



JPPMI: Jurnal Produk Pengabdian Masyarakat Indonesia
Vol. 2, No. 4, April 2026 Hal 294 – 303
ISSN 3030-8313 (online)

**PENDAMPINGAN EVALUASI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
UPAYA PENINGKATAN MUTU LAYANAN
PADA KATERING BERKAH**

ASSISTANCE IN CONSUMER SATISFACTION EVALUATION AS AN EFFORT TO
IMPROVE SERVICE QUALITY AT BERKAH CATERING

Lauresnsia Molek Wijaya¹, I Nengah Tanu Komalyna²,

¹Instalasi Gizi RS Pantiwilasa Sawahan Semarang

²Pendidikan Profesi Dietisien Kesehatan Poltekkes Kemenkes Malang

i_nengah@poltekkes-malang.ac.id¹

Abstrack

Pelayanan katering merupakan bagian penting dalam industri jasa makanan yang menuntut kualitas produk dan pelayanan secara berkelanjutan. Permasalahan yang sering dihadapi usaha katering adalah belum optimalnya sistem evaluasi kepuasan konsumen sebagai dasar pengendalian mutu layanan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi mitra dalam melakukan evaluasi kepuasan konsumen serta memberikan rekomendasi peningkatan mutu layanan pada Katering Berkah. Metode kegiatan meliputi identifikasi masalah mitra, penyusunan instrumen evaluasi berbasis skala Likert, pengumpulan data kepuasan pelanggan, analisis kuantitatif dan kualitatif, serta pemberian rekomendasi perbaikan layanan berbasis pendekatan SERVQUAL. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berada pada kategori baik hingga sangat baik dengan skor rata-rata kelayakan rasa 3,20%; tekstur makanan 3,33%; visual makanan 3,27%; kepatutan nilai 3,13%; ketepatan waktu 3,20%; dan keramahan pelayanan 3,20%. Temuan kualitatif menunjukkan perlunya peningkatan pada aspek konsistensi rasa, kesegaran bahan baku, variasi menu, dan keramahan pelayanan. Kegiatan pendampingan ini memberikan manfaat bagi mitra dalam memahami kebutuhan konsumen serta menyusun strategi peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.

Kata kunci: kepuasan konsumen, katering, SERVQUAL, mutu layanan, pengabdian masyarakat

Abstract

Catering services are an important part of the food service industry, demanding continuous quality in both products and services. A common problem faced by catering businesses is the suboptimal system for evaluating consumer satisfaction as a basis for service quality control. This community service activity aims to assist partners in conducting consumer satisfaction evaluations and providing recommendations for improving service quality at Berkah Catering. The methods of the activity include identifying partner problems, developing an evaluation instrument based on a Likert scale, collecting customer satisfaction data, conducting quantitative and qualitative analysis, and providing service improvement recommendations based on the SERVQUAL approach. The evaluation results show that the level of consumer satisfaction falls within the good to very good category, with average scores for taste acceptability at 3.20; food texture at 3.33; food appearance at 3.27; value for money at 3.13; punctuality at 3.20; and service friendliness at 3.20.

Copyright © 2026, JPPMI: Jurnal Produk Pengabdian Masyarakat Indonesia.

294

<https://www.jurnalteknologikoseptualdesign.my.id/index.php/jppmi/index>

DOI: <https://doi.org/10.810028/jppmi.v1i1>

Qualitative findings indicate the need for improvements in aspects such as taste consistency, freshness of ingredients, menu variety, and service friendliness. This assistance activity benefits partners in understanding consumer needs and developing strategies for continuous service quality improvement.

Keywords: *consumer satisfaction, catering, SERVQUAL, service quality, community service.*

PENDAHULUAN

Usaha catering merupakan salah satu sektor jasa makanan yang terus berkembang dan memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat. Dalam industri jasa makanan, keberhasilan layanan tidak hanya ditentukan oleh kualitas makanan, tetapi juga oleh kualitas pelayanan secara menyeluruh, seperti ketepatan waktu, keramahan staf, dan tampilan makanan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa dalam konteks catering, kualitas hidangan, layanan, serta pengalaman pelanggan dengan staf merupakan elemen utama kepuasan bentuk yang harus dipertimbangkan oleh restoran dalam mendorong inovasi (Vo-Thanh et al., 2022). Selain itu, persaingan yang ketat telah mendorong industri jasa makanan untuk memfokuskan strategi mereka pada penyampaian layanan terbaik guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Bin Ramli, 2023). Kepuasan konsumen menjadi indikator utama

