

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Manajemen

Manajemen adalah proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efisien dan efektif (Sutianingsih et al., 2024).

Manajemen terdiri dari beberapa kegiatan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki (Hanafi, 2021). Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa manajemen adalah proses mengelola sumber daya organisasi agar tercapai visi, misi, dan tujuan melalui kepemimpinan yang cerdas, bijaksana, serta sesuai dengan kemampuan sumber daya manusia di dalamnya.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis diperlukan manajemen yang efektif agar semua tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan bisa berjalan dengan baik. Dengan manajemen yang baik, diharapkan program ini dapat memberikan pelayanan terbaik kepada ibu hamil dan anak balita yang menjadi penerima program, sehingga tujuan program untuk meningkatkan asupan gizi masyarakat bisa tercapai secara baik.

2.1.1.1 Fungsi-Fungsi Manajemen

Menurut Sutianingsih et al. (2024), untuk mencapai tujuan organisasi, seorang manajer melakukan beberapa tugas yang biasa disebut sebagai fungsi manajemen. Ada empat fungsi utama dalam manajemen yang sering disingkat dengan istilah P-O-L-C (*Planning, Organizing,*

Leading, Controlling), yang berarti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

1. **Perencanaan (*Planning*):** Perencanaan adalah proses menentukan tujuan organisasi, mencari tahu langkah-langkah yang perlu dilakukan agar tujuan tersebut tercapai, serta membuat rencana yang akan memandu semua kegiatan organisasi.
2. **Organisasi (*Organizing*):** Proses penyusunan meliputi penentuan struktur organisasi yang efektif, penyaluran sumber daya, penugasan tugas, serta pembentukan tim kerja.
3. **Pengarahan (*Leading*):** Pengarahan, atau yang disebut juga kepemimpinan, bertujuan untuk memotivasi, membimbing, dan menginspirasi karyawan agar mereka dapat mencapai tujuan perusahaan.
4. **Pengendalian (*Controlling*):** Pengendalian adalah proses mengawasi bagaimana organisasi bekerja, mengevaluasi hasil yang dicapai, mengetahui ketidaktepatan dari rencana awal, serta mengambil langkah-langkah untuk memperbaikinya.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis sangat penting untuk menerapkan fungsi manajemen secara baik agar program tersebut dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Perencanaan yang baik penting untuk menyusun jadwal distribusi dan menentukan makanan yang diberikan, pengorganisasian juga sangat penting untuk mengatur petugas serta sumber daya yang digunakan dalam program, pengarahan diperlukan agar petugas bisa memberikan pelayanan yang memuaskan kepada masyarakat. Sementara itu, pengendalian dilakukan agar program berjalan sesuai dengan tujuan dan bisa memenuhi kebutuhan ibu hamil serta anak balita yang menjadi penerima program.

2.1.2 Organisasi

Organisasi pada intinya berfungsi sebagai tempat atau wadah di mana individu berkumpul dan bekerja sama secara terencana, sistematis,

teratur, terarah, dan terkontrol, untuk memanfaatkan berbagai sumber daya seperti dana, bahan, peralatan, metode, dan lingkungan, serta alat-alat lainnya dengan cara yang efisien dan efektif demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi (Ambarwati, 2018).

Istilah organisasi berasal dari kata Organon dalam bahasa Yunani yang berarti alat. Banyak definisi organisasi yang telah diajukan oleh berbagai pakar, baik dari dalam negeri maupun internasional. Beberapa definisi tersebut antara lain:

- Menurut Stoner, organisasi merupakan sebuah pola interaksi di mana individu yang berada di bawah bimbingan atasan berusaha mencapai tujuan bersama.
- James D. Mooney berpendapat bahwa organisasi adalah bentuk dari setiap perkumpulan manusia untuk meraih tujuan yang sama.

Berdasarkan uraian tersebut, pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis juga melibatkan sebuah organisasi yang beroperasi dengan stuktur dan koordinasi yang jelas. Keberhasilan program ini tidak hanya bergantung pada ketersediaan sumber daya, tetapi juga pada kapabilitas organisasi dalam mengelola proses pelayanan, mulai dari perencanaan menu, pengadaan bahan makanan, distribusi, hingga pelayanan kepada penerima program. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh organisasi pelaksana menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan bagi ibu hamil dan anak balita yang menjadi penerima Program Makan Bergizi Gratis.

2.1.2.1 Unsur-Unsur Organisasi

Menurut Ambarwati (2018) menyatakan bahwa sebuah organisasi terdiri dari tiga elemen, yakni adanya orang, adanya kerjasama dan adanya tujuan bersama. Ketiga elemen organisasi ini tidak berdiri secara terpisah, melainkan saling berhubungan dan membentuk suatu kesatuan yang utuh. Berikut adalah unsur-unsur organisasi:

1. *Man* (Orang-orang)

Dalam kehidupan organisasi atau stuktur kelembagaan, istilah yang sering digunakan adalah pegawai atau personel, yang mencakup semua anggota atau warga organisasi, mereka dibagi berdasarkan fungsi dan tingkatan, terdiri dari unsur pemimpin (*administrator*) yang merupakan pihak yang menduduki jabatan tertinggi, para manager yang mengawasi unit kerja sesuai dengan fungsi mereka masing-masing, serta para pekerja (*non management/workers*).

2. Kerjasama

Kerjasama adalah tindakan saling membantu dalam menjalankan tugas atau aktivitas yang dilakukan secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3. Tujuan Bersama

Tujuan adalah arah yang ingin dicapai atau target yang hendak diwujudkan.

Berdasarkan uraian tersebut, pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis juga berkaitan erat dengan ketiga elemen organisasi tersebut. Unsur orang terlihat dari keterlibatan berbagai pihak, seperti pemerintah, pelaksana program, petugas distribusi, kader, dan masyarakat sebagai penerima program. Unsur kerja sama terwujud melalui koordinasi antar pihak-pihak dalam proses perencanaan, penyediaan, dan distribusi makanan bergizi bagi ibu hamil dan anak balita. Sementara itu, tujuan bersama dari program ini adalah untuk meningkatkan status gizi masyarakat, terutama bagi ibu hamil dan anak balita, serta mendukung usaha pemerintah dalam menurunkan angka stunting dan meningkatkan kesehatan masyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan Program Makan Bergizi Gratis sangat bergantung pada kerja sama yang efektif antara pelaksana program, sehingga dapat memberikan pelayanan berkualitas dan memuaskan bagi penerima program.

