

STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK AYAM GORENG RUMAH MAKAN AYAM GORENG ASLI PRAMBANAN RENON, DENPASAR

*Quality Improvement Strategy for Fried Chicken Products in Original Prambanan Renon
Fried Chicken Restaurant, Denpasar.*

Pandila Diahtaradipa Ganantrya, Amna Hartiati*, Cokorda Anom Bayu Sadyasmara

PS Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit
Jimbaran, Badung, Kode pos : 80361; Telp/Fax : (0361) 701801.

Diterima 09 September 2018 / Disetujui 6 November 2018

ABSTRACT

Consumer satisfaction in a restaurant can be improved through good product quality in accordance with the wishes and needs of consumers. Improving product quality is an important problem for a restaurant because it is beneficial for restaurants and consumers. The purpose of this study are: (1) to know the attributes of fried chicken that are considered important by consumers in the original Prambanan fried chicken restaurant, (2) to measure the level of importance of the quality of fried chicken products, (3) to measure the level of consumer satisfaction with the quality of fried chicken products and (4) knowing the strategy to improve the quality of fried chicken products. This study uses the Quality Function Deployment (QFD) method. The results of this study indicate that there are 11 attributes of product quality that are considered important by consumers with very important criteria. The biggest value of consumer interest is the attribute of fried chicken taste of 3.78. On the value of consumer satisfaction attributes of fried chicken chili variants have the smallest value of 3.08 with the highest IR of 1.30 need to provide and improve the quality of the product on the attributes of the fried chicken chili sauce.

Keywords: *fried chicken, product quality, customer satisfaction, quality function deployment (QFD)*

ABSTRAK

Kepuasan konsumen di suatu rumah makan dapat ditingkatkan melalui kualitas produk yang baik sesuai dengan keinginan dan konsumen. Peningkatan kualitas produk menjadi masalah yang penting bagi suatu rumah makan karena bermanfaat bagi rumah makan dan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) mengetahui atribut ayam goreng yang dianggap penting oleh konsumen di rumah makan ayam goreng asli Prambanan, (2) mengukur tingkat kepentingan terhadap kualitas produk ayam goreng, (3) mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk ayam goreng, dan (4) mengetahui strategi untuk meningkatkan kualitas produk ayam goreng. Penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 11 atribut kualitas produk yang dianggap penting oleh konsumen dengan kriteria sangat penting. Nilai kepentingan konsumen terbesar yaitu atribut cita rasa ayam goreng sebesar 3,78. Pada nilai kepuasan konsumen atribut varian sambal ayam goreng memiliki nilai terkecil sebesar 3,08 dengan IR tertinggi sebesar 1,30

*Korespondensi Penulis:
Email: amnahartiati@unud.ac.id

maka rumah makan perlu memberikan dan meningkatkan kualitas produk pada atribut varian sambal ayam goreng.

Kata kunci: ayam goreng, kualitas produk, kepuasan konsumen, *quality function deployment* (QFD).

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan usaha rumah makan di Bali semakin meningkat. Jumlah unit usaha di sektor industri menengah dan besar di Bali tahun 2011 sampai 2015 terus meningkat dari 1.645 hingga 2.177 (Dinas Pariwisata Bali, 2016). Pertumbuhan jenis usaha rumah makan yang tersebar di Bali memungkinkan tingkat persaingan bisnis kuliner semakin meningkat. Rumah makan perlu melakukan strategi-strategi untuk mengatasi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Sebagai upaya memenangkan persaingan bisnis kuliner, rumah makan harus mengetahui apa yang diinginkan konsumen dan meningkatkan kinerja di rumah makan tersebut seperti kualitas produknya.

Salah satu usaha kuliner yang berkembang di Bali khususnya wilayah Denpasar adalah rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan yang berlokasi di Renon. Rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan merupakan salah satu rumah makan yang menjual ayam goreng kremes yang sudah berdiri selama 21 tahun. Beberapa pesaing dari rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan adalah rumah makan Ayam Kalasan, Ayam Goreng Trinita, Ayam Goreng Ibu Sunu. Rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan telah berusaha bersaing dengan para pesaingnya, salah satu cara yang dilakukan oleh rumah makan ini adalah memberikan cita rasa produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau. Dari wawancara dengan pihak rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan, diperoleh informasi bahwa tingkat penjualan semakin menurun selama lima tahun terakhir sebesar 24%. Rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan perlu melakukan upaya perbaikan kualitas produk. Rumah makan ini perlu

memahami dan mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen saat ini agar dapat menentukan strategi perbaikannya.