dalam menilai keberhasilan layanan catering karena berkaitan langsung dengan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha. Sejalan dengan itu, keberlanjutan usaha secara inheren tidak hanya menyiratkan kepuasan pelanggan tetapi juga penghematan biaya, di mana layanan catering harus menemukan cara baru untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan (Chung et al., 2021). Pendampingan evaluasi kepuasan menjadi semakin relevan mengingat pergeseran perilaku konsumen pasca-pandemi, di mana penelitian juga mengkonfirmasi bahwa bagian faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada layanan makanan institusional terus berkembang, sehingga memerlukan sistem evaluasi yang tanggap terhadap perubahan (Guak et al., 2022). Katering Berkah merupakan usaha jasa boga yang melayani kebutuhan makanan masyarakat dengan berbagai jenis menu harian. Berdasarkan observasi

awal, mitra belum memiliki sistem evaluasi kepuasan konsumen yang terstruktur sebagai dasar pengendalian mutu layanan. Selama ini evaluasi hanya dilakukan secara informal sehingga berbagai masukan pelanggan belum terdokumentasi dan dianalisis secara sistematis. Padahal, penerapan metode evaluasi seperti Servqual sangat penting untuk mengidentifikasi kesenjangan (*gap*) layanan, kegiatan di mana dimensi *responsiveness* (ketanggapan) seringkali memiliki nilai *gap* tertinggi yang harus segera diperbaiki oleh pemilik usaha kuliner untuk memenangkan usaha persaingan (Ramadhan et al., 2024). Lebih lanjut, menerjemahkan umpan balik pelanggan menjadi wawasan yang dapat ditindaklanjuti merupakan tantangan besar tanpa pendekatan sistematis yang menyeimbangkan kebutuhan pelanggan dengan kendala bisnis (Sari & Susanto, 2024). Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas layanan dapat dianalisis melalui lima dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Pendekatan tersebut relevan digunakan dalam layanan katering

karena mencakup kualitas produk makanan dan pelayanan kepada pelanggan. Validitas pendekatan ini dalam konteks makanan terkini diperkuat oleh bukti bahwa kualitas pelayanan dan inovasi produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Nasution, 2023). Oleh karena itu, diperlukan pendampingan evaluasi kepuasan konsumen sebagai bagian dari upaya peningkatan mutu layanan secara berkelanjutan, sehingga Katering Berkah dapat bertransformasi dari evaluasi informal menuju sistem manajemen mutu yang terstruktur dan berbasis data.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Katering Berkah pada bulan April 2026. Metode pelaksanaan disusun secara sistematis melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan. Tahap awal kegiatan dimulai dengan identifikasi permasalahan mitra melalui observasi langsung dan diskusi mendalam dengan pengelola Katering Berkah terkait berbagai permasalahan layanan yang dihadapi.

Dari hasil identifikasi tersebut diperoleh temuan bahwa mitra belum memiliki sistem evaluasi kepuasan konsumen yang terstruktur sebagai dasar pengendalian mutu layanan. Setelah permasalahan teridentifikasi, tim pengabdian melanjutkan ke tahap penyusunan instrumen evaluasi kepuasan konsumen. Instrumen yang disusun menggunakan skala Likert 4 poin dengan kategori 4 untuk sangat baik, 3 untuk baik, 2 untuk cukup, dan 1 untuk kurang. Aspek-aspek yang dinilai dalam instrumen ini meliputi kelayakan rasa, tekstur makanan, visual atau tampilan makanan, kepatutan nilai, ketepatan waktu pelayanan, serta keramahan pelayanan. Tahap berikutnya adalah pengumpulan data, di mana data diperoleh melalui penyebaran instrumen evaluasi kepada para konsumen Katering Berkah. Selain data kuantitatif dari hasil penilaian skala Likert, tim pengabdian juga mengumpulkan masukan terbuka dari konsumen terkait pengalaman pelayanan mereka selama menggunakan jasa Katering Berkah. Setelah seluruh data terkumpul, tim pengabdian melakukan analisis data secara deskriptif kuantitatif dengan