2.1.2.2 Tujuan Organisasi

Tujuan organisasi berperan penting dalam memajukan organisasi, baik dalam merekrut anggota maupun dalam mencapai apa yang ingin dilakukan saat organisasi berjalan (Ambarwati, 2018).

Ide mengenai tujuan organisasi secara umum memiliki beberapa fungsi krusial yang dapat bervariasi berdasarkan waktu dan situasi. Beberapa fungsi dari tujuan organisasi adalah sebagai berikut:

- a. **Pedoman Bagi Kegiatan;** Tujuan berperan sebagai pedoman untuk mengarahkan serta mengelola usaha dan aktivitas para anggota organisasi.
- b. **Sumber Legitimasi;** Tujuan juga berfungsi sebagai sumber legitimasi bagi suatu organisasi lewat pembenaran atas aktivitas yang dilakukan, dan di samping itu, keberadaannya diterima dalam kelompok-kelompok tertentu di masyarakat.
- c. **Standar Pelaksanaan;** ketika tujuan dinyatakan dengan jelas dan dipahami, hal ini akan memberikan ukuran langsung untuk menilai pelaksanaan kegiatan atau pencapaian organisasi.
- d. **Sumber Motivasi;** Tujuan organisasi dapat berfungsi sebagai pendorong motivasi dan identifikasi yang signifikan bagi karyawan.
- e. **Dasar Rasional Pengorganisasian;** Tujuan organisasi menjadi landasan dalam merancang struktur organisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, tujuan organisasi menjadi pedoman bagi semua pihak yang terlibat dalam setiap fase program, mulai dari tahap perencanaan, penyediaan, hingga pendistribusian makanan bergizi kepada ibu hamil dan anak balita. Tujuan tersebut juga memberikan legitimasi atas penyelenggaraan program sebagai bagian dari pelayanan publik untuk meningkatkan status gizi masyarakat. Selain itu, tujuan program berfungsi sebagai acuan bagi pelaksana dalam memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur, mendorong petugas untuk bekerja dengan maksimal, serta menjadi dasar untuk pembagian tugas, koordinasi, dan pengelolaan

sumber daya. Dengan demikian, tujuan organisasi yang jelas akan mendukung terciptanya kualitas pelayanan yang baik, sehingga dapat meningkatkan kepuasan masyarakat sebagai penerima Program Makan Bergizi Gratis.

2.1.3 Manajemen Pemasaran

Menurut Utomo et al. (2025), manajemen pemasaran merupakan penerapan teori dan praktik manajemen yang dilakukan oleh pemasar dalam kegiatan pasar.

Menurut Kotler & Keller (2016), manajemen pemasaran dapat diartikan sebagai kemampuan dan pengetahuan untuk memilih pasar yang ditargetkan dan menarik, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai yang tinggi bagi pelanggan. Menurut Indrasari (2019), definisi pemasaran itu sendiri mencakup aktivitas mulai dari produksi, pengemasan, hingga distribusi kepada konsumen dalam pasar yang telah ditentukan pada waktu tertentu, hal ini juga berlaku untuk pemasaran digital, yang mana di era digital memungkinkan terjadinya transaksi tanpa batas yang bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja oleh siapa pun yang memiliki akses untuk bertransaksi secara online melalui internet serta media komunikasi digital lainnya. Secara teori, definisi pemasaran menurut *American Marketing Association* (AMA) adalah fungsi sebuah organisasi dan rangkaian proses yang bertujuan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemangku kepentingannya (Ismanto, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah serangkaian proses manajerial yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, serta pengelolaan berbagai aktivitas pemasaran yang ditunjukkan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen. Manajemen pemasaran tidak

hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga mencakup berbagai aktivitas dari produksi, pengemasan, hingga distribusi produk atau pelayanan kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan dan harapan pasar (Kotler & Keller, 2016; Indrasari, 2019; Ismanto, 2020).

Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, konsep manajemen pemasaran dapat dianggap sebagai pendekatan manajerial untuk mengatur pelayanan bagi masyarakat dari program tersebut. Meskipun program ini tidak bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, prinsip pemasaran tetap memiliki peranan penting agar pelayanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan ibu hamil dan anak balita secara efektif. Dengan demikian, penerapan manajemen pemasaran dalam Program Makan Bergizi Gratis dapat mendukung pemerintah dalam merencanakan, mengelola, dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga program dapat dilaksanakan dengan efisien dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat.

2.1.3.1 Tujuan Manajemen Pemasaran

Menurut Indrasari (2019), tujuan dari manajemen pemasaran pada intinya adalah untuk menciptakan permintaan, meningkatkan kepuasan pelanggan, memperbesar pangsa pasar, meraih keuntungan, membangun citra produk yang positif, menarik pelanggan baru serta memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, tujuan manajemen pemasaran dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Menciptakan Permintaan (*Demand*)

Fokus manajemen pemasaran adalah menciptakan permintaan untuk produk atau pelayanan yang disediakan. Dalam Program Makan Bergizi Gratis, upaya ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya konsumsi makanan bergizi bagi kesehatan dan perkembangan, terutama bagi anak balita. Dengan strategi komunikasi dan sosialisasi yang tepat, masyarakat akan terdorong untuk

mendukung dan memanfaatkan Program Makan Bergizi Gratis secara maksimal.

b. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan utama dalam pemasaran. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, yang dimaksud sebagai pelanggan adalah ibu hamil, anak balita, serta keluarga. Program ini harus bisa menyajikan makanan yang sehat, bersih, dan sesuai dengan kebutuhan gizi agar para penerima pelayanan merasa puas dan mendapatkan manfaat yang maksimal.

c. Pangsa Pasar (*Market Share*)

Salah satu tujuan lain dari manajemen pemasaran adalah meningkatkan pangsa pasar. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, ini berarti memperluas jangkauan program agar lebih banyak ibu hamil dan anak balita dapat memperoleh manfaat dari makanan yang bergizi. Dengan demikian, program ini bisa menjangkau lebih banyak masyarakat dan membawa pengaruh yang lebih luas terhadap peningkatan kualitas gizi anak.

d. Peningkatan Manfaat atau Nilai Program

Walaupun Program Makan Bergizi Gratis tidak berfokus pada keuntungan finansial seperti perusahaan, program ini tetap harus memberikan nilai atau manfaat yang maksimal bagi masyarakat. Manajemen pemasaran yang efektif akan memastikan bahwa sumber daya yang dimanfaatkan memberikan dampak terbaik untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan.