Peningkatan kualitas produk di rumah makan ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD merupakan suatu metode terstruktur untuk merencanakan serta mengembangkan yang memungkinkan tim pengembangan untuk mengklasifikasikan keinginan dan kebutuhan konsumen, serta mengevaluasi masing-masing kegunaan kemampuan produk atau jasa secara sistematis dalam memenuhi kebutuhan konsumen (Cohen, 1995). Fokus utama metode QFD adalah melibatkan konsumen pada proses pengembangan produk sedini mungkin (Tutuhatunewa, 2010).

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut ayam goreng yang dianggap penting oleh konsumen di rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan, mengukur tingkat kepentingan terhadap kualitas produk ayam goreng, mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk ayam goreng di rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan, dan mengetahui strategi untuk meningkatkan kualitas produk ayam goreng. Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pengusaha rumah makan ayam goreng dalam rangka mengidentifikasi dan mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, menentukan atribut-atribut yang perlu mendapatkan prioritas dari produk di rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan, dan strategi peningkatan kualitas produk ayam goreng.

METODE PENELITIAN

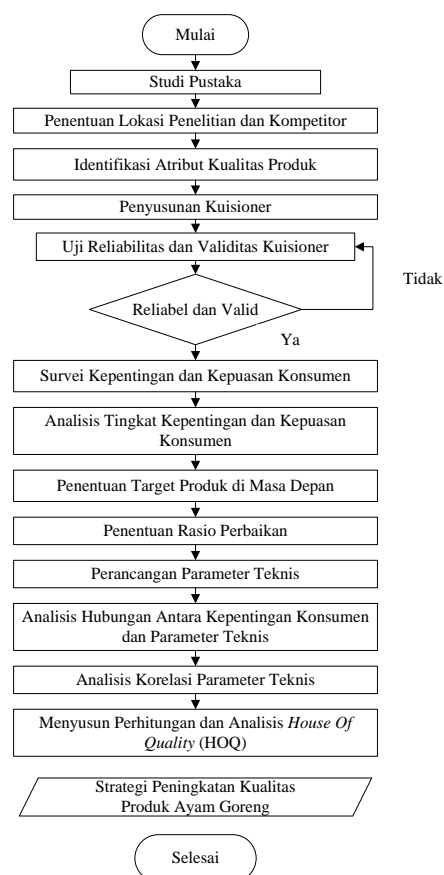
Penelitian ini dilaksanakan di rumah

makan Ayam Goreng Asli Prambanan, yang beralamat di Jalan Cok Agung Tresna No. 6 T Renon, Kabupaten Denpasar, Bali. Penelitian ini dilakukan selama satu bulan yaitu pada bulan Juni 2018 hingga Juli 2018. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan rumah makan ini merupakan rumah makan ayam goreng kremes yang sedang terus melakukan pengembangan dan perbaikan kualitas produk untuk mempertahankan royalitas konsumennya. Kompetitor terpilih adalah dua rumah makan yang memiliki produk ayam goreng sejenis dengan rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan. Uji reliabilitas dan uji validitas kuisisioner dilakukan di rumah makan Ayam Kremes Cak Iwan dengan mengambil sebanyak 30 sampel responden. Jumlah responden yang dipilih sudah sesuai dengan standar statistik bahwa jumlah sampel minimum adalah lebih besar dari atau sama dengan 30 ($n \geq 30$) (Kerlinger dan Lee, 2000). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dari penelitian ini sendiri diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik Rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan, serta melalui kuisisioner yang diberikan kepada responden. Responden yang dipilih pada penelitian ini berdasarkan populasi konsumen satu bulan terakhir di rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan, yang berjumlah sekitar 3300 orang. Banyak sampel yang diambil adalah 97 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan metode slovin, dengan tingkat kritis sebesar 10% (Sevilla, 1993). Data sekunder diperoleh dari data-data perusahaan dan studi pustaka penelitian-penelitian terdahulu dengan topik penelitian yang berkaitan. Tahapan penelitian dilakukan dengan cara survey, wawancara, penyebaran kuisisioner, dan pengolahan data. Tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Produk yang Dievaluasi

