

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS  
PRODUK SATE KAMBING KATERING ARFAA AQIQAH DI  
DESA SRIAMUR KECAMATAN TAMBUN UTARA  
KABUPATEN BEKASI**

**SKRIPSI**

**ZABIR AKROM ZANZANY  
I011 18 1428**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS  
PRODUK SATE KAMBING KATERING ARFAA AQIQAH DI  
DESA SRIAMUR KECAMATAN TAMBUN UTARA  
KABUPATEN BEKASI**

**SKRIPSI**

**ZABIR AKROM ZANZANY  
I011 18 1428**

**Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Peternakan pada Fakultas Peternakan  
Universitas Hasanuddin**

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Zabir Akrom Zanzany**

NIM : 1011 18 1428

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul: **Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk Sate Kambing Katering Arfaa Aqiqah di Desa Sriamur Kecamatan Tambun Utara Kabupaten Bekasi** adalah asli.

Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini tidak asli atau plagiasi maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, Juni 2024

Peneliti



Zabir Akrom Zanzany

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk Sate Kambing Katering Arfaa Aqiqah di Desa Sriamur Kecamatan Tambun Utara Kabupaten Bekasi

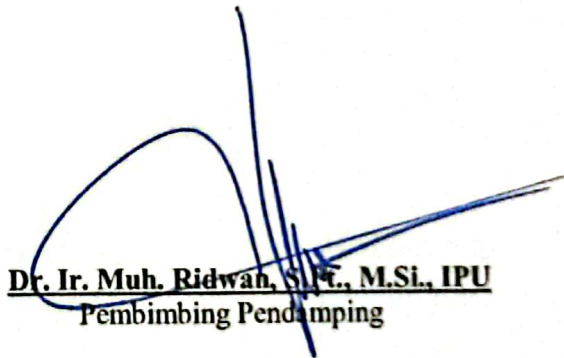
**Nama** : Zabir Akrom Zanzany

**NIM** : 1011 18 1428

**Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :**



Dr. Ir. Palmarudi M., SU  
Pembimbing Utama



Dr. Ir. Muh. Ridwan, S.Pd., M.Si., IPU  
Pembimbing Pendamping



Dr. Agr. Ir. Renny Fatmhyah Utamy, S.Pd., M. Agr., IPM  
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus 07 Juni 2024

## RINGKASAN

**Zabir Akrom Zanzany I011 18 1428.** Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk Sate Kambing Katering Arfaa Aqiqah di Desa Sriamur Kecamatan Tambun Utara Kabupaten Bekasi. Di bawah bimbingan Bapak **Dr. Ir. Palmarudi Mappigau, SU** sebagai pembimbing utama dan Bapak **Dr. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si., IPU** sebagai pembimbing pendamping.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk di Unit Usaha Katering Arfaa Aqiqah. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April – Mei 2023, yang bertempat di Unit Usaha Katering Arfaa Aqiqah di Desa Sriamur Kecamatan Tambun Utara Kabupaten Bekasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian yaitu pembeli yang melakukan pembelian di Unit Usaha Katering Arfaa Aqiqah diketahui 17 orang/bulan dan selama 6 bulan sebanyak 102 orang, dan sebanyak 51 orang yang dijadikan sampel. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan bantuan kuesioner. Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas Produk Sate Kambing Katering Arfaa Aqiqah berada pada kategori memenuhi kepuasan konsumen atau dapat dikatakan tingkat kepuasan yang sangat memuaskan atau sangat baik berdasarkan rentang indeks (CSI) tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yaitu 93,75% .

Kata kunci: Analisis kepentingan kinerja, Indeks kepuasan Pelanggan, Kepuasan konsumen, Kualitas produk, Sate kambing.

## SUMMARY

**Zabir Akrom Zanzany I011 18 1428.** Analysis of Customer Satisfaction with the Quality of Arfaa Aqiqah Catering's Goat Satay Product in Sriamur Village, Tambun Utara Subdistrict, Bekasi Regency. Under the guidance of Mr. **Dr. Ir. Palmarudi Mappigau, SU** as the main supervisor and Mr. **Dr. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si., IPU** as assistant supervisor.