e. Membangun Citra Program yang Baik di Masyarakat

Tujuan pemasaran lainnya adalah menciptakan citra positif di kalangan masyarakat. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, citra yang baik dapat dibangun melalui kualitas makanan yang tinggi, pengelolaan yang transparan, serta distribusi yang tepat. Citra yang positif ini akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program tersebut.

f. Menciptakan Penerima Baru

Program Makan Bergizi Gratis juga harus mencapai kelompok masyarakat yang sebelumnya belum merasakan manfaat dari program ini. Dengan mengidentifikasi kebutuhan masyarakat dan memperluas distribusi, jumlah penerima dapat terus ditingkatkan.

g. Memberikan Kepuasan Berkelanjutan

Selain menghasilkan penerima baru, Program Makan Bergizi Gratis juga perlu mempertahankan kepuasan yang sudah ada. Ini dapat dicapai dengan menjaga kualitas makanan, memastikan ketepatan waktu distribusi, dan melakukan evaluasi secara berkala pada pelaksanaan program.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen pemasaran dalam Program Makan Bergizi Gratis tidak hanya bertujuan untuk mengenalkan program ke masyarakat, tetapi juga untuk memastikan bahwa program tersebut memberikan manfaat yang optimal, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperluas jangkauan secara berkelanjutan.

2.1.3.2 Fungsi Manajemen Pemasaran

Menurut Satriadi et al. (2021), manajemen pemasaran memiliki beberapa fungsi antara lain fungsi pertukaran, fungsi fisis, dan fungsi penyediaan sarana.

Berdasarkan uraian tersebut, fungsi-fungsi manajemen pemasaran juga bisa diterapkan dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis untuk membantu distribusi serta penyediaan makanan bergizi bagi masyarakat.

1. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran dalam manajemen pemasaran mencakup aktivitas jual beli. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, fungsi ini dapat terlihat dari proses pengadaan bahan makanan bergizi oleh penyelenggara program dari pemasok dan proses distribusi makanan kepada ibu hamil dan anak balita. Melalui proses tersebut, kebutuhan gizi

masyarakat dapat terpenuhi melalui sistem distribusi yang terencana dengan baik.

2. Fungsi Fisis

Fungsi fisis berhubungan dengan kegiatan penyimpanan, pengiriman, dan pengolahan produk agar sampai kepada konsumen pada waktu dan lokasi yang tepat. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, fungsi ini sangat penting karena makanan yang disediakan harus dijaga kualitas dan nilai gizinya agar tetap terjaga selama proses distribusi. Oleh sebab itu, pengelolaan logistik yang efektif sangat dibutuhkan agar makanan diterima dalam kondisi layak untuk dikonsumsi.

3. Fungsi Penyedia Sarana

Fungsi penyediaan sarana berhubungan dengan aktivitas yang mendukung kelancaran operasional pemasaran, seperti pengumpulan data, komunikasi, dan pendanaan. Dalam Program Makan Bergizi Gratis, fungsi ini dapat diwujudkan melalui koordinasi antara pemerintah, penyedia makanan, dan pihak RW untuk memastikan bahwa program ini berjalan dengan baik dan dapat memenuhi kebutuhan gizi masyarakat.

2.1.3.3 Faktor yang mempengaruhi Manajemen Pemasaran

Menurut Muksin (2016), pemasaran tidak hanya terbatas pada upaya promosi, melainkan juga bertujuan untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan tindakan konsumen. Produsen harus memperhatikan selera, kebiasaan, serta minat konsumen terhadap sebuah produk agar bisa memenuhi ekspektasi dan menciptakan kepuasan. Dengan mengenali ketertarikan konsumen, aktivitas pemasaran dapat berlangsung dengan efektif dan mendukung kesuksesan suatu usaha. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan produk berdasarkan penampilan atau bentuk fisiknya, tetapi juga berdasarkan manfaat yang diinginkan dari produk itu, sehingga strategi pemasaran perusahaan dapat mencapai keberhasilan.

Dalam proses pemasaran terdapat sejumlah faktor penting yang harus diperhatikan oleh pemasar agar produk atau pelayanan yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Faktor-

faktor ini menyangkut bagaimana produsen memahami kebutuhan, keinginan, dan perilaku konsumen dalam proses pertukaran produk atau jasa di pasar. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran:

1. Kebutuhan
2. Keinginan
3. Permintaan
4. Produk (organisasi, jasa, ide)
5. Nilai pelanggan
6. Kepuasan pelanggan
7. Mutu
8. Pertukaran
9. Transaksi
10. Hubungan
11. Jaringan
12. Pasar
13. Pemasar dan calon pembeli

Berdasarkan uraian tersebut, dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, memahami kebutuhan dan minat masyarakat sangat penting dalam penyediaan makanan bergizi. Program Makan Bergizi Gratis dibuat agar bisa memenuhi kebutuhan gizi masyarakat, terutama ibu hamil dan anak balita. Untuk itu, kualitas makanan yang diberikan, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan penerima program harus diperhatikan agar program tersebut berjalan dengan lancar dan efektif. Selain itu, kerja sama dan hubungan antara pemerintah, penyedia bahan pangan, dan lembaga pendidikan juga merupakan faktor penting dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat.

2.1.4 Manajemen Pemasaran Jasa

Manajemen jasa adalah cara yang digunakan oleh perusahaan untuk memastikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan,

dan merupakan bagian penting dalam mendukung berjalan baiknya operasional organisasi (Manap et al., 2023). Jasa bersifat *intangible*, sehingga perusahaan kesulitan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Berbagai jenis jasa dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. *Personalized services*

Pelayanan ini sangat personal dan sangat tergantung pada individu yang memberikan layanan tersebut.