Penentuan produk yang akan dievaluasi dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan diskusi dengan pemilik rumah makan. produk ayam goreng dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa produk ini yang paling banyak dipesan oleh konsumen sehingga perlu dilakukan peningkatan kualitas produknya agar dapat bersaing dengan produk ayam goreng rumah makan lainnya.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

Identifikasi Atribut Kualitas Produk

Identifikasi atribut kualitas produk ayam goreng dilakukan melalui diskusi dan wawancara dengan pihak manajemen serta didukung dengan studi pustaka penelitian terdahulu. Penentuan atribut kualitas produk ayam goreng berdasarkan pendekatan bauran pemasaran 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*)

namun dipersempit lagi menjadi produk (*product*) dan harga (*price*) hal ini karena berfokus pada peningkatan kualitas produk ayam goreng.

Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

Hasil uji reliabilitas kuesioner kepentingan produk ayam goreng didapatkan koefisien alpha (α) sebesar 0,939 sehingga bisa dikatakan item pertanyaan pada kuesioner reliabel karena memiliki koefisien alpha (α) lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2005). Untuk koefisien alpha (α) kuesioner kepuasan produk ayam goreng didapatkan sebesar 0,907 sehingga bisa dikatakan item pertanyaan pada kuesioner reliabel karena memiliki koefisien alpha (α) lebih besar dari 0,60.

Hasil uji validitas kuesioner untuk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan produk, didapatkan hasil bahwa nilai r dari

setiap pertanyaan pada kuesioner menunjukkan nilai di atas nilai r tabel ($\alpha = 0,05$) sebesar 0,361. Hal ini berarti setiap pernyataan yang terdapat pada kuesioner dianggap valid untuk digunakan (Kerlinger dan Lee, 2000).

Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Ayam Goreng Asli Prambanan

Rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan dapat memenuhi kepuasan konsumen dengan mengetahui dan memenuhi kebutuhan konsumennya. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dapat dilakukan dengan cara mengetahui atribut yang dianggap penting atau tidak penting oleh konsumen. Nilai dan tingkat kepentingan kualitas produk ayam goreng dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai dan Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Ayam Goreng Prambanan.

No	Atribut	Nilai Kepentingan	Tingkat Kepentingan	Kriteria
1	Cita rasa ayam goreng	3,78	91,75	Sangat penting
2	Bumbu ayam goreng yang meresap	3,58	86,75	Sangat penting
3	Tingkat kematangan ayam goreng	3,42	83,00	Sangat penting
4	Cita rasa sambal ayam goreng	3,71	90,00	Sangat penting
5	Varian sambal ayam goreng	3,36	81,50	Sangat penting
6	Tekstur kremes	3,66	88,75	Sangat penting
7	Cita rasa kremes	3,60	87,25	Sangat penting
8	Tampilan ayam goreng	3,38	82,00	Sangat penting
9	Penyajian ayam goreng	3,26	79,00	Sangat penting
10	Porsi ayam goreng	3,43	83,25	Sangat penting
11	Harga ayam goreng	3,72	90,25	Sangat penting

Data pada Tabel 1. menunjukkan bahwa sebelas atribut kepentingan konsumen sangat penting bagi konsumen. Nilai kepentingan tertinggi yaitu atribut cita rasa ayam goreng sebesar 91,75, sedangkan atribut dengan nilai kepentingan terendah yaitu penyajian ayam goreng sebesar 79,00. Hal ini berarti rumah makan perlu meningkatkan kualitas produk ayam goreng berdasarkan urutan prioritas nilai

kepentingan dan tingkat kepentingan untuk memenuhi kepuasan konsumen Tabel 1.

