan ruang penyajian makanan dan kebersihan wadah/alat saji makanan berada pada Kuadran I, yang berarti memiliki tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya masih rendah. Artinya, aspek ini menjadi perhatian utama konsumen, namun pelaksanaannya belum sesuai harapan.

Beberapa temuan di lapangan menunjukkan bahwa area penyajian makanan di sebagian kantin masih terkesan kumuh dan kurang bersih, serta pencahayaan yang minim sehingga menambah kesan tidak higienis. Hal ini tentu bisa menurunkan selera makan dan kepercayaan konsumen terhadap makanan yang dijual.

Oleh karena itu, pihak kampus bisa melakukan renovasi atau penataan ulang area penyajian makanan, agar tampil lebih bersih, terang, dan layak sebagai tempat konsumsi. Desain ulang ruang penyajian dengan memperhatikan sirkulasi udara, pencahayaan alami, serta material yang mudah dibersihkan dapat meningkatkan citra kantin secara keseluruhan. Selain itu, penting pula bagi kampus untuk menetapkan standar hygiene dan sanitasi yang jelas untuk setiap penjual, seperti penggunaan alat saji tertutup, pemakaian sarung tangan atau penjepit makanan, dan jadwal pembersihan berkala.

Aspek lain yang juga perlu diperhatikan adalah ketersediaan fasilitas cuci tangan (wastafel). Saat ini jumlah wastafel masih terbatas, sehingga sering menimbulkan antrean atau bahkan membuat konsumen enggan mencuci tangan sebelum makan. Idealnya,

kampus menyediakan lebih banyak wastafel dengan sabun dan air mengalir yang tersebar di beberapa titik strategis area kantin.

g. Strategi Promosi

Untuk strategi promosi yang dapat dilakukan oleh pengelola kantin agar meningkatkan penjualan yaitu bisa dengan melakukan bundling makanan dan minuman, atau memberi diskon pada jumlah pembelian tertentu, membuat loyalty card berupa *e-money* yang dapat bekerja sama dengan pihak ketiga dan memberikan beberapa benefit berupa diskon dan mempermudah proses pembayaran.

Selain itu manajemen kampus juga dapat membuat *campaign* berupa *zero wasted* dimana pedagang dan pelanggan meminimalisir jumlah sampah baik bungkus maupun sisa makanan. Manajemen kampus juga dapat bekerjasama dengan pedagang dengan membuat promosi berupa diskon bila membawa tempat makan atau tempat minum sendiri guna mendukung program *campaign* yang sedang dijalankan.

Selain itu manajemen kampus juga dapat membuat *com-hub (community hub)* dimana kantin tidak hanya menjadi tempat makan tetapi juga menjadi tempat *social community* di area kampus. Kantin dapat menjadi tempat mengerjakan tugas, tempat bersosial, melakukan pertunjukan mingguan UKM, melakukan sosialisasi, berkegiatan seni, dan banyak hal lain. Maka dari itu untuk menunjang berbagai hal yang dapat dilakukan sebaiknya area kantin dibuat lebih nyaman, bersih, dan fungsional agar kantin semakin berdaya dan meningkatkan kepuasan pelanggan kantin.