This research aims to determine the level of consumer satisfaction with the quality of Kambing Satay products in the Arfaa Aqiqah Catering Business Unit. This research was conducted in April – May 2023, at the Arfaa Aqiqah Catering Business Unit in Sriamur Village, North Tambun District, Bekasi Regency. The type of research used is descriptive quantitative. The research population, namely buyers who made purchases at the Arfaa Aqiqah Catering Business Unit, was known to be 17 people/month and for 6 months there were 102 people, and 51 people were sampled. Data collection was carried out through interviews with the help of questionnaires. The analysis used in this research is Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). Based on the results of the research that has been carried out, it can be concluded that the level of consumer satisfaction with the quality of Arfaa Aqiqah Catering Goat Sate Products is in the category of meeting consumer satisfaction or it can be said that the level of satisfaction is very satisfactory or very good based on the Index (CSI) range. The level of consumer satisfaction with product quality is 93.75%.

Keywords: Consumer satisfaction, Customer satisfaction indeks, Goat satay, Importance performance analysis, Product quality.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu Alaikum warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur kepada Allah ta'ala yang masih memberikan limpahan rahmat sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk Sate Kambing Katering Arfaa Aqiqah di Desa Sriamur Kecamatan Tambun Utara Kabupaten Bekasi**”. yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Peternakan (S.Pt) pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin. Tak lupa pula kami haturkan sholawat dan salam kepada junjungan baginda Nabi Muhammad sallallahu'alaihi wasallam, yang telah memimpin umat Islam dari jalan kejahilian menuju jalan Addinnul Islam yang penuh dengan cahaya kesempurnaan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah memberi dukungan, doa, semangat, pelajaran dan pengalaman berharga pada penulis sejak penulis menginjak bangku perkuliahan hingga saat ini.

Selama penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari berbagai hambatan dan tantangan, namun berkat petunjuk, bimbingan, arahan doa serta dukungan moril dari berbagai pihak maka hambatan dan tantangan tersebut dapat teratasi. Untuk itu, perkenankanlah penulis menghaturkan ucapan terima kasih dan penghargaan yang istimewa kepada Ayahanda **Supianto** dan Ibunda **Juli Hartati** yang telah melahirkan, mendidik, dan membesarkan dengan cinta dan kasih sayang yang begitu tulus untuk keberhasilan penulis.

Kepada Kakak-kakak saya (**Asma Aida Fakhrani, Rif'at Sauqi Rabbani dan Fathin Muhammad Hawary**) Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, yang senantiasa memberikan semangat, doa, dan cinta kepada penulis. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tak terhingga kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa., M. Sc**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin, Makassar.
2. Bapak **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si** selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, **Wakil Dekan** dan seluruh **bapak/ibu Dosen pengajar** yang telah melimpahkan ilmunya kepada penulis, serta **bapak/ibu staf pegawai** Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin atas bantuannya yang diberikan.
3. Ibu **Dr. Ir. Palmarudi M., SU** selaku pembimbing utama dan Ibu **Dr. Ir. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si., IPU** selalu pembimbing pendamping yang telah membagi ilmunya dan banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis, serta mengarahkan dan memberikan nasihat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu **Dr. Ir. Aslina Asnawi, S.Pt., M.Si., IPM., ASEAN Eng.** dan Ibu **Dr. Ir. Hj. St. Rohani, M.Si** selaku dosen pembahas/penguji yang telah membantu memberikan masukan demi penyempurnaan skripsi penulis.
5. Ibu **Dr. Ir. Aslina Asnawi, S. Pt., M.Si., IPM, ASEAN Eng.** selaku penasihat akademik yang banyak meluangkan waktunya untuk memberikan motivasi, nasehat dan dukungan kepada penulis.



6. Sahabat-sahabat (**Muhammad Fadhil, Richard Halldy dan Muhammad Hidayah**) yang senantiasa membantu dan menyemangati penulis dalam perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.

Dengan sangat rendah hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran pembaca sangat diharapkan demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan nantinya. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Robbal Aalamin. Akhir Qalam *Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*.

Makassar, Juni 2024

Zabir Akrom Zanzany

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Umum Ternak Kambing .....	5
2.2 Tinjauan Umum Katering Aqiqah .....	6
2.3 Tinjauan Umum Kualitas Produk .....	8
2.4 Tinjauan Umum Kepuasan Pelanggan .....	13
2.5 Penelitian Terdahulu .....	16
2.6 Kerangka Berpikir .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Waktu dan Tempat .....	19
3.2 Jenis Penelitian .....	19
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	19
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	20
3.5 Populasi dan Sampel .....	21
3.6 Metode Analisis Data.....	23
3.7 Variabel Penelitian .....	29
3.8 Konsep Operasional .....	30
<b>BAB IV DESKRIPSI UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
4.1 Sejarah Didirikannya Unit Usaha Katering Arfaa Aqiqah .....	32

4.2 Gambaran Umum Unit Usaha Katering Arfaa Aqiqah.....	33
4.3 Struktur Organisasi .....	33
<b>BAB V DESKRIPSI UMUM RESPONDEN</b>	
5.1 Umur .....	35
5.2 Jenis Kelamin .....	36
5.3 Pendidikan .....	37
5.4 Pekerjaan .....	38
<b>BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
6.1 Analisis Kepuasan Pelanggan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) .....	40
6.2 Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) .....	69
<b>BAB VII Penutup</b>	
7.1 Kesimpulan .....	73
7.2 Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	74
<b>LAMPIRAN</b> .....	78
<b>KUESIONER</b> .....	93
<b>BIODATA PENELITI</b>	

## DAFTAR TABEL

1. Bobot Penilaian Kuesioner .....	23
2. Kriteria Tingkat Kesesuaian <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)....	25
3. Kriteria Tingkat Kesesuaian <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) .....	29
4. Variabel Penelitian .....	29
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	35
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	37
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
9. Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan Kualitas Produk Sate Kambing katering Arfaa Aqiqah.....	40
10. Rata-rata Penilaian Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja .....	49
11. Hasil Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	70

## DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Berpikir .....	18
2. Diagram Cartesius .....	26
3. Struktur Organisasi Unit Usaha Katering Arfaa Aqiqah .....	34
4. Diagram Cartesius Kualitas Sate Kambing Katering Arfaa Aqiqah .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Identitas Responden Unit Usaha Katering Arfaa Aqiqah .....	78
2. Tingkat Kesesuaian Kepentingan dan Kinerja Kualitas Produk Sate Kambing Katering Arfaa Aqiqah .....	80
3. Tingkat Kesesuaian Kepentingan dan Kinerja Kualitas Produk Sate Kambing Katering Arfaa Aqiqah.....	82
4. Dokumentasi Penelitian .....	85
5. Tabel Data Primer Kinerja/Kepuasan .....	87
6. Tabel Data Primer Kepentingan/Harapan .....	90
7. Kuesioner Penelitian .....	93

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Peternakan merupakan salah satu cabang dari sektor pertanian. Di Indonesia banyak terdapat industri pengolahan hasil peternakan, salah satunya adalah industri pengolahan daging. Daging merupakan bahan pangan yang penting dalam memenuhi kebutuhan gizi. Selain mutu proteinnya tinggi, pada daging terdapat pula kandungan asam amino esensial yang lengkap dan seimbang. Keunggulan lain, protein daging lebih mudah dicerna daripada yang berasal dari nabati. Bahan pangan ini juga mengandung beberapa jenis mineral dan vitamin. Salah satu produk pangan yang berasal dari daging adalah sate kambing. Sate kambing sudah dikenal umum di berbagai lapisan masyarakat Indonesia karena harganya relatif murah. Sate kambing merupakan salah satu bentuk hasil olahan dari daging dan dikenal sebagai makanan jajanan dengan tingkat permintaan yang tinggi. Sate kambing dengan bahan baku daging kambing sudah populer dan telah memasyarakat.

Sate kambing merupakan salah satu makanan yang populer di Indonesia dan sering kali dijadikan hidangan spesial dalam acara-acara tertentu, seperti aqiqah. Katering Arfaa Aqiqah adalah salah satu penyedia jasa katering yang menyediakan sate kambing dalam menu mereka. Sebagai penyedia jasa katering, katering Arfaa Aqiqah harus memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan selalu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sebagai bisnis yang ingin terus mempertahankan keberlangsungan bisnisnya, katering Arfaa Aqiqah perlu

mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen terhadap kualitas produk sate kambing yang mereka tawarkan.

Bisnis katering merupakan salah satu bisnis yang sangat bergantung pada kepuasan konsumen. Sebagai penyedia jasa katering, keberhasilan bisnis katering selalu dipengaruhi oleh sejauh mana kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini disebabkan karena bisnis katering yang sukses selalu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta selalu berusaha meningkatkan kualitas produk yang mereka tawarkan. Oleh karena itu, sangat penting bagi katering Arfaa Aqiqah untuk mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen terhadap kualitas produk sate kambing yang mereka tawarkan.

Pengetahuan tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas produk sate kambing yang ditawarkan oleh katering Arfaa Aqiqah akan sangat membantu untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk yang mereka tawarkan. Dengan mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen, katering Arfaa Aqiqah dapat memperbaiki produk mereka jika terdapat kekurangan, dan meningkatkan kualitas produk mereka sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen dan menjaga keberlangsungan bisnis mereka.

Kepuasan konsumen menjadi sangat penting bagi bisnis katering, karena kepuasan konsumen berdampak langsung pada penjualan dan reputasi bisnis. Jika konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh katering Arfaa Aqiqah, maka mereka akan kembali menggunakan jasa katering tersebut di masa depan dan mungkin juga merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas dengan produk yang ditawarkan, maka mereka akan mencari alternatif lain dan merekomendasikan katering Arfaa Aqiqah kepada



orang lain tidak akan terjadi. Oleh karena itu, mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen terhadap kualitas produk sate kambing yang mereka tawarkan sangat penting bagi katering Arfaa Aqiqah untuk mempertahankan dan meningkatkan keberlangsungan bisnis mereka.

Salah satu yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian adalah kualitas produk. Apabila ingin menciptakan kepuasan konsumen, maka produk yang ditawarkan perusahaan harus berkualitas dan bervariasi sesuai keinginan para konsumen. Kualitas produk adalah karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Terdapat hasil penelitian yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan.

Dengan mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas produk sate kambing yang mereka tawarkan, katering Arfaa Aqiqah dapat mengetahui apa yang harus mereka lakukan untuk mempertahankan kepuasan konsumen dan meningkatkan kualitas produk mereka. Unit Usaha Katering Arfaa Aqiqah merupakan unit usaha yang menawarkan menu utama kambing dengan berbagai macam olahan yaitu sate kambing, gulai kambing, sop kambing, tongseng kambing dan lain-lain. Variasi menu ini juga akan menentukan penilaian konsumen yang berbeda setelah mengonsumsi berbagai olahan makanan kambing. Kualitas produk yang baik dapat membuat konsumen puas, sehingga pada akhirnya konsumen akan kembali dan melakukan pembelian ulang. Hal inilah yang melatar belakangi dilakukannya penelitian tentang “Analisis Kepuasan

Konsumen terhadap Kualitas Produk Sate Kambing Katering Arfaa Aqiqah di Desa Sriamur Kecamatan Tambun Utara Kabupaten Bekasi”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan di atas, rumusan masalah yang dapat diambil adalah, Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk sate kambing yang ditawarkan oleh katering Arfaa Aqiqah di Desa Sriamur, Kecamatan Tambun Utara, Kabupaten Bekasi?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk sate kambing pada Unit Usaha Katering Arfaa Aqiqah.

Adapun kegunaan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **A. Bagi perusahaan**

Sebagai informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk agar tetap dapat berkompetisi dengan unit usaha lainnya.

### **B. Bagi Akademisi**

Sebagai bahan informasi bagi pengembangan teori/penelitian mengenai kualitas produk dan kepuasan konsumen.

### **C. Bagi masyarakat**

Sebagai bahan informasi atau referensi bagi masyarakat mengenai kualitas produk dan kepuasan konsumen di Unit Usaha Katering Arfaa Aqiqah.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Tinjauan Umum Ternak Kambing**

Umumnya model peternakan kambing di Indonesia hanya bertujuan untuk mendapatkan untung dari anak yang dihasilkan, sehingga potensi-potensi lain belum ter maksimalkan. Model pemeliharaan masih tergolong terbatas dan tradisional. Belum ada penyediaan kebun hijauan untuk pakan secara khusus, inovasi penyediaan stok pakan untuk musim kemarau dengan pengawetan juga belum dilakukan, tidak ada penanganan penyakit secara khusus serta limbah yang belum terolah sehingga mengurangi pencemaran. (Hadi & Supriyanto, 2020).

Pengembangannya usaha ternak kambing sangat potensial, mudah diusahakan, baik secara harian maupun komersial. Untuk tahun-tahun berikutnya populasi ternak kambing terus meningkat sehingga dapat menyumbangkan daging kambing. Ternak kambing dapat diusahakan dengan cara pemeliharaannya dari skala 2-5 ekor/peternak, dapat ditingkatkan menjadi 5-10 ekor/peternak. Ternak kambing memiliki beberapa kelebihan dan potensi ekonomi, tubuhnya relatif kecil, cepat mencapai kelamin dewasa, mudah cara pemeliharaannya. Usaha ternak kambing sangat mudah, tidak membutuhkan lahan yang luas, investasi modal usaha relatif kecil, mudah dipasarkan dan modal usaha cepat berputar. (Maesya & Rusdiana 2018).

Kambing lokal dan asli Indonesia dikenal sebagai kambing potong yang secara genetik kambing sangat produktif dalam kelahirannya, meskipun beda rumpun kambing yang tersebar di setiap wilayah di Indonesia tetap mempunyai

nama menurut daerahnya masing-masing. Kambing dapat dibudidayakan dengan cara intensif dan semi intensif, baik di dataran tinggi, maupun rendah, mudah beradaptasi dilingkungan agroekosistem, mudah diperjual belikan, mudah cara pemeliharaan dan lahan yang dibutuhkan tidak terlalu luas. Kebutuhan modal yang diperlukan usaha ternak kambing jauh lebih rendah dibandingkan ternak sapi dan kerbau, kambing sudah lama diusahakan oleh petani di pedesaan karena dalam pemeliharaannya sekitar 2-6 ekor/kk di samping itu pula kambing cocok dipelihara di daerah kering dengan kualitas tanah yang sangat marginal di seluruh dunia. Pengembangan ternak kambing jauh lebih mudah dibandingkan dengan ternak sapi dan kerbau, dengan jumlah anak per kelahiran yang selalu kembar, maka akan cepat menghasilkan populasi anak yang banyak dan jika pembesaran kambing potong disertai dengan manajemen pemeliharaan yang baik, produksi dagingnya pun akan lebih banyak. (Rusdiana, Dkk., 2014).

Kambing sebagian besar arahnya untuk pembibitan dan sebagian lagi untuk potong. Kambing yang dipotong sebagian besar berumur 1-2 tahun atau umur muda karena tujuan pemotongan kambing untuk konsumsi daging olahan seperti sate, gulai, tongseng. Selain itu pemotongan kambing muda banyak disukai oleh pelanggan karena dagingnya lebih empuk. dan ditinjau dari segi ekonomis lebih menguntungkan bagi peternak yang bergerak dalam usaha pemotongan karena pada usia tersebut persentase karkasnya tinggi sehingga diharapkan pendapatannya lebih baik. (Kusumastuti, 2012).

## **2.2. Tinjauan Umum Katering Aqiqah**

Semakin maju perkembangan zaman dan perubahan pola hidup masyarakat menyebabkan kebutuhan masyarakat juga berubah, terutama dalam hal kebutuhan

primer yang salah satunya yaitu makanan dan minuman. Semakin meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, semakin meningkat pula kebutuhan pangannya, dan tentunya akan mendatangkan peluang – peluang bisnis khususnya di bidang kuliner. Salah satu bisnis di bidang kuliner yaitu katering. Katering yaitu sebuah usaha yang melayani pemesanan berbagai macam olahan makanan dan minuman yang melibatkan perlengkapan untuk kebutuhan acara. Bisnis katering ini sangat diminati oleh masyarakat karena dianggap memiliki tingkat pengembalian modal yang relatif cepat dan dapat memenuhi kebutuhan primer masyarakat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya usaha katering yang berhasil dan berkembang pesat. Selain bisnis katering, bisnis jasa aqiqah saat ini juga berkembang pesat. Jasa aqiqah ini merupakan sebuah bisnis di bidang kuliner yang melayani pelanggan dalam hal pemesanan aqiqah. Dalam hal ini, jasa aqiqah menggunakan akad ba'i as salam atau biasa disebut dengan jual beli pesanan. Yang mana para pelanggan harus memesan terlebih dahulu sesuai dengan kebutuhannya. Tidak dipungkiri bahwa saat ini banyak masyarakat yang menyukai kemudahan dan keefisienan serta kenyamanan dengan adanya makanan dan minuman yang siap saji, sehingga jasa aqiqah dan katering ini sangat membantu dalam hal itu. Dalam hal ini, terdapat beberapa alasan yang mendukung pengembangan usahanya diantara-Nya yaitu potensi terhadap penciptaan dan perluasan tenaga kerja bagi pengangguran di sekitar wilayah Surabaya guna untuk meningkatkan perekonomiannya. (Sa'adah & Faujiah, 2020).

Bagi seorang muslim Aqiqah sudah bukan menjadi hal yang awam lagi bagi masyarakat muslim keutamaan dari hukum mengenai Aqiqah merupakan sunah muakkad. yang artinya sunah yang harus diutamakan apabila seorang muslim

tergolong dalam keluarga yang mampu baik secara batin maupun secara finansial hal ini juga sebanding dengan keadaan di Indonesia yang merupakan Negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam, di zaman modern ini telah banyak yayasan atau lembaga yang menaungi para jamaah Aqiqah yang tidak mampu untuk menyelenggarakan Aqiqah secara mandiri mengingat banyaknya tenaga yang harus disiapkan serta lapangan pembagian hasil makanan yang tidak merata, untuk itulah terdapat bisnis Aqiqah di Indonesia. (Wardana & Ramadhani, 2022).

Aqiqah merupakan pengqurbanan hewan ternak dalam syariat Islam sebagai bentuk rasa syukur terhadap bayi yang telah dilahirkan. Umumnya dalam pelaksanaan, hewan ternak yang digunakan adalah kambing, apabila bayi yang dilahirkan berjenis kelamin laki-laki hewan ternak yang disembelih sebanyak dua ekor, sedangkan bayi berjenis kelamin perempuan sebanyak satu ekor. Laju pertumbuhan penduduk yang tinggi kemudian jumlah penduduk yang besar dan 89,61 persen diantara-Nya beragama Islam menjadi potensi bagi peternakan kambing dalam menyediakan hewan kambing dan produk olahan kambing untuk layanan aqiqah. (Guna, Dkk., 2020).

### **2.3. Tinjauan Umum Kualitas Produk**

Kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. (Ibrahim & Thawil., 2019).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan nilai pada pelanggan yang paling unggul dan yang sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar, kualitas produk merupakan karakteristik yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang diimplikasikan. Produk merupakan elemen pertama dan terpenting dalam bauran pemasaran, sehingga salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan yaitu kualitas, karena kualitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. (Razak, 2019).

Menurut penelitian yang dilakukan Shahrudin dkk 2011 dalam Yafie., dkk (2016) yang digunakan untuk mengukur kualitas produk makanan (*Food quality*) terdapat empat dimensi, yang antara lain adalah *freshness* (kesegaran), *presentation* (tampilan), *taste* (rasa), dan *innovative food* (inovasi makanan).

1. *Freshness* yang merupakan unsur kesegaran dari makanan. Kesegaran merupakan salah satu faktor kualitas yang perlu difokuskan oleh tim manajemen dalam industri makanan dalam rangka untuk melayani pelanggan mereka pada standar yang tepat.
2. *Presentation* yang merupakan tampilan atau bentuk penyajian makanan. Hal ini adalah bagian dari isyarat nyata dan berhasil dengan menyajikan makanan dan dihias dengan baik dapat merangsang timbulnya persepsi kualitas dari para pelanggan.
3. *Taste* yang merupakan rasa dari makanan itu sendiri. Setiap manusia memiliki kesempatan untuk mencicipi rasa yang berbeda dari makanan di seluruh dunia. Rasa makanan bermacam-macam tergantung pada budaya dan lokasi geografis.

4. *Innovative food* merupakan keahlian dalam melakukan inovasi seperti pencampuran bahan satu dengan bahan makanan lainnya, variasi rasa.

Menurut Wijaya (2017) Kualitas makanan adalah atribut yang paling penting dari keseluruhan kualitas layanan dan memiliki hubungan positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. kualitas produk pada bidang *food and beverage* memiliki 4 dimensi yaitu:

1. *Freshness*

Kesegaran makanan biasanya diartikan sebagai pernyataan segar dari makanan yang dihubungkan dengan tekstur, rasa, dan aroma dari makanan.

2. *Presentation*

Penyajian makanan merupakan suatu cara untuk menyuguhkan makanan kepada konsumen untuk disantap secara keseluruhan yang berisikan komposisi yang telah diatur dan disesuaikan dengan permainan warna yang disusun secara menarik agar dapat menambah nafsu makan.

3. *Well cooked*

Makanan yang akan dihidangkan atau disajikan kepada konsumen hendaknya dimasak atau diolah terlebih dahulu dengan baik dan higienis sehingga aman untuk dikonsumsi oleh konsumen atau pelanggan.

4. *Variety of Food*

Keanekaragaman makanan pada restoran menggambarkan jumlah menu item yang berbeda yang ditawarkan oleh restoran kepada pelanggan atau konsumen.



Menurut Tjiptono dan Fandy 2008, dalam Putro, dkk., (2014) dimensi Kualitas Produk Pada kaitannya dengan produk, terdapat delapan dimensi kualitas produk yaitu:

1. *Performance* (kinerja).

*Performance* (kinerja), berhubungan dengan aspek fungsional suatu produk dan merupakan karakteristik utama atau produk inti (*core product*) dari suatu produk yang dipertimbangkan oleh pelanggan ketika sedang dalam membeli suatu produk tersebut.

2. *Features* (pelengkap produk).

*Features* (pelengkap produk), merupakan karakteristik atau pelengkap dari karakteristik utama suatu produk. *Features* bersifat pilihan atau opsi bagi pelanggan. Fitur bisa meningkatkan kualitas produk jika kompetitor tidak memiliki fitur tersebut, *features* (Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan), merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap.

3. *Reliability* (keandalan).

*Reliability* (keandalan). adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

4. *Conformance to specifications* (kesesuaian).

*Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi standar tertentu dari pelanggan atau tidak ditemukannya cacat pada produk.

Ini semacam “janji” yang harus dipenuhi oleh produk. Produk yang memiliki kualitas dari dimensi ini berarti sesuai dengan standarnya.

5. *Durability* (daya tahan).

*Durability* (daya tahan), yaitu berapa lama atau umur produk tersebut dapat terus digunakan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian pelanggan terhadap produk maka semakin besar pula daya produk. Produk yang awet akan dipersepsikan lebih berkualitas dibandingkan produk yang cepat habis atau cepat diganti.

6. *Serviceability* (kemampuan pelayanan).

*Serviceability* (kemampuan pelayanan), yaitu kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan diperbaiki meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, ketersediaan suku cadang, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan. Produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tidak atau sulit diperbaiki.

7. *Aesthetics* (estetika).

*Aesthetics* (estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, misalkan bentuk fisik, model atau desain yang artistik, warna, tampilan, bunyi, rasa maupun bau suatu produk. Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.

8. *Perceived* (Quality).

*Perceived* (Quality) adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi

kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli. Terdapat tiga unsur penting, yaitu kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk.

#### **2.4. Tinjauan Umum Kepuasan Pelanggan**

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Pelanggan dalam pandangan tradisional adalah orang yang membeli dan menggunakan produknya. Semua usaha manajemen diarahkan pada satu tujuan utama, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa sangat puas. (Apriyani & Sunarti., 2017).

Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi pula manfaat yang didapatkan oleh setiap perusahaan, karena konsumen yang puas akan memberikan hal-hal positif kepada perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Yang terpenting adalah akibat dari kepuasan yang dihasilkan oleh konsumen. Konsumen yang terpuaskan akan menjelma menjadi bisnis yang menguntungkan,

tingkat keberhasilan penjualan memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen dan hubungan tersebut bersifat mutlak (Listiono & Sugiarto., 2015).

Menurut Tjiptono, 2014 dalam Sumartini & Tias (2019) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Dengan adanya kepuasan pelanggan, maka kelangsungan usaha pun akan terjaga. Berikut prinsip kepuasan pelanggan, diantara-Nya :

1. Kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang penting.
2. Memahami harapan pelanggan.
3. Memilih pelanggan dengan tepat melalui strategi segmentasi, kemudian bangun kepuasan pelanggan.
4. Mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
5. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang mau komplain.
6. Memberi jaminan kepada pelanggan.
7. Mendengarkan suara pelanggan.
8. Karyawan adalah bagian terpenting dalam memuaskan pelanggan.
9. Kepemimpinan adalah teladan dalam kepuasan pelanggan.

Menurut Wijaya (2017) Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” mempunyai arti cukup baik, memadai dan “*facio*” yang mempunyai arti melakukan atau membuat. Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan mempunyai arti sebagai upaya akan pemenuhan sesuatu. Kepuasan konsumen secara garis besar antara lain:

1. *Fulfillment*

Secara harfiah '*Fulfillment*' dapat diterjemahkan sebagai kepuasan, kelegaan, ketercapaian, kelengkapan dalam segala bidang karya.

2. *Pleasure*

Istilah "*Pleasure*" mengacu pada tingkat dimana individu merasakan kesenangan, penuh kegembiraan, bahagia yang berkaitan dengan situasi tersebut.

3. *Ambivalence*

Dalam pengertian psikologi "*ambivalence*" merupakan keadaan perasaan, pikiran seseorang yang saling bertentangan terhadap suatu hal yang terjadi pada waktu bersamaan.

Menurut Israk (2019) ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

#### 4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

#### 5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

### **2.5. Penelitian Terdahulu**

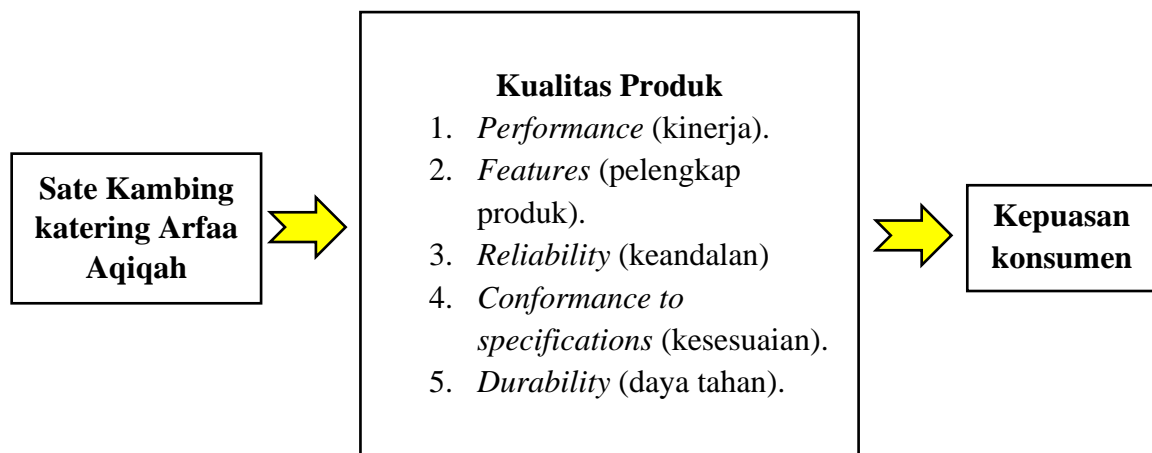
1. Afnani (2012) dengan judul pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan minat rekomendasi pelanggan pada produk catering aqiqah Yayasan nurul hayat Surabaya. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sebesar 50,4% antara Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Artinya setiap dimensi kualitas produk (*performance, feature, reliability, conformance, durability*) berhasil memberikan nilai positif kualitas produk dimata pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sebesar 44,9% antara kepuasan pelanggan produk catering aqiqah terhadap minat rekomendasi pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sebesar 42,5% antara kualitas Produk catering aqiqah terhadap minat rekomendasi pelanggan melalui variabel kepuasan pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan dapat menjadi variabel penghubung positif antara kualitas produk terhadap minat rekomendasi pelanggan.

2. Aulia (2021) dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada catering aulia di kota Palangka Raya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk memiliki kontribusi efektif yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan sebesar 41,2% dibandingkan kualitas pelayanan sebesar 27%. Pengaruh kedua variabel terhadap kepuasan pelanggan secara simultan adalah sebesar 68,3%. Hasil temuan menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 41,2%, sedangkan kualitas pelayanan sebesar 27,1.
3. Irma (2020) dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Begos (Bebek Goyang Sulawesi) Tamalanrea Kota Makassar. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif dengan menggunakan rumus perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk olahan itik 84,14% dan indeks kepuasan terhadap kualitas pelayanan 85,56% serta secara keseluruhan indeks kepuasan konsumen 84,46% berada pada kategori sangat puas/*very good*.

## **2.6. Kerangka Berpikir**

Unit Usaha Catering Arfaa Aqiqah merupakan unit usaha yang menyajikan olahan makanan khusus kambing, dan menyajikan aneka ragam dari olahan kambing seperti sate, gulai, tongseng, sop, kambing guling, nasi kebuli dan lainnya. Unit Usaha Catering Arfaa Aqiqah banyak dikunjungi oleh konsumen

sehingga memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan. Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat dipengaruhi melalui produk yang dikonsumsi. Jika konsumen merasa puas maka mereka akan senang dan biasanya akan melakukan pembelian Kembali, sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas maka akan menimbulkan perasaan kecewa dan tidak akan membeli kembali. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa hal namun yang terpenting adalah kualitas produk. Dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas produk makanan (*food quality*) terdapat empat dimensi, yang antara lain *Performance* (kinerja), *Features* (pelengkap produk), *Reliability* (keandalan), *Conformance to specifications* (kesesuaian), *Durability* (daya tahan). Berdasarkan pemikiran tersebut maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar berikut :



Gambar 1. Kerangka Berpikir