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Ayam Goreng Asli Prambanan

Analisis tingkat kepuasan konsumen ayam goreng asli Prambanan adalah penilaian konsumen terhadap kualitas produk ayam goreng asli Prambanan sesuai dengan

kenyataan yang diterima oleh konsumen. Dengan menganalisa tingkat kepuasan konsumen, pihak rumah makan dapat mengetahui atribut apa saja yang dirasa kurang oleh konsumen. Nilai kepuasan dan tingkat kepuasan kualitas produk ayam goreng asli Prambanan dapat dilihat pada Tabel 2.

Data Tabel 2. menunjukkan nilai kepuasan konsumen tertinggi yaitu atribut tekstur kremes sebesar 93,00. Sedangkan

nilai kepuasan konsumen terendah adalah atribut varian sambal ayam goreng dengan nilai sebesar 74,75. Hal ini berarti atribut varian sambal ayam goreng di rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan perlu di tingkatkan demi memenuhi kepuasan konsumen. sedangkan perbandingan nilai kepuasan rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan dengan kompetitor I dan kompetitor II dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 2. Nilai dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Ayam Goreng Asli Prambanan.

No	Atribut	Nilai Kepuasan	Tingkat Kepuasan	Kriteria
1	Cita rasa ayam goreng	3,14	76,25	Puas
2	Bumbu ayam goreng yang meresap	3,55	86,00	Sangat Puas
3	Tingkat kematangan ayam goreng	3,18	77,00	Puas
4	Cita rasa sambal ayam goreng	3,76	91,25	Sangat Puas
5	Varian sambal ayam goreng	3,08	74,75	Puas
6	Tekstur kremes	3,84	93,00	Sangat Puas
7	Cita rasa kremes	3,78	91,75	Sangat Puas
8	Tampilan ayam goreng	3,18	77,00	Puas
9	Penyajian ayam goreng	3,15	76,50	Puas
10	Porsi ayam goreng	3,22	78,00	Puas
11	Harga ayam goreng	3,20	77,50	Puas

Terdapat selisih nilai kepuasan konsumen pada masing-masing rumah makan, pada tabel di atas terlihat rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan memiliki nilai kepuasan tertinggi dari seluruh

atribut kepentingan, walaupun demikian rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan harus tetap meningkatkan kualitas produknya demi memenuhi kepentingan dan kepuasan konsumennya.

Tabel 3. Nilai Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Asli Prambanan dan Kompetitor

No	Atribut	Nilai Kepuasan Konsumen		
		Ayam Prambanan	Kompetitor I	Kompetitor II
1	Cita rasa ayam goreng	3,14	3,05	2,90
2	Bumbu ayam goreng yang meresap	3,55	3,11	2,76
3	Tingkat kematangan ayam goreng	3,18	3,01	2,73
4	Cita rasa sambal ayam goreng	3,76	3,15	2,68
5	Varian sambal ayam goreng	3,08	3,05	2,91
6	Tekstur kremes	3,84	3,10	2,91
7	Cita rasa kremes	3,78	3,08	2,98
8	Tampilan ayam goreng	3,18	3,02	2,62
9	Penyajian ayam goreng	3,15	3,00	2,69
10	Porsi ayam goreng	3,22	3,02	3,01
11	Harga ayam goreng	3,20	2,93	2,64

Target Produk Untuk Masa Yang Akan Datang

Target kualitas produk ayam goreng Prambanan untuk masa yang akan datang dapat ditentukan dengan mempertimbangkan

kondisi rumah makan saat ini. Target kualitas produk ayam goreng Prambanan dilakukan melalui wawancara dan diskusi dengan pihak manajemen rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan. Target produk ayam goreng

Prambanan di masa yang akan datang ditentukan dengan menggunakan skala likert 4 angka seperti kuisisioner penilaian kompetitif konsumen. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Mulyatiningsih, 2012). Skala Likert adalah teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran (Rangkuti, 2002). Nilai dari target akan menjadi acuan bagi rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas produknya. Rumah makan telah menentukan bahwa nilai yang paling diharapkan untuk target kualitas

produk adalah 4 (sangat puas).