2. *Financial services*

Financial Services terdiri dari:

- a. *Banking Services* (Bank)
- b. *Insurance Services* (Asuransi)
- c. *Investement Securities* (Lembaga penanam modal)

3. *Public Utility and Transportatation services*

Perusahaan *public utility* umum memiliki monopoli alami, seperti perusahaan penyedia listrik dan air minum. Pengguna pelayanan ini terdiri dari:

- a. *Domestic Consumer* (Konsumen lokal)
- b. *Commercial and office* (perkantoran dan perdagangan).
- c. *Industrial users* (industri)
- d. *Municipalities* (kota praja, pemda)

4. *Entertainment*

Individu yang bekerja di bidang ini bisa mendapatkan pendapatan yang besar karena kemampuan mereka untuk mengubah pikiran masyarakat melalui iklan.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, manajemen jasa berperan penting karena program ini merupakan bentuk pelayanan kepada masyarakat, khususnya ibu hamil dan anak balita yang menjadi penerima program. Program ini tidak hanya memberikan makanan bergizi, tetapi juga memerperhatikan cara pelayanan yang tepat, cepat tanggap, dan sesuai dengan kebutuhan orang-

orang yang menerima bantuan. Oleh karena itu, menerapkan manajemen jasa yang baik sangat penting agar kualitas pelayanan dalam Program Makan Bergizi Gratis dapat memenuhi harapan masyarakat dan meningkatkan kepuasan penerima program tersebut.

2.1.4.1 Strategi Pemasaran Jasa

Menurut Manap et al. (2023), Jasa dapat berupa penawaran yang bersifat mandiri atau untuk melengkapi produk fisik. Pemasaran jasa adalah konsep yang fokus pada bisnis jasa yang tidak memiliki bentuk fisik. Secara umum, jasa adalah kelebihan sebuah perusahaan yang didorong oleh pelayanan *person to person* serta tidak bisa disimpan atau dinikmati oleh pelanggan secara bersamaan. Apakah kemampuan perusahaan memenuhi jasa yang diberikan yang menjadi satu-satunya penentu dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Ada tiga aspek dalam strategi pemasaran jasa menurut Riskita (2022), yaitu:

1. Pemasaran eksternal

Meliputi proses menentukan harga, cara mendistribusikan, dan strategi mempromosikan jasa kepada pelanggan.

2. Pemasaran internal

Meliputi pelatihan dan memberikan semangat kepada karyawan agar mereka bisa memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

3. Pemasaran interaktif

Meliputi pembekalan keterampilan kepada karyawan dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, diperlukan strategi pelayanan yang baik agar program berjalan lancar dan memenuhi harapan masyarakat yang menjadi penerima program tersebut. Pemasaran eksternal menunjukkan bagaimana program tersebut disampaikan dan pelayanan diberikan kepada masyarakat, pemasaran internal berkaitan dengan kesiapan dan kemampuan petugas dalam melaksanakan program, sementara itu, pemasaran interaktif terlihat dari kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan, menyampaikan

informasi, serta merespons pertanyaan dan keluhan masyarakat. Oleh karena itu, menerapkan strategi pelayanan yang efektif dalam Program Makan Bergizi Gratis dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta meningkatkan kepuasan ibu hamil dan anak balita yang menjadi penerima program tersebut.

2.1.5 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Setiari (2025) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Malla et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi SERVQUAL berpengaruh terhadap kepuasan penerima program dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan penerima pelayanan.

Haque et al. (2022) menambahkan bahwa harus ada pengukuran kualitas pelayanan yang dilakukan dengan cara yang terstruktur menggunakan indikator yang jelas, agar organisasi dapat melakukan penilaian serta perbaikan secara berkelanjutan. Pendekatan ini sejalan dengan model SERVQUAL yang menekankan pentingnya pengukuran persepsi mengenai berbagai dimensi pelayanan, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dari pelayanan itu sendiri.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, kualitas pelayanan dapat dilihat dari seberapa baik penyelenggara program dalam menyediakan makanan bergizi yang aman dan berkualitas, serta pengirimannya yang tepat waktu. Selain itu, pelayanan yang baik juga tergambar dari adanya koordinasi yang baik antara pemerintah, penyedia makanan, tenaga kesehatan, dan lembaga pendidikan untuk memastikan bahwa program berjalan sesuai dengan

standar yang telah ditentukan. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan elemen penting yang mendukung keberhasilan pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis serta meningkatkan kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap program tersebut.

2.1.5.1 Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Schouten et al. (2025), kualitas pelayanan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait, baik yang berasal dari dalam organisasi maupun dari ekspektasi pelanggan. Memahami faktor-faktor ini memungkinkan organisasi untuk merancang strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka tawarkan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan meliputi:

1. Ekspektasi pelanggan (*customer expectations*)
2. Kompetensi dan keterampilan karyawan
3. Proses operasional
4. Infrastruktur dan fasilitas
5. Kepemimpinan serta budaya organisasi
6. Teknologi dan digitalisasi
7. Masukan serta keluhan pelanggan
8. Persaingan di pasar
9. Kejelasan dalam komunikasi
10. Regulasi dan standar industri

Berdasarkan uraian tersebut, dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, kualitas pelayanan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti keterampilan petugas dalam memberikan pelayanan, sistem distribusi makanan yang terencana, ketersediaan fasilitas yang cukup, dan adanya kolaborasi yang baik antara pemerintah, penyedia makanan, serta lembaga pendidikan. Selain itu, penggunaan teknologi, komunikasi yang efektif, dan penerimaan masukan dari masyarakat juga menjadi faktor penting dalam memajukan kualitas pelayanan program agar dapat memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan.

2.1.5.2 Dimensi-Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur berdasarkan konsep yang dikemukakan oleh Haque-Fawzi et al. (2022), yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dinilai melalui lima dimensi, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik).

Kelima dimensi itu kemudian dioperasionalkan ke dalam indikator yang disesuaikan dengan konteks Program Makan Bergizi Gratis sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merupakan kemampuan untuk menyediakan pelayanan dengan tepat dan secara konsisten sesuai dengan yang dijanjikan.

Dalam Program Makan Bergizi Gratis, indikator keandalan meliputi:

1. Ketepatan waktu distribusi makanan
2. Kualitas makanan yang konsisten
3. Ketepatan jumlah dalam distribusi
4. Pelaksanaan program yang sesuai dengan jadwal yang ditetapkan
5. Pelaksanaan program memberikan pelayanan sesuai prosedur

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan petugas dalam memberikan bantuan serta pelayanan secara cepat dan tepat.

Indikator daya tanggap dalam Program Makan Bergizi Gratis, meliputi:

1. Kecepatan dalam menjawab pertanyaan
2. Kesigapan dalam menangani keluhan
3. Ketersediaan petugas saat pelayanan dibutuhkan
4. Kejelasan informasi yang diberikan
5. Kesediaan untuk membantu tanpa menunda

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan mencerminkan kemampuan petugas dalam membangun rasa percaya dan aman kepada masyarakat.

