

VARIASI MENU PADA PT RANISA REMBULAN CATERING SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN

Luki Irmawati¹, Netti Nurlenawati², Dexi Triadinda³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan

mn21.lukiirmawati@mhs.ubpkarawang.ac.id¹ netti.nurlenawati@ubpkarawang.ac.id²
dexidinda@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana inovasi menu, keindahan penyajian, serta konsistensi pelayanan berperan dalam mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan pada PT Ranisa Rembulan Catering yang melayani sektor industri, khususnya PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pemilik, ahli gizi, serta konsumen. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa variasi menu memiliki peran penting secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang tercermin dalam empat indikator utama, yaitu kesesuaian harapan, kualitas barang dan jasa, sistem penanganan secara efektif, dan kesediaan merekomendasikan. Mayoritas pelanggan menilai cita rasa autentik, khususnya pada menu andalan seperti Bebek Madura, telah memenuhi ekspektasi, meskipun menu sehat memerlukan penyesuaian rasa dan aroma. Kualitas barang dan jasa tercermin dari penggunaan bahan baku segar, rempah alami, dan teknik penyajian kreatif, meskipun keseragaman porsi masih perlu ditingkatkan. Sistem penanganan efektif didukung oleh evaluasi rutin, kontrol kualitas, dan respons cepat melalui media digital, namun tingkat rekomendasi pelanggan masih rendah. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi menu yang tepat dan responsivitas layanan merupakan strategi penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Article Information

Riwayat Artikel:

Diterima 5 Agustus 2025

Direvisi 25 Agustus 2025

Diterbitkan 15 September 2025

Tersedia Online 1 Oktober 2025

Publikasi 1 Oktober 2025

Keyword:

variasi menu; kepuasan pelanggan; industri catering; PT Ranisa Rembulan Catering.

1. PENDAHULUAN

Industri catering di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan akan layanan makanan untuk berbagai acara, baik formal maupun informal. PT Ranisa Rembulan Catering merupakan salah satu penyedia layanan catering yang berupaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menawarkan variasi menu yang beragam. Variasi menu yang ditawarkan tidak hanya mencakup jenis makanan, tetapi juga mempertimbangkan aspek rasa, presentasi, dan nilai gizi. Dalam konteks ini, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana variasi menu dapat berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan (Abdul Aziz & Hijriantomi Sayuthie, 2023)

Menurut (Lestary, 2024) Perkembangan pesat industri kuliner membuat banyak pelaku usaha tertarik untuk terjun ke bidang ini. Tidak hanya restoran atau kafe yang semakin marak, tetapi juga berbagai institusi mulai berlomba-lomba menghadirkan layanan makanan yang memenuhi standar tinggi. Makanan yang disajikan tidak cukup hanya enak, tetapi juga harus dibuat dengan persiapan yang matang, dimasak dengan teknik yang tepat, disajikan secara cepat dan ramah, serta memiliki menu yang seimbang dan bervariasi. Semua itu perlu selaras dengan kualitas pelayanan, standar kebersihan, dan sanitasi yang terjaga. Dalam proses ini, perencanaan atau rancangan menu memegang peran kunci. Menu bukan sekadar daftar hidangan, tetapi juga menjadi sarana informasi dan komunikasi yang menghubungkan seluruh proses mulai dari produksi hingga distribusi makanan.

PT Ranisa Rembulan Catering adalah perusahaan jasa catering yang fokus pada penyediaan makanan untuk sektor industri khususnya pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Dalam operasionalnya, perusahaan ini melayani kebutuhan konsumsi berbagai perusahaan dengan skala besar. Meskipun PT Ranisa Rembulan Catering telah menawarkan berbagai pilihan menu, masih terdapat tantangan dalam memahami preferensi pelanggan dan bagaimana variasi menu tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan mereka. Hal ini disebabkan oleh ekspektasi pihak konsumen salah satunya terhadap menu sehat yang disediakan yang sering mendapat keluhan, dan juga keluhan pada menu bebek yang jarang disajikan oleh pihak catering. Sehingga adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kenyataan yang menimbulkan ketidakpuasan oleh pelanggan. Kesenjangan persepsi antar pelanggan, khususnya di kalangan karyawan PT TMMIN Karawang, menunjukkan adanya perbedaan pandangan terhadap kualitas dan variasi menu yang disediakan oleh pihak catering. Salah satu isu yang menonjol adalah ekspektasi konsumen terhadap ketersediaan menu sehat yang sering kali menimbulkan keluhan karena tidak sesuai dengan harapan, serta menu bebek yang jarang disajikan sehingga menimbulkan rasa ketidakpuasan. Kondisi ini mencerminkan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi konsumen dan kenyataan layanan yang diberikan, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Permasalahan yang muncul adalah apakah variasi menu yang ditawarkan sudah sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan, serta bagaimana hal ini dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan catering di masa mendatang.

Secara umum, Menurut Aprileny dalam (Rusdi et al., 2023) Industri kuliner di Indonesia telah berkembang pesat, dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup dan ekspektasi konsumen yang semakin tinggi terhadap produk dan layanan. Dalam hal ini, variasi menu tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik, tetapi juga menjadi identitas dan daya saing perusahaan, khususnya di sektor catering. Hal ini menjadikan PT Ranisa Rembulan Catering sebagai subjek penelitian yang unik, karena berada di tengah dinamika pasar yang terus berkembang. Fenomena ini menjadi cerminan yang lebih umum tentang pentingnya inovasi dalam bisnis

katering. Menurut (Putri & Bharata, 2024) Di tengah pertumbuhan pesat industri kuliner, banyak perusahaan berlomba menawarkan menu yang tidak hanya lezat tetapi juga bervariasi untuk menarik perhatian konsumen. Inovasi pada variasi menu menjadi strategi penting untuk bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

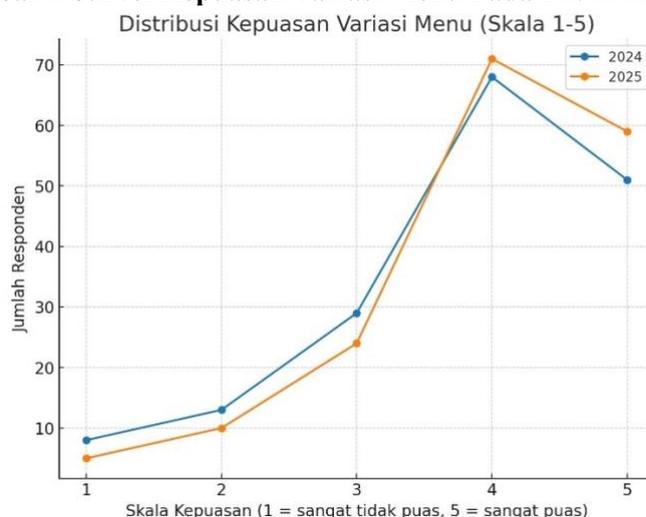
Dalam survei kepuasan pelayanan kantin yang dilakukan di PT Ranisa Rembulan Catering pada tahun 2024, terdapat 169 lembar respon dari karyawan yang mengeluarkan berbagai aspek layanan katering. Salah satu aspek penting yang menjadi sorotan adalah "*Porsi & Variasi Makanan*" (Porsi & Variasi Makanan), yang merefleksikan keberagaman menu yang disediakan setiap hari. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmi Yuliandhari et al., 2024) yang menyatakan Kepuasan terhadap rasa, varian, tekstur serta harga Lavanda Brownies menunjukkan kepuasan konsumen yang tinggi serta pelayanan yang diberikan menghasilkan pengalaman yang berkesan bagi konsumen.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, mayoritas responden cenderung memberikan tanggapan yang bernada positif terhadap keberagaman menu. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah responden yang merasa bahwa variasi menu perlu ditingkatkan, terutama dalam hal konsistensi penyajian dan inovasi jenis makanan agar tidak monoton. Beberapa komentar kualitatif yang diberikan juga menyarankan perlunya penyajian dengan menghadirkan cita rasa yang lebih kaya dan karakter rasa yang lebih menonjol, diharapkan mampu membangkitkan selera makan konsumen secara lebih efektif.

Temuan ini menjadi bukti empiris bahwa variasi menu memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan terhadap layanan katering. Oleh karena itu, inovasi dalam menu dan penyesuaian terhadap preferensi pelanggan merupakan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh.

Penelitian ini memberikan kontribusi nyata melalui survei data yang valid untuk memahami bagaimana variasi menu berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan bagi manajemen katering dalam merancang strategi peningkatan layanan yang berkelanjutan.

Gambar 1 Survei Kepuasan Variasi Menu Pada PT. TMMIN



Sumber: PT. TMMIN Karawang, 2024

Walaupun survei 2024 terhadap 169 responden menunjukkan 70% penilaian pada skala 4–5, rata-rata skor hanya 3,82 sehingga masih terdapat GAP $-0,18$ dari target minimal 4,00. Hasil wawancara dan observasi mengungkap beberapa sumber kesenjangan: (1) menu sehat kerap

dikeluhkan karena rasa dan aroma yang kurang menggugah; (2) menu bebek sebagai favorit jarang disajikan; (3) porsi dan penyajian belum seragam; serta (4) belum adanya rekomendasi pelanggan ke pihak luar. Temuan ini menandakan bahwa meskipun secara umum harapan terpenuhi, masih ada kesenjangan persepsi dan konsistensi operasional yang perlu ditangani agar skor kepuasan melampaui 4,00 dan mendorong loyalitas pelanggan.

Tabel 1 Data GAP (*Expectation vs Reality*)

Aspek	Harapan	Kenyataan/Temuan	Indikasi GAP	Bukti & Data
Skor kepuasan variasi menu (umum)	Skor minimal 4,00 (puas) atau mendekati 5,00	Rata-rata skor 3,82; 70% nilai 4–5	-0,18 vs target 4,00 (masih di bawah target)	Rekap survei 169 responden 2024 (lampiran kuesioner & tabel rata-rata)
Menu sehat (rasa & aroma)	Rasa tetap enak meski rendah garam; aroma menggugah selera	Sering dikeluhkan; perlu penyesuaian rasa & penguatan aroma	Kualitas rasa & aroma belum konsisten memenuhi ekspektasi	Transkrip wawancara konsumen: “menu sehat rasanya hambar” + catatan observasi menu Rabu Sehat
Ketersediaan menu favorit (Bebek)	Menu favorit tersedia rutin	Menu bebek jarang disajikan	Kesenjangan ketersediaan menu favorit	Hasil wawancara: “Kami jarang dapat menu bebek padahal suka” + jadwal menu mingguan catering
Porsi & konsistensi penyajian	Porsi seragam, plating rapi	Porsi kadang tidak konsisten; perlu kreativitas plating	Inkonsistensi operasional di lapangan	Observasi distribusi: porsi nasi & lauk tidak sama, dokumentasi foto penyajian
Umpan balik survei kualitatif	Variasi menu tidak monoton, konsisten	Ada responden minta konsistensi & inovasi ditingkatkan	GAP inovasi & konsistensi	Catatan kualitatif di kuesioner: “Menu jangan monoton, coba ada inovasi”

Meskipun tingkat kepuasan konsumen secara umum tergolong baik, masih terdapat sejumlah masalah yang perlu segera diperbaiki. Kesenjangan yang muncul antara harapan dan kenyataan ini menjadi alasan penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas layanan, cita rasa, serta variasi menu dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen secara menyeluruh. Hal ini sejalan dengan kutipan (Collins et al., 2021) perbedaan antara apa yang disampaikan kepada pelanggan dan apa yang pelanggan rasa telah mereka terima (karena mereka terkadang tidak dapat mengevaluasi kualitas pelayanan dengan akurat).

Berdasarkan latar belakang dan survei tingkat kepuasan pelanggan, dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui peran inovasi menu, estetika penyajian, dan konsistensi pelayanan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan, serta mengeksplorasi kebutuhan dan harapan konsumen terkait inovasi menu dalam layanan catering.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut (Irawati et al., 2022) Manajemen pemasaran merupakan seni sekaligus ilmu dalam merencanakan, melaksanakan, mengawasi, dan mengendalikan berbagai aktivitas pemasaran. Tujuannya adalah membangun hubungan dengan pelanggan, menciptakan serta menyampaikan nilai yang unggul, sehingga perusahaan dapat mencapai targetnya secara efektif dan efisien. Menurut (Astuti, 2020) manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertemukan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

2.3 Variasi menu

Menurut (Sembiring & Puspawati, 2023), variasi menu merupakan ragam pilihan hidangan yang disediakan oleh pemilik usaha kuliner untuk memudahkan tamu dalam memilih sekaligus memastikan kebutuhan mereka terpenuhi. Strategi ini kerap dimanfaatkan pelaku bisnis sebagai cara menarik minat pelanggan, sekaligus memanfaatkan fleksibilitas menu guna bersaing dengan usaha sejenis di tengah ketatnya persaingan industri kuliner.

Menurut (Fitriani, Tridestia et al., 2021) Variasi menu adalah beragam pilihan hidangan yang disiapkan oleh pemilik usaha kuliner untuk membantu pelanggan memenuhi kebutuhan mereka secara praktis dalam satu waktu. Keragaman ini dapat dibedakan berdasarkan resep, teknik pengolahan, jenis bahan yang digunakan, hingga kategori makanan yang disajikan. Dalam praktiknya, variasi menu mencakup perbedaan pada rasa, porsi, kualitas, dan ketersediaan produk, sehingga mampu memberikan pengalaman yang lebih lengkap bagi konsumen.

Menurut (Artameviah, 2022) Dalam konteks fasilitas pelayanan kesehatan, perencanaan menu adalah proses menyusun daftar hidangan yang akan diolah dengan tujuan memenuhi selera konsumen sekaligus mencukupi kebutuhan zat gizi sesuai prinsip gizi seimbang. Kegiatan ini tidak hanya mempertimbangkan aspek rasa, tetapi juga memastikan bahwa setiap menu yang disajikan mampu mendukung kesehatan dan kebutuhan nutrisi pasien atau pengunjung.

Tujuan dari perencanaan menu pada fasilitas pelayanan kesehatan adalah memastikan tersedianya siklus menu yang sesuai dengan klasifikasi layanan yang berlaku. Proses perencanaan ini mencakup beberapa langkah, mulai dari mengumpulkan berbagai jenis hidangan, menyusun daftar kelompok bahan makanan—seperti lauk hewani, lauk nabati, sayuran, buah-buahan, hingga makanan selingan—hingga menyusunnya menjadi rangkaian menu yang terstruktur. Perencanaan menu meliputi serangkaian tahapan, mulai dari menyusun pola menu, menetapkan pedoman menu, menyusun master menu, memasukkan hidangan ke dalam master menu, hingga melakukan evaluasi terhadap menu yang telah disajikan. Kotler dalam (Arifiani, 2020) juga menguraikan tiga indikator variasi menu yang dapat digunakan untuk menilai suatu produk :

1. Rasa : Respon indra pengecap terhadap rangsangan saraf, misalnya rasa manis, pahit, asam, atau gurih.
2. Aroma : Bau yang dihasilkan dari makanan dan dapat memengaruhi selera serta persepsi konsumen.
3. Bentuk : Variasi dalam teknik pemotongan dan penyajian bahan makanan yang memberikan tampilan berbeda pada hidangan.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan, menurut (Rio Sasongko & Penulis, 2021), adalah perasaan yang muncul setelah seseorang mengevaluasi pengalaman mereka dengan suatu produk atau jasa, yang tergantung pada apakah produk atau jasa tersebut dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap produk yang digunakan akan memengaruhi tindakan mereka di masa depan, seperti apakah mereka akan terus membeli produk tersebut atau merekomendasikannya kepada orang lain.

Dalam kutipan (Chandra et al., 2025) ada beberapa faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan antara lain:

1. Kualitas Makanan (*Food Quality*): Kualitas makanan meliputi rasa, tampilan, kesegaran, dan daya tarik makanan itu sendiri. Makanan yang enak, segar, dan menarik tentu akan lebih memuaskan pelanggan.
2. Kualitas Layanan (*Service Quality*): Kualitas layanan berkaitan dengan penampilan dan sikap staf, apakah mereka ramah, perhatian, dan memberikan layanan dengan baik. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Atmosfer: Suasana atau atmosfer tempat juga mempengaruhi kepuasan. Kebersihan fasilitas, kenyamanan tempat, dan seberapa sesuai suasana dengan harapan pelanggan dapat menambah atau mengurangi kepuasan mereka.

Menurut Kotler dalam (Sambodo Rio Sasongko, 2021) menyarankan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran: Pelanggan diberi kesempatan untuk mengajukan keluhan atau memberikan saran, yang membantu perusahaan memperbaiki produk atau layanan mereka.
2. Survei Kepuasan Pelanggan: Metode ini melibatkan pengumpulan umpan balik langsung dari pelanggan mengenai tingkat kepuasan mereka terhadap produk atau layanan yang diterima.
3. *Ghost Shopping*: Penggunaan pembeli misterius untuk menilai kualitas produk atau layanan secara objektif.
4. *Lost Customer Analysis*: Metode ini digunakan untuk menganalisis alasan mengapa pelanggan berhenti membeli produk atau layanan dari Perusahaan.

Hawkins dan Lonney, yang dikutip dalam (Tjiptono, 2021) mengemukakan beberapa indikator yang membentuk kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kesesuaian Harapan: Hal ini mengacu pada sejauh mana kinerja produk atau layanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan. Jika kinerja produk atau layanan lebih baik dari yang diharapkan, pelanggan akan merasa puas.
2. Minat Berkunjung Kembali (barang dan jasa berkualitas): Hal ini menunjukkan kesediaan pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau layanan tersebut di masa depan.
3. System penanganan secara efektif
4. Kesediaan Merekomendasi: Hal ini merujuk pada sejauh mana pelanggan merasa puas sehingga mereka bersedia untuk merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain.

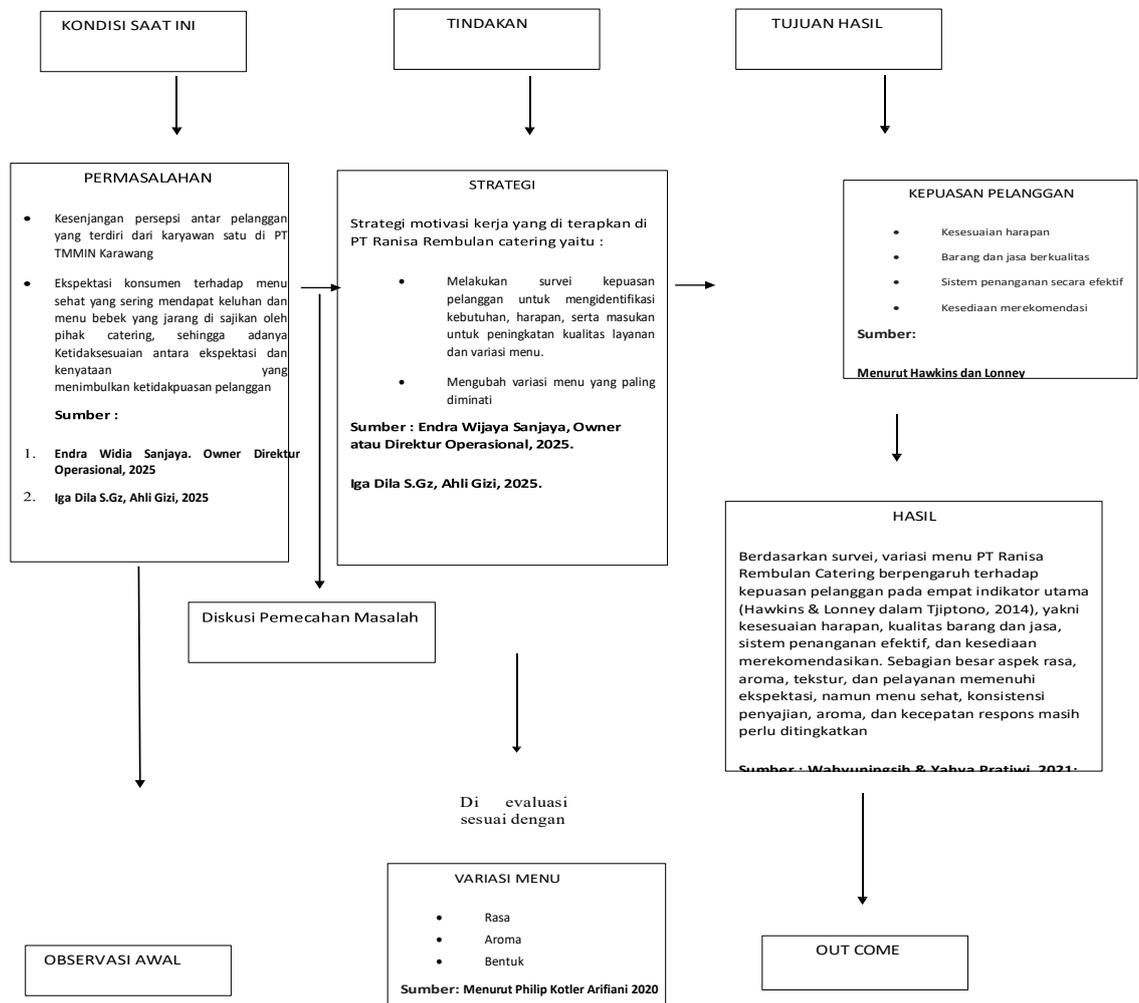
Secara keseluruhan, kepuasan pelanggan adalah hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja produk atau layanan yang mereka terima. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan karena berhubungan langsung dengan keberhasilan dalam pemasaran dan penjualan produk. Jika perusahaan dapat memuaskan pelanggan, maka akan ada peluang lebih besar untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada sejauh mana mereka dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

4. KERANGKA PEMIKIR

Pada kerangka pemikiran ini, digambarkan bahwa timbulnya permasalahan mengenai kepuasan pelanggan harus didasarkan pada adanya variasi menu yang berperan penting dalam memenuhi selera dan kebutuhan pelanggan. Variasi menu yang ditawarkan akan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang merupakan hasil dari kombinasi antara kualitas makanan, penampilan, dan keberagaman pilihan. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai persepsi positif yang muncul dari pengalaman mereka terhadap layanan catering, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan. Dengan demikian, kerangka pemikiran ini menunjukkan bahwa variasi menu

yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, yang merupakan fungsi dari kualitas dan keberagaman menu yang disajikan. maka di gambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



Sumber : Hasil Pengolahan Peneliti, 2024

5. METODE PENELITIAN

5.1 Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman mendalam mengenai pengaruh variasi menu terhadap kepuasan pelanggan PT Ranisa Rembulan Catering. Pendekatan ini fokus pada makna, pengalaman, dan perspektif individu dalam konteks alami mereka (Rohman et al., 2023) dengan pengumpulan data deskriptif seperti wawancara, observasi, dokumentasi, gabungan/triangulasi.

5.2 Partisipan/informan

Penentuan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu pemilihan subjek penelitian Informan dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dengan kegiatan operasional PT Ranisa Rembulan Catering, sehingga dapat memberikan data yang relevan dan mendalam. Adapun informan terdiri dari pemilik usaha, ahli gizi, serta beberapa konsumen tetap yang berasal dari lingkungan PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Pemilihan informan ini sejalan dengan Sugiyono dalam buku

panduan Metode Penelitian Ekonomi oleh (Elidawaty Purba, Dexi Triadinda, 2021) yang menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, partisipan dipilih berdasarkan kriteria spesifik agar data yang diperoleh akurat dan sesuai dengan fokus kajian.

5.3 Teknik pengumpulan data

Data dikumpulkan melalui:

- Data Primer: Wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap pemilik, ahli gizi, dan konsumen.
- Data Sekunder: Dokumentasi dari hasil survei atau feedback food testing sebelumnya.

5.4 Sumber data

Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Triangulasi sumber dan metode digunakan untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas temuan (Elidawaty Purba, Dexi Triadinda, 2021) untuk memperoleh data yang valid dan mendalam. Dalam buku Metode Penelitian Ekonomi, Dalam penelitian kualitatif, terdapat empat teknik utama untuk mengumpulkan data, yaitu observasi, wawancara, pengumpulan dokumen, serta teknik gabungan atau triangulasi. Pemanfaatan keempat teknik ini secara tepat memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih kaya dan mendalam. Selain itu, kombinasi metode tersebut membantu memastikan bahwa fenomena yang diteliti dapat terungkap dari berbagai sudut pandang, sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan komprehensif. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh secara langsung dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data ini dikumpulkan dari informan utama dan informan tambahan, yang terdiri dari lima responden yaitu pemilik catering (Owner), ahli gizi (Pakar Katering), dan 4 konsumen PT Ranisa Rembulan Catering. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara yang bertujuan untuk menggali informasi terkait variasi menu dan kepuasan pelanggan di PT Ranisa Rembulan Catering.

5.5 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Informasi yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terlebih dahulu diseleksi untuk menghilangkan bagian yang kurang relevan. Selanjutnya, data yang telah disaring disusun secara sistematis dalam bentuk uraian naratif atau diagram, sehingga lebih mudah dipahami dan dianalisis untuk menjawab fokus penelitian. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengidentifikasi pola dari berbagai sumber data, menggunakan triangulasi sumber (pemilik catering, ahli gizi, dan konsumen) dan triangulasi metode (wawancara dan observasi) guna menjamin validitas dan memperkuat pemahaman terhadap pengaruh variasi menu terhadap kepuasan pelanggan.

6. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Ranisa Rembulan Catering merupakan perusahaan jasa boga yang berdiri sejak Oktober 1996, fokus pada penyediaan menu Nusantara dan mancanegara dengan kualitas dan pelayanan prima. Pilihan menu makanan dan minuman Nusantara maupun Mancanegara dihadirkan dalam ramuan dengan cita rasa anda yang eksklusif. Namun dengan banyaknya pilihan menu yang di sediakan PT Ranisa. PT Ranisa tak luput dari keluhan pelanggan terkait rasa hidangan yang disajikan. Permasalahan ini tampaknya berkaitan dengan kondisi internal perusahaan, khususnya pada karyawan, di mana terdapat kesenjangan persepsi antarpegawai mengenai variasi menu yang disediakan. Ketidaksiharian pemahaman ini dapat berdampak pada inkonsistensi rasa yang dirasakan oleh pelanggan. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian oleh (Collins et al., 2021). Hal ini disebabkan oleh ekspektasi oleh pihak konsumen

terhadap menu sehat yang disediakan yang sering mendapat keluhan, dan juga keluhan pada menu bebek yang jarang disajikan oleh pihak catering. Sehingga adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kenyataan yang menimbulkan ketidakpuasan oleh pelanggan. Oleh karena itu, pihak PT Ranisa melakukan survei mengenai kepuasan pelanggan untuk mengidentifikasi kebutuhan harapan, serta masukan untuk peningkatan kualitas layanan dan variasi menu yang disajikan.

Gambar 2 Kesesuaian Harapan Variasi Menu Dengan Permasalahan Kesenjangan Persepsi



Sumber : Hasil Pengolahan Peneliti , 2024

Terjadinya kesenjangan antara harapan persepsi pelanggan pada menu yang disajikan oleh PT Ranisa Rembulan.

Berdasarkan hal itu, maka PT Ranisa Rembulan mengambil keputusan untuk:

1. Penambahan menu yang paling diminati yaitu menu Bebek
2. Penambahan rasa dan menu pada variasi menu Rabu Sehat

Setelah melakukan hal tersebut, maka dilakukan wawancara kepada enam narasumber dengan latar belakang yang beragam. Pak Endra Wijaya, selaku pemilik PT Ranisa Rembulan Catering, berperan penting dalam menjaga kualitas rasa dan variasi menu yang ditawarkan. Ibu Iga Dila, S.Gz, sebagai pakar catering di perusahaan yang sama, memiliki keahlian dalam menyusun menu bergizi dan bercita rasa tinggi. Dari sisi konsumen, Pak Sodry yang telah bekerja selama 14 tahun sebagai Team Leader di Kantin Tosso memberikan pandangan berdasarkan pengalamannya. Pak Eka Rian, dengan masa kerja 24 tahun sebagai Team Leader di Kantin Welding turut menyampaikan masukan mengenai variasi menu. Pak Hari Ciptadi yang memiliki masa kerja 20 tahun di posisi serupa, menyoroti kualitas rasa dan porsi hidangan. Sementara itu, Pak Dian Haryana yang telah bekerja selama 30 tahun di Kantin Welding, memberikan perspektif mendalam terkait konsistensi pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Tabel 2 Informan Penelitian

Nama Narasumber	Peran	Deskripsi
Pak Endra Wijaya	Owner	Pemilik PT Ranisa Rembulan Catering
Ibu Iga Dila, S.Gz	P.C	Ahli gizi PT Ranisa Rembulan Catering Masa kerja : 1,5 Tahun

Pak Sodry	K. 1	Tim Leader Kantin Tosso TMMIN Masa kerja : 24 Tahun
Pak Eka Rian	K. 2	Tim Leader Kantin Welding Selatan P#2 TMMIN Masa kerja : 20 Tahun
Pak Hari Ciptadi	K. 3	Tim Leader Kantin Welding Utara TMMIN Masa kerja : 20 Tahun
Pak Dian Haryana	K. 4	Tim Leader Kantin Welding Selatan P#1 TMMIN Masa kerja : 30 Tahun

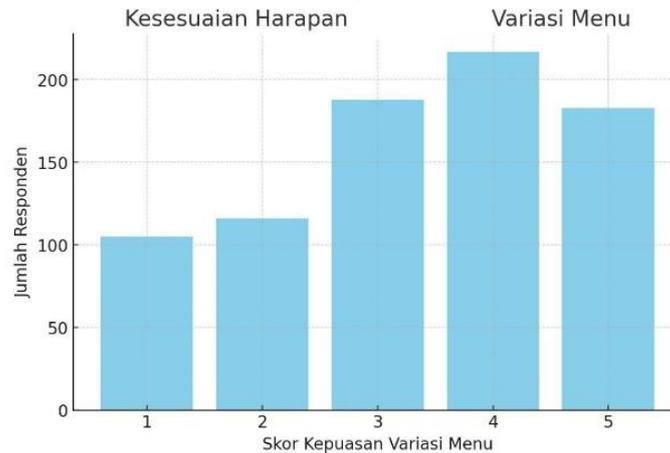
Sumber : Hasil Pengolahan Peneliti, 2024

6.1 Hasil Penelitian

Kesesuaian harapan Pelanggan Pada Variasi Menu

Berdasarkan hasil wawancara dengan supervisor tentang kesesuaian harapan pelanggan terhadap layanan PT Ranisa Rembulan Catering tercermin dari empat aspek utama. Pada ciri khas menu dan inovasi rasa, mayoritas konsumen menilai cita rasa yang autentik dan konsistensi kualitas hidangan telah sesuai dengan ekspektasi mereka. Menu andalan seperti Bebek Madura mampu memenuhi selera pelanggan, hal ini dibuktikan oleh pernyataan Owner bahwa “ciri khas utama dari menu yang ditawarkan oleh kami adalah rasa autentik seperti pada sambal dan menu unggulan Bebek Madura”. meskipun pada Menu Sehat masih diperlukan penyesuaian terhadap rasa agar tetap lezat tanpa mengurangi nilai gizi. Dari sisi aroma, sebagian besar hidangan berhasil menghadirkan keharuman yang menggugah selera dan mendukung pengalaman makan, meskipun beberapa menu sehat perlu peningkatan kualitas aroma agar tetap menarik. Pernyataan ini dibuktikan oleh K1 “untuk rabu sehat yang banyak dikomplen oleh karyawan mungkin lebih ditingkatkan lagi contohnya pengurangan garam bisa ditambahkan dengan bumbu bumbu yang lainnya sesuai dengan permintaan perusahaan”. Kemudian, Tekstur dan bentuk makanan dinilai cukup memuaskan dengan penyajian yang rapi, namun konsumen berharap adanya konsistensi porsi dan penampilan yang lebih estetik guna menambah daya tarik visual. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan K2 “Bentuk dan tesktur makanan dari PT Ranisa Rembulan Catering cukup memuaskan” dan di dukung oleh pernyataan K4 “Untuk bentuk dan tekstur sudah cukup menarik, tetapi porsi kadang tidak konsisten”

Hal ini sejalan dengan (Wahyuningsih & Yahya Pratiwi, 2021) yang menyatakan bahwa inovasi dalam menu tidak hanya mencakup pengenalan variasi rasa baru, tetapi juga perlu menyesuaikan rasa dengan preferensi pasar yang terus berkembang, untuk menjaga kepuasan pelanggan.

Tabel 2 Kesesuaian Harapan Pada Variasi Menu

Sumber : Hasil Pengolahan Peneliti, 2024

Barang dan jasa berkualitas

Berdasarkan hasil wawancara dengan ahli gizi kualitas barang dan jasa yang diberikan PT Ranisa Rembulan Catering tercermin dari kombinasi keunggulan pada rasa, aroma, tekstur, dan pelayanan. Dari aspek ciri khas menu dan inovasi rasa, hidangan disiapkan menggunakan bahan baku segar berkualitas tinggi serta bumbu autentik yang menciptakan cita rasa khas, seperti pada menu Bebek Madura yang menjadi favorit pelanggan. Hal ini dibuktikan oleh P.C “makanan yang disajikan catering punya rasa khas, yang paling penting itu pakai bahan baku yang segar dan berkualitas”. Inovasi rasa dilakukan dengan menyesuaikan preferensi pasar tanpa mengabaikan standar gizi, meskipun menu sehat masih memerlukan penyesuaian agar tetap menggugah selera. Dari sisi aroma, penggunaan rempah alami dan teknik memasak yang tepat mampu mempertahankan keharuman makanan sehingga meningkatkan daya tarik, meskipun beberapa menu rendah garam memerlukan penguatan aroma untuk memenuhi ekspektasi konsumen. Hal ini didukung oleh pernyataan K4 “Tidak ada aroma mengganggu pada masakan yang dihidangkan oleh rembulan, dan aroma makanan yang disajikan sesuai dengan ekspektasi perusahaan. Tetapi terkadang ada sayuran yang terbilang kurang higienis sehingga terdapat serangga dalam sayuran tersebut.” namun Pada aspek tekstur dan bentuk, makanan disajikan dengan konsistensi yang cukup baik, porsi yang proporsional, dan estetika plating yang diperhatikan, meski masih ada masukan untuk meningkatkan keseragaman porsi dan kreativitas penyajian agar lebih memikat secara visual. Dibuktikan oleh pernyataan K1 “Bentuk atau tekstur makanan dari catering ini secara umum masih masuk dalam standar yang diharapkan, meskipun ada beberapa hal yang perlu diperbaiki. Contohnya dengan ukuran yang kurang sama, dan mungkin dari standarisasi ukuran yang perlu ditingkatkan lagi”. Hal ini sejalan dengan penelitian (Di et al., 2023), yang menyatakan bahwa cita rasa yang khas dari sebuah produk, bersama dengan penggunaan bahan berkualitas, menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Berikut adalah dokumentasi proses penyajian menu pada PT Ranisa Rembulan.

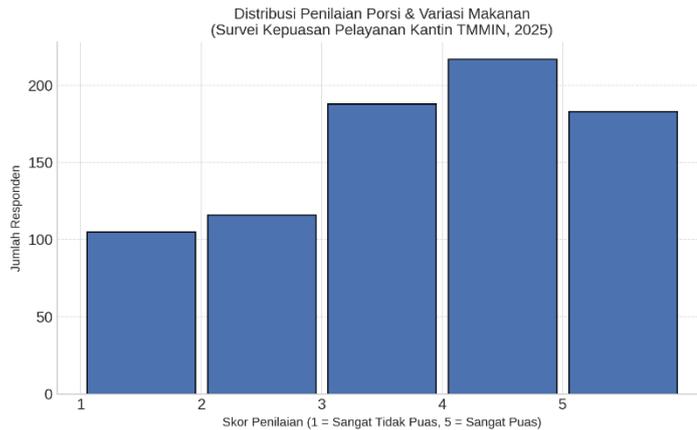
Gambar 3 Proses Penyajian dan salah satu menu yang disajikan



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2024

Sistem penanganan secara efektif

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner, konsumen, sistem penanganan yang efektif di PT Ranisa Rembulan Catering tercermin dari upaya terstruktur dalam menjaga mutu rasa, aroma, tekstur, dan pelayanan secara konsisten. Pada aspek ciri khas menu dan inovasi rasa, perusahaan menerapkan evaluasi rutin terhadap bahan baku, teknik memasak, dan penyesuaian bumbu berdasarkan masukan pelanggan, hal ini diungkapkan oleh Owner “kami pakai alat dan peralatan dapur yang tepat supaya ukuran dan bentuk makanan tetap konsisten”, sehingga keluhan seperti rasa hambar pada menu sehat dapat segera diatasi tanpa mengorbankan nilai gizi. Hal ini diungkap oleh K2 “Variasi rasa dalam menu catering ini sudah memenuhi ekspektasi kami sebagai pelanggan” dan dibuktikan oleh K3 “kalau ekspektasi ada beberapa sedikit yang kurang, terutama di menu sehat, tapi rasanya tetap enak”. Dari sisi aroma, pengawasan proses memasak dilakukan untuk memastikan setiap hidangan memiliki keharuman yang menggugah selera, termasuk penerapan teknik dan penggunaan rempah alami agar aroma tetap optimal meskipun komposisi bumbu dikurangi. Pada tekstur dan bentuk makanan, tim dapur menjaga standar plating dan konsistensi porsi melalui kontrol kualitas sebelum distribusi, sehingga penampilan dan kelembutan makanan tetap terjaga sesuai ekspektasi pelanggan. Hal ini diungkapkan oleh K1 “Bentuk atau tekstur makanan dari catering ini cukup memuaskan” Sementara itu, dalam layanan dan responsivitas, perusahaan mengandalkan sistem komunikasi langsung dan media digital seperti WhatsApp untuk menerima serta menindaklanjuti keluhan atau permintaan khusus secara cepat. Pernyataan ini sejalan dengan temuan penelitian (Apriliansyah, 2020) yang menyatakan bahwa apabila kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal yang diberikan semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Berikut adalah survei kepuasan pelayanan kantin PT TMMIN.

Gambar 4 Kepuasan Pelayanan Kantin PT. TMMIN

Sumber : Hasil Pengolahan Peneliti, 2024

Kesediaan rekomendasi

Berdasarkan hasil wawancara, hingga saat ini belum terdapat responden yang secara langsung merekomendasikan PT Ranisa Rembulan Catering kepada pihak luar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas rasa, aroma, tekstur, dan pelayanan telah dinilai cukup baik oleh pelanggan, tingkat loyalitas dalam bentuk promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) masih perlu ditingkatkan. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti belum optimalnya inovasi rasa pada menu sehat, konsistensi penyajian, maupun kecepatan penanganan keluhan pelanggan. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas secara menyeluruh mulai dari inovasi menu, penguatan aroma, kreativitas plating, hingga peningkatan responsivitas layanan dapat mendorong terciptanya pengalaman pelanggan yang lebih positif. Apabila pengalaman tersebut konsisten terjaga, pelanggan akan lebih terdorong untuk memberikan rekomendasi secara sukarela kepada pihak luar, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra merek catering di masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurnianingsih, 2023) yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

6.2 Pembahasan

Kesesuaian Harapan Pelanggan Pada Variasi Menu

Berdasarkan hasil wawancara dan survei, tingkat kesesuaian harapan pelanggan terhadap variasi menu di PT Ranisa Rembulan Catering secara umum menunjukkan capaian yang positif. Kemudahan pemesanan, ketepatan waktu pengiriman, serta komunikasi yang responsif dinilai sudah memenuhi ekspektasi pelanggan, meskipun penanganan keluhan masih memerlukan peningkatan agar lebih cepat dan tepat. Kepuasan ini terutama terlihat pada menu andalan seperti Bebek Madura yang memiliki cita rasa khas dan autentik, namun beberapa pelanggan memberikan masukan untuk melakukan penyesuaian rasa pada menu sehat agar tetap lezat tanpa mengorbankan nilai gizi. Temuan ini sejalan dengan (Wahyuningsih & Yahya Pratiwi, 2021) yang menegaskan bahwa inovasi menu tidak hanya sebatas pengenalan rasa baru, tetapi juga harus mampu mengikuti perkembangan preferensi pasar.

Barang dan Jasa Berkualitas

Pada aspek kualitas barang dan jasa, PT Ranisa Rembulan Catering menunjukkan komitmen dalam menghadirkan hidangan dengan bahan baku berkualitas, pengolahan yang tepat, dan cita rasa yang konsisten. Layanan pendukung seperti sistem pemesanan yang mudah diakses, pengiriman yang tepat waktu, dan komunikasi yang efektif turut memperkuat persepsi positif pelanggan. Namun, penanganan keluhan pelanggan menjadi

salah satu area yang masih perlu percepatan agar kepuasan dapat terus terjaga. Hal ini konsisten ditemukan oleh (Di et al., 2023), yang menyatakan bahwa cita rasa khas, dipadukan dengan penggunaan bahan berkualitas, menjadi penentu penting kepuasan konsumen.

Sistem Penanganan Secara Efektif

Dari sisi sistem penanganan secara efektif, PT Ranisa Rembulan Catering menerapkan pembagian tugas yang jelas antara tim produksi, pengawasan, dan distribusi. Mekanisme ini memungkinkan setiap permasalahan, baik terkait kualitas makanan maupun keterlambatan pengiriman, untuk segera ditangani. Pendekatan terstruktur ini tidak hanya memastikan mutu produk tetap terjaga, tetapi juga membangun kepercayaan pelanggan melalui penyelesaian masalah yang cepat dan tepat sasaran.

Ketersediaan Rekomendasi

Meskipun kualitas rasa, aroma, tekstur, dan pelayanan telah dinilai cukup baik, hasil wawancara menunjukkan bahwa hingga saat ini belum ada pelanggan yang secara langsung memberikan rekomendasi kepada pihak luar. Kondisi ini menandakan bahwa loyalitas pelanggan dalam bentuk promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) masih perlu ditingkatkan. Beberapa faktor yang mempengaruhi di antaranya adalah belum optimalnya inovasi rasa pada menu sehat, inkonsistensi penyajian, serta waktu respon terhadap keluhan yang masih bisa dipercepat. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas yang menyeluruh mulai dari inovasi rasa, penguatan aroma, peningkatan kreativitas plating, hingga percepatan layanan penanganan keluhan menjadi langkah strategis untuk membangun pengalaman pelanggan yang positif secara konsisten. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Apriliansyah, 2020), yang menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan disertai komunikasi interpersonal yang baik akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Artinya, kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan. Apabila hal ini dapat dijaga, pelanggan akan lebih terdorong untuk merekomendasikan PT Ranisa Rembulan Catering secara sukarela, sehingga jangkauan pasar semakin luas dan citra merek semakin kuat di masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurnianingsih, 2023) yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

7. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian, variasi menu PT Ranisa Rembulan Catering berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor industri, khususnya di PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia, yang tercermin dari empat indikator utama: kesesuaian harapan, kualitas barang dan jasa, sistem penanganan efektif, dan kesiapan merekomendasikan. Mayoritas pelanggan menilai rasa, aroma, tekstur, dan pelayanan telah memenuhi ekspektasi, terutama pada menu andalan seperti Bebek Madura, meskipun menu sehat masih memerlukan penyesuaian rasa dan aroma. Kualitas barang dan jasa didukung oleh bahan baku segar, rempah alami, teknik memasak yang tepat, dan penyajian kreatif, namun keseragaman porsi dan estetika plating masih perlu ditingkatkan. Sistem penanganan efektif melalui evaluasi rutin, kontrol kualitas, dan penggunaan media digital membantu mempercepat respons keluhan, meski pada jam sibuk masih memerlukan peningkatan kecepatan. Tingkat rekomendasi pelanggan yang masih rendah mengindikasikan perlunya penguatan inovasi rasa, konsistensi penyajian, aroma, dan responsivitas layanan. Implikasi temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan mempertahankan kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara inovasi menu, kualitas layanan, dan efektivitas penanganan masalah. Untuk penelitian selanjutnya disarankan memperluas subjek penelitian ke sektor industri lain, menggunakan

metode campuran untuk hasil yang lebih mendalam, melakukan analisis komparatif dengan penyedia jasa catering lain, serta meneliti faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas dan promosi dari mulut ke mulut.

8. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, & Hijriyantomi Sayuthie. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Café Hanna Tea Lima Puluh Kota. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(4), 330–337.
<https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jmpp-widyakarya/article/view/1648/1619>
- Astuti, A. (2020). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*, 2020, 1–23.
[http://repository.unsada.ac.id/4400/3/Bab 2.pdf](http://repository.unsada.ac.id/4400/3/Bab%202.pdf)
- Chandra, T., Hanshen, Mulyono, S. T., & Kristiana, Y. (2025). Chandra et al 2025, Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan di Gerai Mixue Tangerang. *Media Bina Ilmiah*, 19(6), 4961–4974.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *S. Collins, Sean P.* 10–47.
- Elidawaty Purba, Dexi Triadinda, et. al. (2021). Metode Penelitian Ekonomi. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Irawati, D., Triadinda, D., & Yani, D. (2022). Analisis SWOT Strategi Peningkatan Pelayanan Transportasi PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(3), 300–305. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i3.1855>
- Kurnianingsih, D. M. (2023). *B.131.19.0177-15-File-Komplit-20230216110338*.
- Lestary, S. (2024). *Pengaruh Ketersediaan Variasi Menu dan Atmosphere Café Terhadap*. 2(2), 776–783.
- Putri, S. S., & Bharata, W. (2024). *The influence of menu variations and interior design on customer loyalty through customer satisfaction of cafe pizzaku muara badak*. 7.
- Rahmi Yuliandhari, Netti Nurlenawati, & Dexi Triadinda. (2024). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Lavanda Brownies Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 6155–6169.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2573>
- Rio Sasongko, S., & Penulis, K. (2021). *FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Rohman, M. M., Bani, M. D., Antonny, G., Aryasatya, B., & Muri, D. (2023). *METODE*

Rusdi, A., Syahputra, E., & Kusuma Wardhani, R. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laue Burger Bar Kediri. *Jurnal Ilmu Sosial*, 01(05), 50–60.

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>

Tjiptono, F. (2021). *Indikator Iepuasan Pelanggan*. 14.