Hasil Rasio Perbaikan Kualitas

Hasil dari rasio perbaikan kualitas dapat memberi informasi kepada rumah makan atribut apa saja yang perlu mendapat prioritas perbaikan. Semakin rendah nilai kepuasan konsumen terhadap suatu atribut, maka semakin tinggi nilai rasio perbaikan atribut tersebut. Atribut yang memiliki rasio perbaikan paling tinggi perlu mendapat penanganan dan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki dan ditingkatkan kualitasnya. Nilai rasio perbaikan produk ayam goreng Prambanan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rasio Perbaikan Produk Ayam Goreng Prambanan

No	Atribut kepentingan	Kondisi saat ini	Target	IR	Prioritas
1	Cita rasa ayam goreng	3,14	4	1,27	2
2	Bumbu ayam goreng yang meresap	3,55	4	1,13	8
3	Tingkat kematangan ayam goreng	3,18	4	1,26	4
4	Cita rasa sambal ayam goreng	3,76	4	1,06	9
5	Varian sambal ayam goreng	3,08	4	1,30	1
6	Tekstur kremes	3,84	4	1,04	11
7	Rasa kremes	3,78	4	1,06	10
8	Tampilan ayam goreng	3,18	4	1,26	5
9	Penyajian ayam goreng	3,15	4	1,27	3
10	Porsi ayam goreng	3,22	4	1,24	7
11	Harga ayam goreng	3,20	4	1,25	6

Berdasarkan Tabel. 4 diketahui bahwa semua atribut memiliki nilai rasio perbaikan lebih dari 1. Hal ini menandakan rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan belum mencapai target maksimal dalam kepuasan konsumen terhadap produk ayam goreng yang dihasilkan, maka dari itu rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan membutuhkan perbaikan pada seluruh atribut. Hasil perhitungan menunjukkan tingkat nilai rasio perbaikan paling tinggi yaitu atribut varian sambal ayam goreng dengan nilai sebesar 1,30 sehingga atribut ini menjadi prioritas utama perbaikan dari rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan.

Perancangan Parameter Teknis

Parameter teknis merupakan wujud penterjemah dari keinginan atau kebutuhan

konsumen. Dari keinginan atau kebutuhan konsumen tersebut kemudian diterjemahkan kedalam Bahasa Teknik yang dapat diukur untuk menentukan target yang akan dicapai dan untuk menentukan apakah akan dinaikkan atau diturunkan (Irawan dan Iqsan, 2012). Rancangan parameter teknis di rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan disusun berdasarkan wawancara dan diskusi dengan pihak manajemen Rumah Makan serta observasi langsung ke rumah makan. Diperoleh 17 parameter teknis yang dikembangkan dari proses pembuatan ayam goreng, proses pembuatan sambal, dan proses pembuatan kremes di rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan

Analisis Hubungan Antara Kepentingan Konsumen Dengan Parameter Teknis

(Matriks Korelasi)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parameter teknis terhadap atribut kepentingan konsumen. Matriks korelasi mengaitkan bentuk hubungan Technical Response (HOWs) dengan kepentingan konsumen atau Voice of Customers (WHATs) (Marimin, 2004). Matriks ini merupakan bagian tengah dari matriks HOQ. Penilaian dilakukan berdasarkan diskusi dengan pihak rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan. Hubungan yang terjadi didalam analisis hubungan antara kepentingan konsumen dan parameter teknis diberi tanda (□) untuk hubungan kuat dengan nilai 9 (○) untuk hubungan sedang dengan nilai 3, (△) untuk hubungan lemah dengan nilai 1, dan bahkan tidak ada hubungan.

Analisis Korelasi Antar Parameter Teknis (Matriks Trade Off)

Analisis korelasi antara parameter teknis dilakukan untuk mengetahui hubungan antara parameter teknis, sehingga diketahui parameter mana yang saling berhubungan dan saling bertentangan satu sama lain serta mengetahui seberapa besar pengaruhnya satu sama lain. *Matriks Trade Off* menjadi bagian atap rumah kualitas (HOQ). Penilaian pada *Matriks Trade Off* berdasarkan diskusi

dengan pihak rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan. Hubungan yang terjadi pada *Matriks Trade Off* diberi tanda (++) untuk hubungan kuat, (+) untuk hubungan sedang, dan (-) untuk hubungan lemah.