Indikatornya jaminan dalam Program Makan Bergizi Gratis, meliputi:

1. Kompetensi petugas dalam menjelaskan program
2. Sikap yang sopan dan professional
3. Rasa aman mengenai kualitas makanan
4. Kepercayaan terhadap pengelolaan program
5. Keyakinan bahwa makanan tersebut aman untuk dikonsumsi

4. Empati (*Empathy*)

Empati menunjukkan perhatian dan kepedulian petugas terhadap kondisi penerima pelayanan.

Indikator empati dalam Program Makan Bergizi Gratis, meliputi:

1. Perhatian terhadap kondisi ibu hamil
2. Kepedulian terhadap anak balita
3. Kesuaian menu dengan kebutuhan
4. Kemudahan dalam berkomunikasi
5. Kesiapan untuk mendengarkan keluhan secara personal.

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik berhubungan dengan kondisi nyata yang dapat dilihat secara langsung dalam proses pelayanan.

Dalam Program Makan Bergizi Gratis, indikator bukti fisik meliputi:

1. Kebersihan makanan yang disajikan
2. Kualitas dan keamanan kemasan makanan
3. Kelayakan tampilan makanan yang disajikan
4. Penampilan dan kerapian petugas
5. Kelayakan sarana distribusi.

Berdasarkan uraian tersebut, kualitas pelayanan dalam penelitian ini dipahami sebagai persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis. Pengukuran kualitas pelayanan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan sebagaimana dikemukakan oleh Haque-Fawzi et al. (2022), yang digunakan untuk menilai sejauh mana pelayanan program memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat.

2.1.6 Kepuasan Konsumen

Menurut Charviandi et al. (2023), kepuasan konsumen adalah perasaan emosional yang muncul dari konsumen setelah menggunakan suatu produk, di mana harapan dan kebutuhan mereka telah terpenuhi. Kepuasan ini juga mencerminkan perasaan senang atau kecewa yang muncul saat konsumen membandingkan hasil yang mereka rasakan dengan apa yang mereka harapkan. Jika hasil yang diterima lebih rendah dari harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika hasilnya lebih baik daripada yang diharapkan, konsumen akan merasa puas (Charviandi et al., 2023).

Van Ryzin (2013) melalui teori *expectancy-disconfirmation* menyatakan bahwa kepuasan muncul dari perbandingan antara harapan awal serta kinerja nyata dari pelayanan yang diterima.

Berdasarkan uraian tersebut, kepuasan dalam Program Makan Bergizi Gratis dapat dipahami sebagai kepuasan yang dialami oleh ibu hamil dan anak balita. Setelah mendapatkan pelayanan dari program tersebut, yang dipengaruhi oleh kecocokan antara harapan terhadap kualitas makanan bergizi, ketepatan waktu distribusi, dan pelayanan dari petugas, serta kenyataan yang diterima. Jika pelayanan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka kepuasan terhadap Program Makan Bergizi Gratis akan meningkat.

2.1.6.1 Faktor-Faktor Pembentukan Kepuasan Konsumen

Menurut Charviandi et al. (2023), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah individu membandingkan harapan dengan kualitas pelayanan yang diterima. Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kepuasan konsumen bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kualitas pelayanan serta pengalaman yang dirasakan oleh konsumen. Berikut adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan terbaik bagi konsumennya. Pelayanan yang cepat, ramah, dan tepat dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap jasa yang diberikan. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, kualitas pelayanan dapat dilihat dari cara petugas memberikan pelayanan kepada ibu hamil dan anak balita, seperti ketepatan waktu dalam distribusi makanan, sikap ramah petugas, serta kemampuan mereka dalam memenuhi kebutuhan.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk mencerminkan seberapa baik suatu produk dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi dapat memberikan pengalaman positif bagi konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan mereka. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, kualitas produk tercermin dari kualitas makanan yang disediakan, termasuk nilai gizi, kebersihan, dan variasi menu yang diberikan sesuai dengan kebutuhan ibu hamil dan anak balita.

3. Harga

Harga sering kali dianggap oleh konsumen sebagai ukuran dari kualitas suatu produk atau pelayanan. Harga yang sebanding dengan kualitas yang diterima dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam Program Makan Bergizi Gratis, walaupun makanan diberikan secara gratis, nilai yang dirasakan masyarakat dapat dilihat dari seberapa baik program itu memenuhi kebutuhan gizi bagi ibu hamil dan anak balita dengan cara yang pantas dan berkualitas.

4. Faktor Situasi dan Pribadi

Faktor situasi dan pribadi berkaitan dengan keadaan individu maupun situasi lingkungan yang dapat memengaruhi kepuasan seseorang terhadap pelayanan yang diterima. Dalam Program Makan Bergizi Gratis, kondisi kesehatan ibu hamil, kebutuhan gizi untuk anak balita, dan lingkungan sosial dapat memengaruhi bagaimana menilai pelayanan yang diberikan.

Oleh karena itu, perhatian terhadap kondisi dan kebutuhan menjadi hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan terhadap program tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan dalam Program Makan Bergizi Gratis dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas pelayanan, kualitas makanan, manfaat program di mata masyarakat, dan kondisi pribadi masing-masing. Jika semua faktor tersebut dapat dipenuhi secara baik, maka kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis akan semakin meningkat.

2.1.6.2 Dimensi Kepuasan Konsumen

Menurut Charviandi et al. (2023), dimensi kepuasan pelanggan merupakan aspek-aspek yang digunakan untuk menilai kepuasan seseorang terhadap produk atau pelayanan yang diterima. Armaniah, Marthanti, dan Yusuf (2019) menyebutkan bahwa terdapat beberapa dimensi yang dapat digunakan untuk menilai kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Produk dengan kualitas tinggi akan memberikan kepuasan bagi para konsumen, baik setelah pembelian maupun saat penggunaan produk tersebut. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, kualitas produk dapat dilihat dari nilai gizi makanan yang diberikan kepada ibu hamil dan anak balita, serta aspek kebersihan dan kelayakan makanan yang dikonsumsi.

2. Harga

Harga yang murah biasanya menjadi salah satu hal utama yang membuat pelanggan senang, terutama bagi mereka yang peduli dengan biaya. Meskipun demikian, ada juga konsumen yang mengevaluasi harga berdasarkan nilai manfaat (*value for money*) yang mereka dapatkan dari sebuah produk atau pelayanan. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, meskipun makanan disediakan secara gratis untuk penerima, nilai manfaat yang dirasakan masyarakat tergantung pada sejauh

mana program ini membantu memenuhi kebutuhan gizi ibu hamil dan anak balita.

3. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Berbeda dari kualitas produk yang bisa dengan mudah ditiru oleh pesaing, kualitas pelayanan lebih sulit untuk dicontoh karena berhubungan dengan sikap, perilaku, dan sistem pelayanan yang diberikan oleh penyedia. Dalam Program Makan Bergizi Gratis, kualitas pelayanan bisa dilihat dari sikap petugas saat melayani, ketepatan waktu dalam distribusi makanan, serta kemampuan petugas dalam memberikan informasi dan menangani keluhan masyarakat.

4. Faktor Emosional (*Emotional Factor*)

Faktor emosional berkaitan dengan perasaan bangga, senang, atau puas yang dirasakan oleh konsumen saat menggunakan produk atau pelayanan. Perusahaan yang mampu menciptakan citra positif bagi konsumennya akan menghadirkan kepuasan emosional. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, faktor emosional ini dapat terlihat dari rasa terbantu dan diperhatikan oleh pemerintah melalui upaya pemenuhan gizi untuk ibu hamil dan anak balita.

5. Biaya dan Kemudahan

Biaya dan kemudahan berhubungan dengan seberapa mudah konsumen dalam mengakses sebuah produk atau pelayanan. Perusahaan yang dapat memberikan akses mudah dan kenyamanan dalam mendapatkan pelayanan akan mengarah pada kepuasan yang lebih tinggi bagi konsumen. Dalam Program Makan Bergizi Gratis, kemudahan dapat terlihat dari cara mendapatkan makanan bergizi, proses distribusi yang teratur, dan akses yang mudah bagi ibu hamil serta keluarga dengan anak balita untuk berpartisipasi dalam program tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, dimensi kepuasan dalam Program Makan Bergizi Gratis dapat dievaluasi melalui kualitas makanan yang disediakan, kualitas pelayanan petugas, nilai manfaat yang dirasakan oleh

masyarakat, perasaan positif yang timbul, serta kemudahan akses pelayanan program. Jika semua dimensi tersebut terpenuhi dengan baik, maka kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis akan semakin meningkat.

2.1.6.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Charviandi et al. (2023), kepuasan konsumen bisa dinilai dari seberapa baik harapan yang dimiliki konsumen atau pelanggan terpenuhi.

Setiari (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Malla et al. (2025) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi SERVQUAL berpengaruh terhadap kepuasan dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis. Sementara itu, Wibowo, Febriani, dan Trisnani (2026) menyatakan bahwa mayoritas penerima program memiliki kepuasan yang cukup tinggi terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, yang menunjukkan pentingnya kualitas pelaksanaan program dalam mendukung kepuasan penerima program.

Indikator kepuasan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Kesesuaian pelayanan dengan harapan awal.
2. Kepuasan mengenai kualitas makanan.
3. Kepuasan terhadap pelayanan dari petugas.
4. Kepuasan keseluruhan terhadap program.
5. Ketersediaan untuk terus mengikuti program.
6. Ketersediaan untuk merekomendasikan program.

Berdasarkan uraian tersebut, kepuasan dalam penelitian ini dipahami sebagai penilaian terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, setelah membandingkan ekspektasi awal dengan pelayanan yang mereka terima. Kepuasan mencerminkan seberapa baik kualitas pelaksanaan program memenuhi kebutuhan ibu hamil dan anak balita. Oleh karena itu, kepuasan dapat digunakan sebagai indikator untuk

menilai sejauh mana keberhasilan pelayanan program berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh responden.

2.1.7 Konsep *Service-dominant logic*

Menurut Sudirman dan Musa (2023), *Service-dominant logic* merupakan pendekatan baru dalam pemasaran yang memprioritaskan pelayanan dalam kegiatan pertukaran. Menurut Vargo dan Lusch (2016) melalui pendekatan *service-dominant logic* menyatakan bahwa nilai tidak hanya berasal dari penyedia pelayanan, tetapi juga dari kerjasama antara penyedia dan penerima pelayanan. Konsep ini mengedepankan *intangibility*, proses pertukaran dan hubungan (Tjiptono & Chandra, 201: 448) sebagai elemen penting. Dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis, ibu hamil dan anak balita berkontribusi secara aktif dalam menciptakan nilai melalui partisipasi, kepatuhan dalam mengonsumsi makanan bergizi, dan memberikan masukan terhadap program. Pandangan ini memperluas pemahaman bahwa kualitas pelayanan mencakup tidak hanya aspek teknis, tetapi juga aspek relasional.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa Program Makan Bergizi Gratis berada dalam bingkai *service-dominant logic*, di mana nilai pelayanan tidak hanya diukur dari pemerintah sebagai penyedia program, tetapi juga dari partisipasi aktif ibu hamil dan anak balita. Dengan demikian, pelayanan dalam Program Makan Bergizi Gratis dapat dianggap sebagai proses kerja sama yang memerlukan kualitas interaksi, keterampilan petugas, dan partisipasi masyarakat untuk mencapai nilai kesehatan yang diinginkan secara maksimal.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran dan memperjelas kerangka berfikir dalam pembahasan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang didapat dari jurnal penelitian ilmiah:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Variabel & Alat Analisis	Metode/Tools	Hasil Penelitian
1.	Setiari (2025)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Nera Majalengka	Variabel: X = kualitas pelayanan, Y = kepuasan pelanggan. Alat analisis: Regresi Linier Sederhana	Metode kuantitatif (survei kuesioner), SPSS	Hasil penelitian Kualitas pelayanan terbukti memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan
2.	Malla et al., (2025)	Analisis Faktor Kualitas Layanan Berbasis SERVQUAL terhadap Kepuasan Siswa pada Program Makanan Bergizi Gratis di SMA Negeri 2 Bitung	Variabel: X = kualitas layanan (SERVQUAL), Y = kepuasan siswa. Alat analisis: Analisis SERVQUAL	Metode kuantitatif (survei), Kuesioner	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diukur melalui dimensi SERVQUAL memiliki pengaruh terhadap kepuasan siswa dalam pelaksanaan program MBG. Dimensi <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , <i>empathy</i> , dan <i>tangibles</i> menjadi faktor penting dalam menentukan persepsi kepuasan siswa terhadap program tersebut
3.	Wibowo, Febriani & Trisnani (2026)	Survei kepuasan Peserta Didik Sekolah Dasar Segugus 5 Pengasih terhadap Program Makan Bergizi Gratis (MBG)	Variabel: X = kepuasan siswa, Y = program MBG. Alat analisis: Statistik Deskriptif	Metode kuantitatif (survei), Kuesioner	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas siswa memiliki kepuasan yang cukup tinggi terhadap pelaksanaan program MBG.

NO	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Variabel & Alat Analisis	Metode/Tools	Hasil Penelitian
					Program tersebut dinilai mampu membantu pemenuhan kebutuhan gizi siswa sekaligus meningkatkan kenyamanan dalam mengikuti kegiatan belajar di sekolah
4.	Sabrina, Paramita & Labibah (2026)	Analisis Tingkat Kepuasan terhadap Program Makan Bergizi Gratis (MBG) dalam Meningkatkan Konsentrasi dan Motivasi Belajar Siswa di SMA Tri Dharma Palembang	Variabel: X1 = kepuasan siswa, X2 = konsentrasi belajar, Y = motivasi belajar. Alat analisis: Statistik Deskriptif dan Korelasi	Metode kuantitatif deskriptif, Kuesioner	Hasil penelitian menunjukkan bahwa program MBG memberikan dampak positif terhadap kepuasan siswa serta berkontribusi dalam meningkatkan konsentrasi dan motivasi belajar. Program ini dinilai mendukung aktivitas pembelajaran melalui pemenuhan kebutuhan gizi siswa di sekolah.
5.	Yulia, Mutmainah, Marnilin, & Mahfudi (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelaksanaan Program MBKM	Variabel: X = Kualitas Layanan; Y = Kepuasan Mahasiswa. Alat analisis: Regresi Linier Berganda	Metode kuantitatif (survei), SPSS	Hasil penelitian <i>Tangibles</i> , <i>reliability</i> , dan <i>responsiveness</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Secara simultan seluruh

NO	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Variabel & Alat Analisis	Metode/Tools	Hasil Penelitian
					dimensi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelaksanaan program.
6.	Suryana & Nugraha (2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Mal Pelayanan Publik Kota Cimahi	Variabel: X = Kualitas Pelayanan; Y = Kepuasan Masyarakat. Alat analisis: Regresi Linier Berganda	Metode kuantitatif (survei), Kuesioner, SPSS	Hasil penelitian seluruh dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiari (2025) memiliki kesamaan dengan penelitian ini karena keduanya menjelajahi hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan. Namun, ada perbedaan dalam objek penelitian, di mana Setiari (2025) berfokus pada sektor bisnis restoran, sementara penelitian ini berorientasi pada Program Makan Bergizi Gratis sebagai pelayanan publik. Kebaharuan penelitian ini terletak pada penerapan konsep kualitas pelayanan dalam konteks program publik yang ditujukan untuk ibu hamil dan anak-anak balita sebagai penerima program.

Penelitian yang dilakukan oleh Malla et al. (2025) memiliki kesamaan dengan penelitian ini karena juga meneliti kualitas pelayanan dan kepuasan dalam konteks Program Makan Bergizi Gratis dengan pendekatan SERVQUAL. Temuan dari penelitian tersebut mengindikasikan bahwa dimensi keandalan, responsif, jaminan, empati, serta aspek fisik berpengaruh terhadap kepuasan penerima program. Namun, penelitian tersebut melibatkan responden dari siswa SMA, sementara penelitian ini terfokus pada ibu hamil dan balita yang menjadi

penerima program. Kebaharuan temuan ini terletak pada penilaian kualitas pelayanan dan kepuasan dalam konteks kesehatan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo, Febriani, dan Trisnani (2026) memiliki kesamaan dengan penelitian ini karena keduanya menyelidiki kepuasan terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis. Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peserta didik merasa cukup puas dengan program Makan Bergizi Gratis. Akan tetapi, penelitian itu hanya mengukur kepuasan tanpa mengeksplorasi dampak kualitas pelayanan sebagai faktor pendorong kepuasan. Kebaharuan dari penelitian ini terletak pada analisis hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan penerima program.

Penelitian yang dilakukan oleh Sabrina, Paramita, dan Labibah (2026) juga memiliki kesamaan dengan penelitian ini karena keduanya meneliti kepuasan terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa program Makan Bergizi Gratis memberikan efek positif pada kepuasan siswa. Namun, penelitian itu mengaitkan kepuasan dengan konsentrasi dan motivasi belajar siswa, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada kualitas pelayanan sebagai variabel yang memengaruhi kepuasan penerima program. Kebaharuan penelitian ini terletak pada fokus yang menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan ibu hamil dan anak balita dalam konteks Program Makan Bergizi Gratis.

Penelitian yang dilakukan oleh Yulia, Mutmainah, Marnilin, dan Mahfudi (2022) memiliki kesamaan dengan penelitian ini karena sama-sama menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penerima pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen kualitas pelayanan yang mencakup keandalan, responsif, jaminan, empati, serta aspek fisik berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan dalam pelaksanaan program. Namun, penelitian tersebut menyasar mahasiswa sebagai peserta Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka, sementara penelitian ini fokus pada penerima Program Makan Bergizi Gratis. Kebaharuan dari penelitian ini terletak pada fokusnya yang mendalami program pemenuhan gizi masyarakat, khususnya bagi ibu hamil dan anak balita yang menjadi sasaran utama program.

Penelitian yang dilakukan oleh Suryana dan Nugraha (2024) juga memiliki kesamaan dengan penelitian ini karena keduanya mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penerima layanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen kualitas pelayanan, keandalan, responsif, jaminan, empati, serta aspek fisik memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Namun, penelitian itu berfokus pada masyarakat yang menggunakan layanan di Mal Pelayanan Publik Kota Cimahi, sedangkan penelitian ini mengambil sampel dari penerima Program Makan Bergizi Gratis. Kebaharuan dari kajian ini terletak pada konteksnya yang menyoroti layanan publik di sektor kesehatan dan gizi masyarakat dengan sasaran ibu hamil dan anak balita.

Dari penjelasan penelitian yang terdahulu sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar temuan menunjukkan kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan penerima pelayanan. Akan tetapi, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya masih memiliki beberapa batasan, baik dalam hal objek penelitian, karakteristik responden, maupun fokus penelitian yang belum secara spesifik menjelajahi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan ibu hamil dan anak balita dalam Program Makan Bergizi Gratis. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekurangan dalam penelitian sebelumnya dengan melakukan pengujian secara empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan ibu hamil dan anak balita sebagai penerima Program Makan Bergizi Gratis. Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi secara teoritis untuk pengembangan penelitian tentang kualitas pelayanan publik serta secara praktis sebagai bahan evaluasi dan perbaikan kualitas pelayanan Program Makan Bergizi Gratis agar lebih mudah memenuhi kebutuhan masyarakat sasaran.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan penerima Program Makan Bergizi Gratis sebagai variabel dependen. Kualitas pelayanan

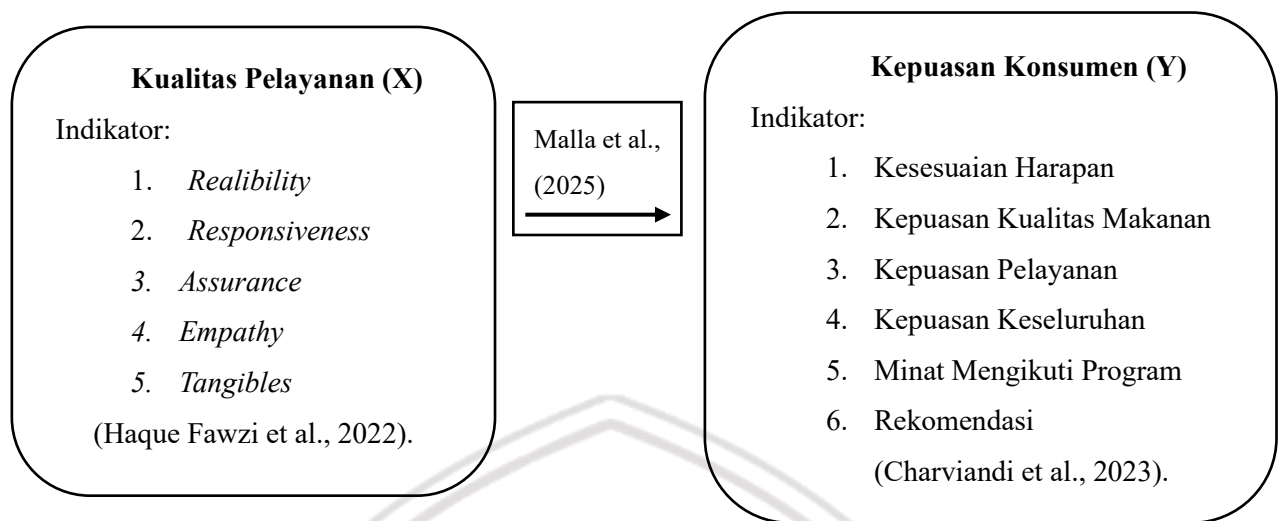
diukur menggunakan lima dimensi, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk kepuasan penerima pelayanan. Penelitian oleh Setiari (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, Malla et al. (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi SERVQUAL berpengaruh terhadap kepuasan dalam pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis. Di sisi lain, Wibowo, Febriani, dan Trisnani (2026) menyatakan bahwa mayoritas penerima program memiliki kepuasan yang cukup tinggi terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis. Penelitian Sabrina, Paramita, dan Labibah (2026) juga menunjukkan bahwa Program Makan Bergizi Gratis memberikan dampak positif terhadap kepuasan penerima program serta mendukung keberhasilan pelaksanaan program.

Dalam penelitian ini, kepuasan diartikan sebagai penilaian dari ibu hamil dan ibu yang memiliki anak balita terhadap pelayanan yang diterima, meliputi ketepatan waktu distribusi, variasi menu, serta respons petugas. Diharapkan bahwa pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan, yang selanjutnya berdampak pada keberlanjutan partisipasi dalam program tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengujian secara empiris hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan, dengan menempatkan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan sebagai variabel dependen dalam Program Makan Bergizi Gratis.

Berdasarkan penjelasan di atas, diagram kerangka berpikir penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Berikut penjelasan alur sebab-akibat dari diagram kerangka berpikir yang sudah dibuat:

1. Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan dalam Program Makan Bergizi Gratis diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Kelima dimensi ini menjadi dasar dalam membentuk persepsi penerima program terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila setiap dimensi dijalankan dengan baik, maka pelayanan akan dinilai lebih profesional, tepat, dan sesuai dengan kebutuhan ibu hamil dan anak balita.

- ***Reliability* (Keandalan):** Ketepatan waktu distribusi dan konsistensi pelayanan akan meningkatkan kepercayaan penerima terhadap program.
- ***Responsiveness* (Daya Tanggap):** Kecepatan dan kesigapan petugas dalam merespons pertanyaan atau keluhan akan membuat penerima merasa diperhatikan.
- ***Assurance* (Jaminan):** Kompetensi dan sikap petugas memberikan rasa aman serta keyakinan terhadap kualitas dan keamanan makanan yang diberikan.
- ***Empathy* (Empati):** Perhatian terhadap kondisi ibu hamil dan anak balita menciptakan hubungan yang lebih personal dan meningkatkan kenyamanan.

- **Tangibles (Bukti Fisik):** Kondisi fisik seperti kebersihan makanan, kemasan, dan sarana distribusi memberikan kesan positif terhadap kualitas pelayanan.

2. Kepuasan Ibu Hamil dan Anak Balita (Y)

Kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan penerima program, yang diukur melalui beberapa indikator, yaitu kesesuaian pelayanan dengan harapan, kepuasan terhadap kualitas makanan, kepuasan terhadap pelayanan petugas, kepuasan secara keseluruhan, minat untuk terus mengikuti program, serta kesediaan untuk merekomendasikan program kepada orang lain.

Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh ibu hamil dan anak balita. Kepuasan ini tidak hanya mencerminkan penilaian terhadap pelayanan yang diterima, tetapi juga mendorong keberlanjutan partisipasi dalam Program Makan Bergizi Gratis.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang diajukan peneliti sebagai jawaban awal terhadap rumusan masalah penelitian dan perlu dibuktikan melalui pengujian data empiris.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H₀ (Hipotesis Nol)

Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan ibu hamil dan anak balita di Kelurahan Sukamaju Kota Bandung.

H_a (Hipotesis Alternatif)

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan ibu hamil dan anak balita di Kelurahan Sukamaju Kota Bandung.