menggunakan nilai rata-rata dari setiap aspek penilaian. Sementara itu, data kualitatif yang berupa masukan terbuka dari konsumen dianalisis secara program tematik untuk mengidentifikasi temuan-temuan utama yang selanjutnya menjadi dasar dalam penyusunan rekomendasi perbaikan layanan. Tahap akhir kegiatan adalah pendampingan dan penyusunan rekomendasi. Hasil evaluasi yang telah dianalisis kemudian disampaikan kepada mitra Katering Berkah, disertai dengan rekomendasi peningkatan mutu layanan yang berbasis pada pendekatan SERVQUAL. Melalui pendampingan ini, mitra diharapkan mampu memahami dan menerapkan rekomendasi yang diberikan guna mewujudkan peningkatan mutu layanan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat Berdasarkan hasil evaluasi kepuasan konsumen yang telah dilakukan pada Katering Berkah, diperoleh gambaran mengenai mutu layanan dari enam aspek penilaian. Secara keseluruhan, seluruh aspek yang dinilai menunjukkan hasil yang berada pada

kategori baik hingga sangat baik. Aspek kelayakan rasa memperoleh skor rata-rata sebesar 3,2% yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen secara umum menilai cita rasa makanan yang disajikan oleh Katering Berkah sudah memenuhi harapan, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan lebih lanjut. Aspek tekstur makanan mencatatkan skor rata-rata tertinggi yaitu 3,33% dengan kategori sangat baik. Demikian pula aspek visual atau tampilan makanan memperoleh skor rata-rata 3,27% yang juga termasuk dalam kategori sangat baik. Kedua capaian ini menunjukkan bahwa Katering Berkah telah berhasil dalam menyajikan makanan dengan tekstur yang sesuai dan tampilan yang menarik bagi konsumen. Aspek kepatutan nilai memperoleh skor rata-rata 3,13% dalam kategori baik, yang berarti konsumen menilai bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas dan porsi makanan yang diterima. Sementara itu, aspek ketepatan waktu pelayanan dan aspek keramahan pelayanan masing-masing memperoleh skor rata-rata yang sama yaitu 3,2% dengan kategori baik. Hal

ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan ketepatan jadwal pengantaran makanan serta sikap ramah yang ditunjukkan oleh staf Katering Berkah. Secara keseluruhan, hasil evaluasi kepuasan konsumen menunjukkan bahwa Katering Berkah telah mampu memberikan layanan yang tergolong baik di semua aspek, dengan keunggulan utama pada tekstur dan tampilan makanan. Meskipun demikian, masih terdapat peluang untuk meningkatkan aspek-aspek yang berada pada kategori baik agar dapat mencapai kategori sangat baik di masa mendatang.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil evaluasi kepuasan konsumen pada Katering Berkah yang telah disajikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa secara umum seluruh aspek pelayanan yang dinilai berada pada kategori baik hingga sangat baik. Capaian ini menunjukkan bahwa Katering Berkah telah mampu memberikan layanan yang memuaskan bagi para konsumennya, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu mendapatkan perhatian lebih untuk dapat ditingkatkan ke level yang lebih

optimal. Jika dikaitkan dengan teori kualitas layanan SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), keenam aspek yang dievaluasi dalam kegiatan ini merepresentasikan dimensi-dimensi penting seperti tangible (bukti fisik) yang tercermin dari visual/tampilan makanan dan tekstur makanan, reliability (keandalan) yang tercermin dari ketepatan waktu pelayanan, dihasilkan responsiveness (ketanggapan) serta empathy (empati) yang tercermin dari keramahan pelayanan, dan yang tidak kalah penting adalah dimensi assurance (jaminan) yang tercermin dari kelayakan rasa serta kepatutan nilai. Dari keenam aspek tersebut, dua aspek yang mencapai kategori sangat baik adalah tekstur makanan dengan skor rata-rata 3,33% dan visual atau tampilan makanan dengan skor rata-rata 3,27%. Capaian ini patut diapresiasi karena menunjukkan bahwa Katering Berkah memiliki keunggulan kompetitif pada aspek fisik produk makanan yang disajikan. Tekstur makanan yang baik mencerminkan proses pengolahan yang tepat, mulai dari pemilihan bahan baku hingga teknik memasak

yang sesuai, sehingga konsumen dapat menikmati makanan dengan kenyamanan tekstur yang diharapkan. Sementara itu, tampilan makanan yang menarik menunjukkan bahwa Katering Berkah memperhatikan aspek presentasi, yang dalam industri katering memiliki peran penting karena konsumen pertama kali menilai makanan dari apa yang mereka lihat sebelum mencicipi rasanya. Penelitian Nasution (2023) juga menegaskan bahwa inovasi produk termasuk dalam tampilan dan tekstur makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha katering. Oleh karena itu, kedua aspek ini perlu dipertahankan dan bahkan ditingkatkan lagi dengan terus melakukan variasi tampilan menu agar konsumen tidak mengalami kebosanan.

Sementara itu, empat aspek lainnya yaitu kelayakan rasa (3,2%), kepatutan nilai (3,13%), ketepatan waktu pelayanan (3,2%), dan keramahan pelayanan (3,2%) berada pada kategori baik. Meskipun ketiganya sudah tergolong memuaskan, skor yang hanya mencapai batas bawah kategori baik

mengindikasikan bahwa masih terdapat celah atau gap antara harapan konsumen dengan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Hal ini sejalan dengan temuan Ramadhan, Septianto, dan Sandiwarno (2024) yang menyatakan bahwa dalam evaluasi layanan kuliner, dimensi responsiveness seringkali memiliki nilai gap tertinggi yang perlu segera diperbaiki. Pada aspek kelayakan rasa, meskipun konsumen menilai rasa sudah baik, namun belum mencapai level sangat baik. Hal ini dapat menjadi sinyal bagi Katering Berkah untuk lebih memperhatikan konsistensi rasa pada setiap produksi, karena dalam bisnis katering, konsumen mengharapkan rasa yang sama nikmatnya setiap kali mereka memesan. Faktor seperti kualitas bahan baku, takaran bumbu, dan lama memasak perlu dijaga konsistensinya agar tidak terjadi fluktuasi rasa yang dapat mengecewakan konsumen loyal.

Aspek kepatutan nilai yang memperoleh skor terendah yaitu 3,13% juga perlu menjadi perhatian utama. Skor ini menunjukkan bahwa konsumen masih memiliki persepsi bahwa harga yang dibayarkan belum

sepenuhnya sebanding dengan nilai yang mereka terima, meskipun secara keseluruhan sudah tergolong baik. Dalam konteks usaha katering yang menghadapi persaingan ketat, persepsi nilai menjadi faktor penentu loyalitas pelanggan. Konsumen cenderung akan beralih ke pesaing jika mereka merasa mendapatkan nilai yang lebih baik dengan harga yang sama atau lebih rendah. Oleh karena itu, Katering Berkah perlu melakukan evaluasi ulang terhadap strategi penetapan harga, atau sebaliknya meningkatkan value proposition seperti menambah porsi, memberikan bonus atau promo khusus, atau meningkatkan kualitas layanan pendukung sehingga konsumen merasa bahwa apa yang mereka bayar benar-benar sepadan dengan apa yang mereka peroleh. Vo-Thanh et al. (2022) juga menekankan bahwa kepuasan pelanggan dalam industri jasa makanan sangat dipengaruhi oleh persepsi nilai yang diterima pelanggan.

Aspek ketepatan waktu pelayanan dan keramahan pelayanan yang masing-masing memperoleh skor 3,2% juga menunjukkan bahwa kinerja layanan non-produk masih

perlu ditingkatkan. Ketepatan waktu dalam pengantaran makanan merupakan salah satu faktor kritis dalam bisnis katering karena menyangkut kepercayaan konsumen, terutama bagi konsumen yang memesan untuk acara atau keperluan kantor yang memiliki jadwal ketat. Keterlambatan pengiriman meskipun hanya beberapa menit dapat menimbulkan kekecewaan dan mengganggu kepercayaan konsumen. Sementara itu, keramahan pelayanan yang mencakup interaksi antara staf katering dengan konsumen, baik saat menerima pesanan, mengantar makanan, maupun menangani keluhan, juga sangat menentukan pengalaman konsumen secara keseluruhan. Penelitian Chung et al. (2021) menggarisbawahi bahwa dalam konteks katering, kualitas interaksi interpersonal antara staf layanan dan pelanggan memiliki peran yang tidak kalah penting dibandingkan kualitas produk makanan itu sendiri. Oleh karena itu, Katering Berkah disarankan untuk memberikan pelatihan standar pelayanan kepada seluruh staf, terutama yang berinteraksi langsung dengan konsumen, serta menerapkan

sistem monitoring ketepatan waktu pengiriman menggunakan rute pengantaran yang terencana dengan baik.

Secara holistik, hasil evaluasi ini memberikan gambaran bahwa Katering Berkah memiliki fondasi yang cukup baik dalam memberikan layanan kepada konsumen, namun masih memerlukan pendampingan dan pendekatan sistematis untuk mengatasi gap pada aspek-aspek yang belum mencapai kategori sangat baik. Pendekatan SERVQUAL dapat dijadikan kerangka kerja untuk menyusun prioritas perbaikan, di mana aspek kepatutan nilai yang memiliki skor terendah sebaiknya menjadi fokus utama, diikuti oleh upaya peningkatan konsistensi rasa, ketepatan waktu, dan keramahan pelayanan. Dengan menerapkan rekomendasi perbaikan secara bertahap dan berkelanjutan, serta secara berkala melakukan evaluasi ulang kepuasan konsumen menggunakan instrumen yang sama, Katering Berkah diharapkan mampu meningkatkan mutu layanannya secara signifikan dan pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya hasil loyalitas pelanggan serta

keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pendampingan evaluasi kepuasan konsumen yang telah dilaksanakan pada Katering Berkah, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut. Pertama, secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan Katering Berkah berada pada kategori baik hingga sangat baik, dengan capaian tertinggi pada aspek tekstur makanan (skor 3,33%) dan visual atau tampilan makanan (skor 3,27%) yang keduanya masuk dalam kategori sangat baik. Kedua, aspek kelayakan rasa (3,2%), kepatutan nilai (3,13%), ketepatan waktu pelayanan (3,2%), dan keramahan pelayanan (3,2%) masih berada pada kategori baik, dengan aspek kepatutan nilai merupakan yang terendah sehingga memerlukan perhatian khusus untuk ditingkatkan. Ketiga, kegiatan pendampingan ini berhasil mengidentifikasi gap layanan yang selama ini tidak terdeteksi karena belum adanya sistem evaluasi yang terstruktur, sehingga hasil evaluasi dapat dijadikan sebagai pijakan awal bagi Katering Berkah dalam

menyusun prioritas perbaikan mutu layanan secara berkelanjutan. Keempat, pendekatan SERVQUAL terbukti relevan dan aplikatif untuk digunakan dalam mengevaluasi layanan katering karena mampu menjangkau dimensi kualitas produk makanan maupun kualitas pelayanan non-makanan secara komprehensif. Dengan demikian, Katering Berkah diharapkan dapat secara konsisten menerapkan rekomendasi perbaikan yang telah disusun, serta melakukan evaluasi kepuasan konsumen secara periodik guna mempertahankan keunggulan pada aspek tekstur dan tampilan makanan sekaligus meningkatkan aspek-aspek lainnya menuju kategori sangat baik, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Bin Ramli, M. F. (2023). Service quality and customer satisfaction in food service industry. Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts, 15(1), 45-58.*
- Chung, K. C., Nguyen, T. P., & Dang, T. H. (2021). Sustainable food system and customer loyalty: The role of customer satisfaction in catering services. Sustainability, 13(8), 4256.*

Guak, S., Oh, S., & Cho, M. S. (2022).

Factors affecting customer satisfaction in institutional foodservice during the COVID-19 pandemic. Foods, 11(15), 2234.

Nasution, M. I. P. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Katering Mayo Diet Medan. Jurnal Manajemen Bisnis, 10(2), 112-125.*

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.*

Ramadhan, F., Septianto, A., & Sandiwarno, S. (2024). *Analisis kualitas layanan menggunakan metode Servqual untuk kepuasan pelanggan pada usaha kuliner. Jurnal Sistem Informasi Bisnis, 14(1), 33-42*

Sari, D. P., & Susanto, A. (2024). *Translating customer feedback into service quality improvement: Challenges for small food businesses. Indonesian Journal of Applied Business Research, 5(1), 1-14.*

Vo-Thanh, T., Zaman, M., Hasan, R., Rather, R. A., Lombardi, R., & Secundo, G. (2022). *How does hotel service quality affect brand loyalty? The mediating role of brand image and customer satisfaction. Journal of Hospitality and Tourism Management, 52, 291-302.*