Analisis dan Perhitungan House Of Quality (HOQ)

House Of Quality (HOQ) digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen, hasil riset pasar, dan *benchmarking* data ke sejumlah target prioritas (Suprihatini, 2009). *House Of Quality* disusun dari gabungan tingkat kepentingan konsumen, tingkat kepuasan konsumen, target perusahaan, parameter teknis, matrik interaksi, matrik *trade off*, nilai tingkat kepentingan teknis, dan nilai tingkat kepentingan teknis relatif yang dapat dilihat dalam satu matriks yaitu *House Of Quality*, dapat dilihat pada Gambar 2. Menghitung nilai tingkat kepentingan teknis dilakukan dengan menjumlah hasil perkalian nilai kepentingan dengan nilai matriks interaksi (hubungan antara kepentingan konsumen dengan parameter teknis). Nilai tingkat kepentingan teknis dapat dijadikan acuan untuk menentukan parameter teknis mana yang menjadi prioritas dalam meningkatkan kualitas jasa atau yang paling berpengaruh terhadap atribut yang ada (Yuarini, 2014).

NO	Atribut Kepentingan	Nilai kepentingan	PARAMETER TEKNIS													Ayam Goreng Asli Prambanan																
			Perencanaan ayam segar	Pencucian ayam	Perebusan ayam dengan bumbu	Pengaliran bumbu di goreng	Pengaliran bumbu di goreng	Pencetakan bahan bumbu sambal	Pengaliran bumbu sambal	Pengaliran bumbu sambal	Pengaliran bumbu sambal	Pengaliran bumbu sambal	Pengaliran bumbu sambal	Pengaliran bumbu sambal	Pengaliran bumbu sambal	Pengaliran bumbu sambal	kompetitor I	kompetitor II	Target	Rasio Perubahan												
1	Cita rasa ayam goreng	3,78	○	-	□	△	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,14	3,05	2,9	4	1,27								
2	Bumbu ayam goreng yang meresap	3,58	-	-	□	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,55	3,11	2,76	4	1,13			
3	Tingkat kematangan ayam goreng	3,42	-	-	□	□	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,18	3,01	2,73	4	1,26		
4	Cita rasa sambal ayam goreng	3,71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,76	3,15	2,68	4	1,06		
5	Varian sambal ayam goreng	3,36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,08	3,05	2,91	4	1,30		
6	Tekstur kremes	3,66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,84	3,1	2,91	4	1,04		
7	Rasa kremes	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,78	3,08	2,98	4	1,06		
8	Tampilan ayam goreng	3,38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,18	3,02	2,62	4	1,26		
9	Pewajahan ayam goreng	3,26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,15	3	2,69	4	1,27		
10	Porsi ayam goreng	3,43	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,22	3,02	3,01	4	1,24		
11	Harga ayam goreng	3,72	□	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,2	2,93	2,64	4	1,25	
nilai tingkat kepentingan teknis			55,1		97	14,5	127	66,9	33,4	33,4	33,4	33,4	33,5	65,3	65,3	76,5	65,3															
nilai tingkat kepentingan teknis relatif			6%		11%	2%	15%	8%	4%	4%	4%	4%	4%	8%	8%	8%	9%	8%														

Gambar 2. House Of Quality (HOQ) Kualitas Produk Ayam Goreng Asli Prambanan

Pada perhitungan nilai tingkat kepentingan teknis *House Of Quality* parameter teknis penggorengan ayam memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 127 (15%) hal ini dikarenakan pada matriks korelasi antara atribut kepentingan konsumen dengan parameter teknis penggorengan ayam mempengaruhi banyak atribut seperti cita rasa ayam goreng, bumbu ayam goreng yang meresap, tingkat kematangan ayam goreng, tampilan ayam goreng serta sangat berpengaruh terhadap hasil akhir produk ayam goreng sebab jika dalam proses penggorengannya ayam goreng tidak baik maka hasil akhir ayam goreng pun tidak akan baik. Sedangkan pada kondisi saat ini atribut varian sambal ayam goreng memiliki nilai rasio perbaikan tertinggi yaitu 1,30. Hal ini menunjukkan atribut varian sambal ayam goreng dan proses penggorengan ayam menjadi prioritas utama yang harus diperbaiki dan diperhatikan oleh rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Terdapat 11 atribut kepentingan konsumen di rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan yaitu: cita rasa ayam goreng, bumbu ayam goreng yang meresap, tingkat kematangan ayam goreng, cita rasa sambal ayam goreng, varian sambal ayam goreng, tekstur kremes, cita rasa kremes, tampilan ayam goreng, penyajian ayam goreng, porsi ayam goreng, dan harga ayam goreng
2. Tingkat kepentingan pelanggan terhadap produk ayam goreng rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan dengan nilai terbesar adalah atribut cita rasa ayam

goreng (91,75) dan tingkat kepentingan dengan nilai terkecil yaitu atribut penyajian ayam goreng (79,00).

3. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk ayam goreng rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan dengan nilai terbesar adalah atribut tekstur kremes (93,00). Dan tingkat kepuasan pelanggan dengan nilai terkecil yaitu atribut varian sambal ayam goreng (74,75).
4. Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk ayam goreng di rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen berdasarkan *House of Quality* adalah memprioritaskan serta meningkatkan perbaikan atribut varian sambal ayam goreng dan rumah makan perlu memperhatikan proses penggorengan ayam.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Rumah makan Ayam Goreng Asli Prambanan perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas produknya dalam hal membuat inovasi baru dalam menu sambal ayam gorengnya agar lebih menarik dan diminati oleh para konsumen, serta memperhatikan hal-hal apa saja yang penting dalam proses penggorengan ayam goreng seperti suhu yang tepat yakni antara 150°C hingga 190°C, tidak menggunakan minyak berulang, menggunakan tisu dapur untuk meniriskan minyak agar kelebihan minyak tidak melekat dan tidak meresap ke dalam ayam goreng, dapat menggunakan sistem *deep fat frying* yaitu menggoreng ayam goreng dengan minyak dalam jumlah yang banyak sampai produk tersebut terendam seluruhnya, juga dapat menggunakan

sistem *pat fried* yaitu dengan mengoleskan sedikit minyak ke permukaan penggorengan, teknik ini dapat mengolah ayam lebih sehat karena menggunakan sedikit minyak sehingga minyak tidak banyak di serap oleh ayam (Sahin dan Sumnu, 2009).

2. Rumah makan ayam goreng harus dapat mempertahankan kinerja rumah makan yang sudah baik saat ini. Selain itu, pada setiap bulan selalu dilakukan evaluasi untuk mengetahui target yang telah dicapai atau kekurangan dari kualitas produk ayam goreng.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, L. 1995. *Quality Function Deployment: How Make QFD Work For You*. Engineering Process Improvement Series, Addison Wesley Publishing Company, Massachusetts.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2016. *Jumlah Usaha Restoran Dan Rumah Makan di Provinsi Bali Tahun 2011-2015*. Bali.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kerlinger, F. N. dan H. B. Lee. 2000. *Foundation of Behavioral Research* (edisi terjemahan). Hartcourt College Publisher, New York.
- Marimin. 2004. *Teknik Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Widi Sarana, Jakarta.
- Mulyatiningsih, E. 2012. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. CV.Alfabeta, Bandung.
- Irawan, A. dan M.N. Iqsan. 2012. *Analisa Kualitas Pelayanan Rumah Makan Mahkota Dengan Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. *Jurnal Ilmiah dan Teknologi*, 8 (20) : 34 – 55.
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sahin, S. & S. G.Sumnu. 2009. *Advances in Deep-Fat Frying of Foods*. CRC Press, New York.
- Sevilla, C. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Suprihatini, R. 2009. *Application of Quality Function Deployment in Orthodox Black Tea Industry in Indonesia*. *Indonesia Journal Agriculture*, 2 (1) : 28 – 34.
- Tutuhatunewa, A. 2010. *Aplikasi Metode Quality Function Deployment Dalam Pengembangan Produk Air Minum Kemasan*. *Arika*, 4 (1) : 12-19.
- Yuarini, A. 2014. *Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar Organik Di CV Golden Leaf Farm Bali*. Tesis (tidak dipublikasikan). Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana.