

PENINGKATAN KUALITAS PRODUK DENGAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) PADA RESTORAN CEPAT SAJI DI SAMARINDA

by Musdalifah Aziz

Submission date: 16-Feb-2023 03:44PM (UTC+0700)

Submission ID: 2015552051

File name: JURNAL_Pengabdian_2023.docx (217.07K)

Word count: 4064

Character count: 24885

14
**PENINGKATAN KUALITAS PRODUK DENGAN METODE
QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) PADA RESTORAN
CEPAT SAJI DI SAMARINDA**

Marisca Tirza¹, Musdalifah Azis²

Faculty Economic and Business, Universitas Mulawarman¹

Faculty Economic and Business, Universitas Mulawarman²

Email: musdalifah.azis@feb.unmul.ac.id

9
(Diajukan: xx xxxx 2022, Direvisi: xx xxxx 2022, Diterima: xx xxxx 2022)

ABSTRAK

5
Penelitian ini untuk mengetahui persyaratan yang dibutuhkan KFC untuk meningkatkan kualitas produk dengan metode *Quality Function Deployment*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan 116 responden dan proses analisis menggunakan *House Of Quality* dengan membandingkan outlet KFC yang satu dengan lainnya. Hasil yang didapatkan dari masing-masing outlet memiliki sedikit selisih karena masih dengan produk yang sama. Namun ada tiga atribut yang menduduki poin teratas yaitu, tingkat kematangan ayam, jaminan produk (halal/higienis), dan rasa ayam. Tiga atribut ini yang menjadi perhatian khusus untuk KFC dan perlu ditingkatkan lagi kualitasnya.

Kata kunci: Kualitas produk, rumah mutu.

3
ABSTRACT

This research is to find out the requirements needed by KFC to improve product quality with the Quality Function Deployment method. Data collection used a questionnaire with 116 respondents and the analysis process used the House of Quality by comparing one KFC outlet with another. The results obtained from each outlet have a slight difference because they are still with the same product. However, there are three attributes that occupy the top points, namely, the maturity level of the chicken, product guarantee (halal/hygienic), and the taste of the chicken. These three attributes are of particular concern to KFC and need to be further improved in quality.

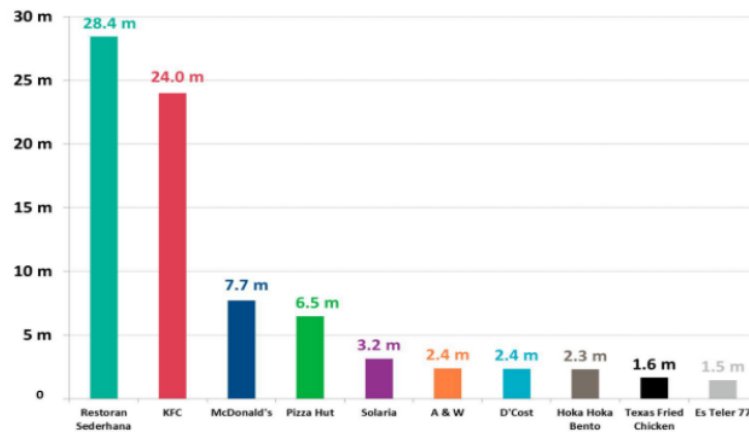
Keywords: Product quality, House Of Quality

PENDAHULUAN

Restoran cepat saji menjadi salah satu pilihan masyarakat Indonesia. Selain instan, tidak memakan waktu yang lama, restoran cepat saji mayoritas juga didukung dengan pelayanan yang modern, mulai dari cara pemesanan yang bisa dilakukan secara *daring*, beberapa restoran cepat saji juga memiliki aplikasi yang dapat diinstal di *smartphone* sehingga mendukung para konsumen agar dapat menikmati produk yang diberikan oleh Restoran tersebut.

Menurut data pada Gambar 1. dapat dilihat bahwa konsumen terbesar dari rumah makan sederhana adalah *Kentucky Fried Chicken* (KFC) memiliki jumlah pengunjung 24 juta orang. KFC menjadi restoran cepat saji dengan jumlah pengunjung terbanyak dibandingkan restoran cepat saji sejenisnya, seperti *McDonald's*, *Pizza Hut*, *A&W*, dan sebagainya. Sebagai restoran cepat saji dengan jumlah pengunjung terbanyak, KFC biasanya memiliki lebih dari 1 (satu) cabang pada setiap kota-kota besar. Seperti halnya KFC di Samarinda memiliki 5 cabang sekaligus, yaitu KFC Mulawarman, KFC Samarinda Central Plaza (SCP), KFC Lembuswana. KFC Big Mall Samarinda dan KFC Drive Thru (Hasan Basri).

Berikut ini adalah gambar diagram batang yang menunjukkan 10 (sepuluh) restoran terbaik dan gerai makanan cepat saji di Indonesia yang sering dikunjungi, baik itu makan di tempat (*dine in*), dibawa pulang (*take away*) atau diantar ke rumah (*delivery*) rata-rata dalam 6 (enam) bulan - 12 bulan hingga Maret 2018.



Gambar 1. Gerai Makanan Cepat Saji Yang Sering Dikunjungi

Untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen yang ada, KFC perlu melakukan evaluasi terhadap konsumen agar dapat mengukur, menilai, serta menafsirkan sikap mereka terhadap produk yang disajikan, baik itu dari bentuk, tekstur, warna, hingga rasa khususnya ayam goreng tepung produk mereka.

Rumusan Masalah

3 Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka perumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana persyaratan kualitas produk di KFC yang diinginkan konsumen?

2. Bagaimana penerapan metode QFD dalam meningkatkan kualitas produk di KFC?
3. Apa saja faktor yang mempengaruhi dalam penyusunan matriks HOQ sebagai alat analisis metode QFD untuk upaya meningkatkan kualitas produk di KFC?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi persyaratan kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen.
2. Mengetahui bentuk penerapan dari matriks QFD untuk mengupayakan peningkatan kualitas produk.
3. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penyusunan matriks *House Of Quality* sebagai salah satu alat analisis metode QFD dalam upaya peningkatan kualitas produk.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi produsen: penelitian ini sebagai bahan masukan bagi KFC dalam peningkatan kualitas produk dan layanan agar dapat memenuhi harapan konsumen.
2. Bagi kalangan akademis: diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan dalam pengembangan teori yang ada dan menambah wawasan juga pengalaman kepada mahasiswa.
3. Bagi penulis: menjadi pembelajaran dalam mempraktikkan ilmu yang didapatkan selama proses perkuliahan ke dunia nyata.

METODE PENELITIAN

Sampel dan Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang mengkonsumsi KFC minimal 3 kali dalam 2 bulan di Outlet yang berbeda di cabang KFC Hasan Basri, KFC Lembuswana dan KFC Samarinda Central Plaza. Sampel yang digunakan adalah seluruh pelanggan KFC di Samarinda dengan persyaratan rentang usia 15 - 28 tahun. Sampel merupakan isi atau bagian yang diambil dari populasi (Sekaran, 2011: 266). Kajian ini menggunakan 116 sampel.

Tabel 1. Kriteria Responden Pelanggan KEC

Deskripsi	Frekuensi	Persentase
Jumlah Sampel	116	100%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	43	37,1
Perempuan	73	62,9
Usia		
15-20 Tahun	23	19,8
21-25 Tahun	88	75,9
26-28 Tahun	5	4,3
Universitas/Sekolah		
Universitas Mulawarman	69	59,5
Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda	7	6
Universitas Widyagama Samarinda	6	5,2
UMKT	4	3,4
Politeknik Negeri Samarinda	6	5,2
STIMIK WICIDA	2	1,7
SMKN 1 Samarinda	3	2,6
Lainnya	19	16,4

Pengolahan Data

Alat analisis data menggunakan matrik-matrik sesuai kebutuhan rumah mutu (*house of quality*). Sesuai dengan yang sudah dijelaskan pada Bab II, analisis dimulai dengan matrik pertama hingga akhir. Dari masing-masing matriks akan menghasilkan detail kualitas produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

Kebutuhan konsumen: Bagaimana persyaratan produk yang dikehendaki pelanggan. Pada penelitian ini, konsumennya adalah anak-anak muda di Samarinda. Secara kualitatif akan terlihat keinginan dan kebutuhan konsumen melalui kuesioner yang sudah diisi.

Planning Matriks (Matrik Perencanaan): Pada tahap ini, setelah mengetahui tingkat kepentingan produk bagi konsumen, tingkat kepuasan konsumen terhadap ayam goreng tepung, tingkat kepuasan konsumen terhadap pesaing, maka akan dibuat perencanaan yang strategis yang sebanding dengan kebutuhan konsumen.

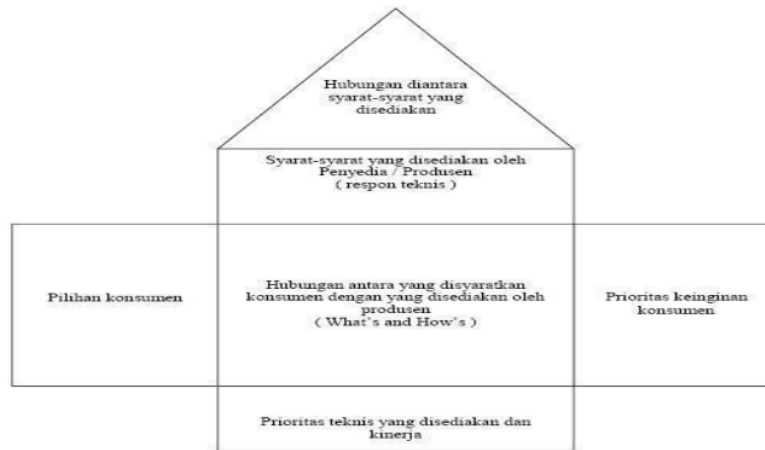
Respon Teknis: Respon teknis dilakukan oleh pihak perusahaan. Dengan data yang sudah terkumpul, maka perusahaan akan melakukan beberapa inovasi ataupun perubahan untuk merespon sesuai dengan keinginan konsumen.

Menentukan Hubungan Respon Teknis dengan Kebutuhan Konsumen: Tahap ini akan membuktikan bagaimana matrik 3 dapat mempengaruhi matrik 1.

Korelasi Teknis: Pada tahap ini akan terlihat bagaimana dampak dari perubahan proses yang sudah dilakukan, apakah ada kerugian atau keuntungan yang disebabkan peningkatan kualitas.

Benchmarking dan Penetapan Target: Pada tahap ini akan memperlihatkan bagaimana umpan balik dari konsumen terhadap peningkatan yang dilakukan.

Hubungan antar matrik tersaji pada gambar berikut ini.



Gambar 2. House Of Quality

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebutuhan/Harapan Konsumen (Customer Needs)

Melalui hasil kuesioner yang didapatkan, atribut ayam goreng tepung KFC berdasarkan tingkat kepentingan yang diharapkan oleh pelanggan KFC yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Tingkat Kepentingan Atribut Ayam KFC

No	Atribut Ayam KFC	Tingkat Kepentingan	Ranking
1	Rasa Ayam	4,72	8
2	Warna Ayam	4,27	2
3	Tekstur Ayam	4,55	6
4	Tingkat Kematangan Ayam	4,84	10
5	Ukuran Ayam (besar/kecil)	4,44	4
6	Jaminan Produk (Halal/Higienis)	4,73	9
7	Konsistensi Rasa Ayam	4,65	7
8	Inovasi Menu	4,02	1
9	Ketersediaan Menu	4,39	3

10	Kesesuaian Gambar dengan Tampilan Asli Produk	4,47	5
JUMLAH TOTAL		45,08	

Berdasarkan **Tabel 2.** tingkat kepentingan diatas, dapat diketahui atribut apa saja yang dapat mempengaruhi minat pembelian terhadap produk ayam KFC. Tingkat kepentingan atribut merupakan suatu gambaran terhadap apa yang dibutuhkan / diharapkan oleh konsumen dengan penilaian 1 = Sangat Tidak Penting, 5 = Netral, 10 = Sangat Penting.

Tingkat kematangan ayam mendapatkan nilai tertinggi yang berarti atribut terpenting bagi konsumen. Disusul dengan jaminan produk (halal / higienis). Sebagai negara yang mayoritas warganya beragama Muslim, jaminan Halal suatu produk juga merupakan salah satu pertimbangan penting pada keputusan pembelian konsumen.

Matriks Perencanaan (Planning Matriks)

Tingkat Kepuasan Konsumen

Tabel 3. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Ayam KFC

No	Atribut Ayam KFC	KFC Hasan Basri	KFC Lembuswana	KFC Samarinda Central Plaza
1	Rasa Ayam	4,44	4,34	4,39
2	Warna Ayam	4,28	4,25	4,26
3	Tekstur Ayam	4,37	4,19	4,25
4	Tingkat Kematangan Ayam	4,45	4,34	4,29
5	Ukuran Ayam (besar/kecil)	4,15	4,03	4,16
6	Jaminan Produk (Halal/Higienis)	4,50	4,40	4,44
7	Konsistensi Rasa Ayam	4,17	4,18	4,19
8	Inovasi Menu	3,93	3,93	3,98
9	Ketersediaan Menu	4,02	3,97	3,97
10	Kesesuaian Gambar dengan Tampilan Asli Produk	4,01	4,04	3,97
JUMLAH TOTAL		42,32	41,67	41,90

20

Berdasarkan pada Tabel 3. dapat disimpulkan bahwa dari 3 outlet KCF yang diteliti, KFC cabang Hasan Basri memiliki nilai kepuasan konsumen lebih unggul dari 2 outlet lainnya. Walaupun terbilang selisihnya hanya beberapa point, tapi ini membuktikan adanya

perbedaan dari masing-masing outlet. Contoh, poin tertinggi untuk ukuran ayam (besar/kecil) diraih oleh outlet KFC Cabang Samarinda Central Plaza (SCP).

Akan tetapi, walaupun KFC cabang Hasan Basri lebih unggul dari outlet lainnya, dari Tabel 3. dapat diperhatikan bahwa KFC Hasan Basri juga masih memiliki beberapa atribut produk ayam yang memiliki nilai lebih rendah dari cabang KFC lainnya.

- **Ukuran ayam** – KFC Hasan Basri memiliki 0.01 lebih rendah dari KFC cabang SCP. Perbedaan 0.01 dari sisi tempat (outlet), mungkin tidak terlalu signifikan dalam mempengaruhi minat pembelian oleh pelanggan setia KFC untuk makan di cabang mana saja. Akan tetapi target atau harapan pelanggan KFC terhadap ukuran ayam selisih 0.29 (lihat pada Tabel 4.8).
- **Konsistensi rasa ayam** – KFC Hasan Basri juga memiliki selisih 0.02 dari cabang SCP dan selisih 0.01 untuk cabang Mall Lembuswana. Dengan perbedaan dari ke-3 outlet, penilaian dari responden berbeda-beda untuk atribut ini, jika KFC bisa mempertahankan konsistensi rasa ayam, seharusnya bisa memiliki nilai yang seimbang dari masing-masing outlet.
- **Inovasi menu** – KFC Hasan Basri dibandingkan dengan cabang di SCP berbeda 0.05, sedangkan dengan cabang Mall Lembuswana memiliki nilai yang sama. Namun jika dibandingkan dengan harapan pelanggan/ yang pelanggan butuhkan kurang 0.09 atau sama dengan kurang 9% dari harapan pelanggan.
- **Kesesuaian gambar dengan tampilan asli** – KFC Hasan Basri memiliki poin 4.01 yaitu memegang peringkat kedua dari 3 outlet yang diteliti. Sayangnya poin yg dimiliki oleh cabang Hasan Basri masih jauh dari yang diharapkan oleh para pelanggan KFC.

Rasio Pengembangan (Improvement Ratio)

Rasio pengembangan merupakan hasil bagi antara nilai goal/harapan konsumen dengan tingkat kepuasan pelanggan pada cabang KFC cabang Hasan Basri yang didapatkan dari hasil olah data penyebaran kuesioner yang dilakukan. Dikutip dari jurnal “Aplikasi Metode QFD Untuk Peningkatan Kualitas Produk Mie Jagung” yang ditulis oleh I.B. Suryaningrat, dkk pada tahun 2010, menurut Day (1993) nilai improvement lebih dari 1 menunjukkan atribut tersebut harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Tabel 4. Improvement Ratio Terhadap Atribut Ayam KFC

No	Atribut Ayam KFC	GOL	TINGKAT KEPUASAN	IMPROVEMENT RATIO
1	Rasa Ayam	4,44	4,44	1,000
2	Warna Ayam	4,28	4,28	1,000
3	Tekstur Ayam	4,37	4,37	1,000
4	Tingkat Kematangan Ayam	4,45	4,45	1,000
5	Ukuran Ayam (besar/kecil)	4,16	4,15	1,002
6	Jaminan Produk (Halal/Higienis)	4,5	4,50	1,000
7	Konsistensi Rasa Ayam	4,19	4,17	1,005
8	Inovasi Menu	3,98	3,93	1,013
9	Ketersediaan Menu	4,02	4,02	1,000
10	Kesesuaian Gambar dengan Tampilan Asli Produk	4,04	4,01	1,007

Dari Tabel 4. ada beberapa poin yang memiliki nilai rasio pengembangan lebih dari 1 (satu), walaupun nilai 1 (satu) masih lebih banyak. Dengan demikian, masih ada 4 atribut yang masih perlu dilakukan perbaikan, diantaranya adalah ukuran ayam, konsistensi rasa ayam, inovasi menu, dan kesesuaian gambar dengan tampilan asli.

Respon Teknis

Dalam proses pembuatan HOQ, dibutuhkan respon teknis. Respon teknis yang diberikan oleh produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen diperoleh melalui wawancara dan diskusi bersama dengan produsen. Berikut ini adalah respon teknis yang diberikan oleh perusahaan KFC:

Tabel 5. Respon Teknis Terhadap Atribut Ayam KFC

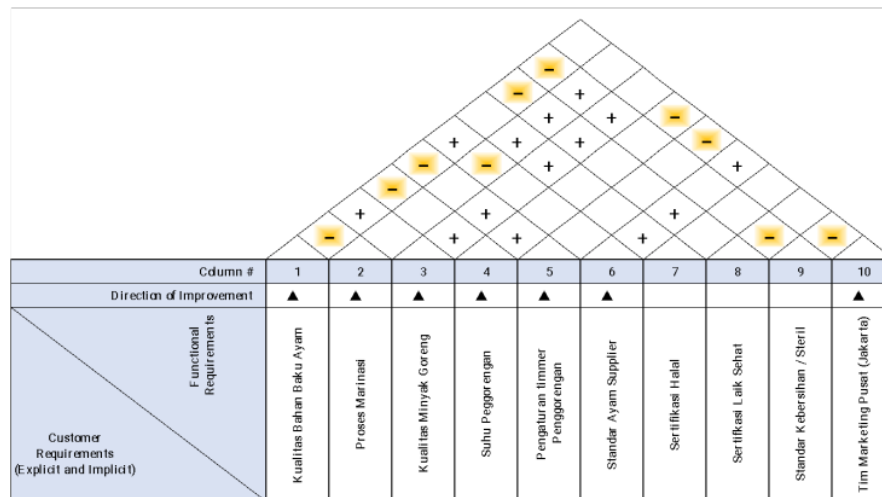
No	Atribut Ayam KFC	Respon Teknis
1	Rasa Ayam	- Kualitas Bahan Baku Ayam - Proses Marinasi
2	Warna Ayam	- Kualitas Minyak Goreng - Suhu Peggorengan
3	Tekstur Ayam	- Kualitas Bahan Baku Ayam
4	Tingkat Kematangan Ayam	- Suhu Peggorengan - Pengaturan <i>timer</i> Peggorengan
5	Ukuran Ayam (besar/kecil)	- Standar Ayam Supplier
6	Jaminan Produk (Halal/Higienis)	- Sertifikasi Halal - Sertifikasi Laik Sehat - Standar Kebersihan / Steril
7	Konsistensi Rasa Ayam	- Kualitas Bahan Baku Ayam

		- Proses Marinasi
8	Inovasi Menu	- Tim Marketing Pusat (Jakarta)
9	Ketersediaan Menu	- Standar Ayam Supplier
10	Kesesuaian Gambar dengan Tampilan Asli Produk	- Tim Marketing Pusat - Standar Ayam Supplier

Matriks Korelasi Respon Teknis

Korelasi respon teknis adalah hubungan antara satu respon teknis dengan respon teknis lainnya. Dalam matriks house of quality, korelasi respon teknis dapat dilihat di bagian atas dari HOQ, seperti pada Gambar 3. Dari bagian ini dapat terlihat adanya respon teknis yang berhubungan kuat, hubungan lemah/biasa, dan tidak ada hubungan satu sama lain.

Pada atap HOQ, respon teknis yang saling berhubungan kuat ditandai dengan tanda tambah (+), yang saling berhubungan lemah/biasa ditandai dengan tanda kurang (-), dan yang tidak saling berhubungan tidak ada simbol atau dikosongkan pada tabel.



Gambar 3. Korelasi Respon Teknis

Kualitas bahan baku ayam – proses marinasi. Kualitas bahan baku ayam memiliki hubungan biasa dengan proses marinasi, karena bahan baku ayam yang baik memungkinkan proses marinasi berjalan dengan baik juga. Bahan baku ayam yang baik disini adalah ayam yang masih segar, atau tidak mulai atau hampir busuk yang disebabkan mati terlalu lama atau proses pembekuan atau penyimpanan yang kurang baik sehingga mengakibatkan kurang maksimal dalam penyerapan bumbu-bumbu saat proses marinasi.

Kualitas bahan baku ayam – kualitas minyak goreng. Begitu juga dengan kualitas minyak goreng, kualitas bahan baku ayam yang berkualitas memudahkan minyak goreng mudah meresap dan proses ayam matang juga bisa lebih maksimal. Disamping itu,

penyerapan minyak goreng juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain seperti kualitas minyak goreng, kadar air dalam bahan pangan, serta suhu dan waktu penggorengan sangat mempengaruhi kadar atau jumlah minyak yang diserap oleh produk.

Kualitas bahan baku ayam – suhu penggorengan. Suhu penggorengan juga sedikit berhubungan dengan kualitas bahan baku. Jika bahan baku dengan kualitas buruk, maka akan menghambat proses pematangan bahan pangan, dalam hal ini ayam goreng tepung. Karena di KFC memiliki suhu standar dalam proses penggorengan.

Kualitas bahan baku ayam – pengaturan timer penggorengan. Sama halnya dengan suhu penggorengan, KFC memiliki standar dalam pengaturan *timer* penggorengan. Jika bahan baku dengan kualitas yang buruk, maka akan menghambat proses pematangan bahan pangan.

Kualitas bahan baku ayam – standar ayam supplier. Dalam hal ini, hubungan kualitas bahan baku ayam sangat berkaitan erat dengan standar ayam supplier. Jika ayam supplier memiliki standar yang baik dari segi kualitas, ukuran, tekstur dan lain-lain, maka kualitas bahan baku ayam yang disuplai kepada KFC juga akan berkualitas baik juga.

Kualitas bahan baku ayam – sertifikasi laik sehat. Dalam proses pendaftaran sertifikasi laik sehat membutuhkan salah satu persyaratan yaitu bukti hasil uji laboratorium Pemenuhan Standar Pemenuhan Mutu Kesehatan Lingkungan (SBMKL). Dengan begitu maka, bahan baku ayam yang baik dibutuhkan untuk mendapatkan hasil yang baik saat uji laboratorium ini.

Kualitas bahan baku ayam – standar kebersihan/steril. Ada banyak jenis bahan baku ayam. Tidak jarang juga ditemukan ayam yang dijual adalah ayam tiren (mati kemarin). Ayam tiren merupakan istilah yang digunakan pers untuk daging ayam yang sudah kadaluarsa atau sudah tidak layak konsumsi. Maka dari itu kualitas ayam yang baik juga mempengaruhi standar kebersihan/steril dari KFC.

Proses marinasi – standar ayam supplier. Seperti disebutkan diatas, standar ayam supplier berhubungan erat dengan kualitas bahan baku ayam. Dengan artian standar ayam yang baik yang dimiliki oleh supplier juga memudahkan proses marinasi berjalan dengan baik.

Proses marinasi – sertifikasi halal. Sertifikasi halal berhubungan erat dengan proses marinasi. Proses marinasi merupakan salah satu kunci dari cita rasa ayam goreng KFC yang terdiri dari bahan-bahan, bumbu rempah dan lainnya. Hubungannya adalah dari bahan-bahan yang digunakan dalam proses marinasi. Penilaian sertifikasi halal bukan hanya dari

bahan baku ayam, melainkan dari bahan-bahan marinasi juga harus sudah berlabel Halal. Jika ada bahan atau rempah yang digunakan adalah tidak halal atau belum lulus sertifikasi halal, maka akan mempengaruhi sertifikasi halal dari produk KFC itu sendiri.

Proses marinasi – sertifikasi laik sehat. Sama seperti sertifikasi halal, proses marinasi juga berhubungan dengan sertifikasi laik sehat suatu restoran. Faktor-faktornya juga adalah bahan-bahan yang digunakan saat marinasi.

Proses marinasi – standar kebersihan/steril. Salah satu bagian penting dari steril atau bersihnya produk ayam KFC ada di bagian proses marinasi. Contohnya seperti, saat pengolahan bumbu, karyawan menggunakan *hand glove* atau sarung tangan untuk melindungi bakteri atau kuman dari tangan berpindah ke ayam yang sedang dalam proses masak.

Kualitas minyak goreng – suhu penggorengan. Kualitas minyak goreng yang baik berhubungan dengan suhu penggorengan. Minyak yang baik akan mudah atau dengan cepat menyerap panas. Minyak yang sudah menurun kualitasnya akan lebih lambat menyerap panas, sehingga dengan batas waktu yang sama akan mempengaruhi tingkat kematangan suatu produk.

Kualitas minyak goreng – pengaturan timer penggorengan. Sama seperti suhu penggorengan, pengaturan timer penggorengan juga berhubungan dengan kualitas minyak goreng. Semakin lama minyak digunakan untuk menggoreng, maka akan semakin berkurang kualitas atau mutu minyak tersebut. Maka KFC harus selalu untuk memperhatikan kualitas dan segera mengganti minyak lama dengan minyak baru jika sudah buruk kualitasnya.

Kualitas minyak goreng – sertifikasi halal. Jika minyak goreng yang digunakan adalah minyak goreng yang halal atau sudah lulus sertifikasi halal, maka kualitas minyak goreng yang digunakan tidak akan menghambat proses sertifikasi dari produk KFC.

Kualitas minyak goreng – sertifikasi laik sehat. Jika minyak goreng yang digunakan dengan kualitas baik, dibeli dari tempat yang menjamin kebersihan minyak tersebut dan minyak juga disimpan ditempat yang layak sehingga tetap menjaga kualitas dari minyak tersebut, maka sertifikasi laik sehat yang diajukan oleh KFC juga akan lebih mudah untuk disetujui oleh pihak yang berwenang.

Kualitas minyak goreng – standar kebersihan / steril. Seperti yang dijelaskan di atas, jika minyak goreng disimpan dengan baik maka akan menjaga kualitas minyak goreng, begitu juga dengan kebersihannya. Minyak yang sudah tidak digunakan atau yang sedang tidak digunakan jika disimpan di wadah yang kering dan tertutup dengan baik maka dapat

menghindari minyak dari jatuhnya kotoran-kotoran atau benda asing yang membuat minyak menjadi kotor atau terkontaminasi. Minyak yang sudah terkontaminasi dengan benda asing membuat minyak tidak layak untuk dikonsumsi atau digunakan lagi.

Suhu penggorengan – pengaturan timer penggorengan. Semakin lama pengaturan timer penggorengan maka suhu minyak goreng akan semakin naik. Oleh karena itu suhu penggorengan sangat dipengaruhi oleh lama waktu penggorengan.

Suhu penggorengan – tim marketing pusat (Jakarta). Jika dilihat secara global atau keseluruhan, pasti banyak orang tidak memperhatikan jika suhu penggorengan sedikit memiliki hubungan dengan tim marketing pusat. Suhu penggorengan mempengaruhi warna dari kulit ayam tepung KFC. Efek samping yang ditimbulkan dari suhu penggorengan membuat warna kulit ayam KFC berbeda dengan gambar yang diiklankan oleh tim marketing pusat.

Pengaturan timer penggorengan – tim marketing pusat (Jakarta). Sama seperti suhu penggorengan, pengaturan timer penggorengan juga berhubungan dengan tim marketing pusat dalam hal ini juga warna ayam tepung KFC bisa saja berbeda dengan gambar yang diiklankan oleh tim marketing pusat yang dikarenakan pengaturan timer penggorengan yang berbeda atau tidak konsisten.

Standar ayam supplier – sertifikasi halal. Ayam yang halal juga berhubungan dengan persyaratan sertifikasi halal. Jika standar ayam supplier merupakan ayam yang halal maka akan memudahkan produk ayam KFC untuk mendapatkan label sertifikasi halal.

Standar ayam supplier – sertifikasi laik sehat. Standar ayam supplier juga menentukan sertifikasi laik sehat di KFC. Jika standar ayam supplier tidak baik kualitasnya, maka akan menghambat sertifikasi laik sehat pada KFC.

Standar ayam supplier – tim marketing pusat (Jakarta). Standar ayam supplier juga memiliki dampak kepada tim marketing pusat, dalam hal ini ukuran ayam dan kesesuaian gambar dengan tampilan aslinya. Jika ayam yang disupply oleh supplier dengan ukuran kecil, sedangkan gambar yang diiklankan tim marketing pusat dengan ukuran besar maka standar ayam supplier akan mempengaruhi kepuasan pelanggan KFC.

Sertifikasi laik sehat – standar kebersihan/steril. Respon teknis ini saling berhubungan secara tidak langsung. Jika KFC mendapatkan sertifikasi laik sehat, maka sudah menunjang standar kebersihan/steril KFC, tetapi tidak secara keseluruhan.

Standar kebersihan/steril – tim marketing pusat (Jakarta). Tim marketing pusat menawarkan produk KFC dengan standar yang baik. Baik dalam artian disini adalah ayam

dengan tekstur yang lembut, kulit ayam yang renyah dan gurih, begitu juga kebersihan/steril produk dari KFC.

Relationship Matriks

Relationship matriks merupakan hubungan satu dengan yang lainnya antara kebutuhan pelanggan (customer needs) dengan respon teknis yang diberikan oleh KFC yang dilambangkan dengan simbol – simbol. Simbol - simbol tersebut memiliki nilainya masing – masing.

Dalam relationship matriks ada beberapa tipe hubungan yaitu, antara kebutuhan pelanggan dengan respon teknis hubungannya yang kuat, ada hubungan yang biasa, dan ada hubungan yang lemah. Hubungan tersebut dilambangkan seperti pada tabel di atas.

Relative Weight	Customer Importance Maximum Relationship	Customer Requirements (Explicit and Implicit)	Column #												
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
			Direction of Improvement	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲					▲
			Functional Requirements	Kualitas Bahan Baku Ayam	Proses Marinasi	Kualitas Minyak Goreng	Suhu Penggorengan	Pengaturan timer Penggorengan	Standar Ayam Supplier	Sertifikas Halal	Sertifikas Lahan Sehat	Standar Kebersihan / Steril	Tim Marketing Pusat (Jakarta)		
15%	8	9	Rasa Ayam	●	●	○	○	○							
4%	2	9	Warna Ayam	○	○	●	●	●							
11%	6	9	Tekstur Ayam	●	○		○								
18%	10	9	Tingkat Kematangan Ayam			○	●	●							
7%	4	9	Ukuran Ayam (besar/kecil)						●						
16%	9	9	Jaminan Produk (Halal/Higienis)							●	●	●			
13%	7	9	Konsistensi Rasa Ayam	○	●	○									
2%	1	9	Inovasi Menu												●
5%	3	9	Ketersediaan Menu							●					○
5%	5	9	Kesesuaian Gambar dengan Tampilan Asli Produk							●					●

Gambar 4. Korelasi antara Respon Teknis dan Customer Requirements

Hubungan yang kuat antara apa yang dibutuhkan pelanggan dan respon teknis yang diberikan oleh KFC adalah sebagai berikut:

- ✓ Rasa ayam – Kualitas bahan baku ayam.
- ✓ Rasa ayam – Proses marinasi.
- ✓ Warna ayam – Kualitas minyak goreng.
- ✓ Warna ayam – Suhu penggorengan
- ✓ Warna ayam – Pengaturan timer penggorengan
- ✓ Tekstur ayam – Kualitas bahan baku ayam
- ✓ Tingkat kematangan ayam – Suhu penggorengan

- ✓ Tingkat kematangan ayam – Pengaturan timer penggorengan
- ✓ Ukuran ayam (besar/kecil) – Standar ayam supplier
- ✓ Jaminan produk (halal/higienis) – Sertifikasi halal
- ✓ Jaminan produk (halal/higienis) – Sertifikasi laik sehat
- ✓ Jaminan produk (halal/higienis) – Standar kebersihan/steril
- ✓ Konsistensi rasa ayam – Proses marinasi
- ✓ Inovasi menu – Tim marketing pusat (Jakarta)
- ✓ Ketersediaan menu – Standar ayam supplier
- ✓ Kesesuaian gambar dengan tampilan asli produk – Standar ayam supplier
- ✓ Kesesuaian gambar dengan tampilan asli produk – Tim marketing pusat (Jakarta)

Benchmarking dan Penetapan Target

Nilai kontribusi (Contribution)

Nilai kontribusi dari respon teknis kualitas bahan baku ayam dengan nilai 329,1 dan proses marinasi dengan nilai 323,6. Dua respon teknis ini memiliki nilai tertinggi dengan persentase masing-masing 15% dari keseluruhan respon teknis yang diberikan oleh KFC. Dengan ini dapat diartikan, respon teknis kualitas bahan baku ayam dan proses marinasi memiliki kontribusi yang besar terhadap peningkatan kualitas produk ayam KFC.

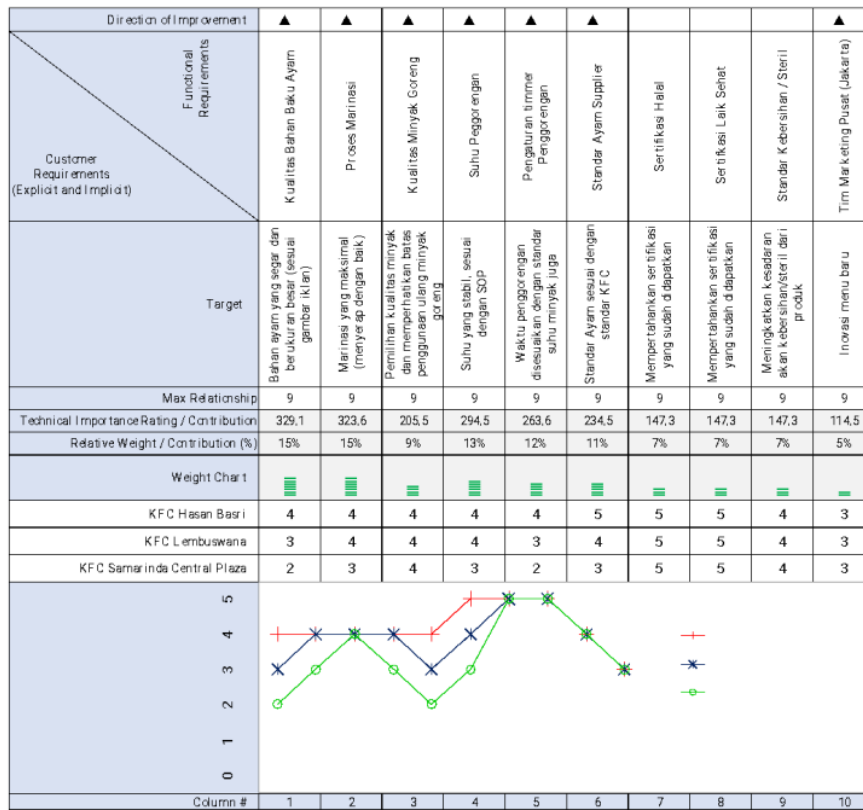
Respon teknis lainnya yang memiliki persentase diatas 10% dari keseluruhan respon teknis, diantaranya ada suhu penggorengan dengan nilai 294,5 (13%), pengaturan timer penggorengan dengan nilai 263,6 (12%), dan standar ayam dari supplier dengan nilai 234,5 (11%). Untuk rincian respon teknis saling berkaitan dengan keinginan pelanggan dapat dilihat pada Gambar 4.

Patok Duga (Benchmarking)

Dari hasil analisis *house of quality* (HOQ) untuk kualitas ayam goreng tepung KFC cabang Hasan Basri di Kota Samarinda masih memiliki nilai yang lebih tinggi. Akan tetapi, karena penelitian dilakukan di semua outlet KFC, ada beberapa yang memiliki nilai/skor yang sama untuk respon teknis, seperti dilihat pada Gambar 4. Sertifikasi halal, sertifikasi laik sehat, standar kebersihan/steril, dan tim marketing pusat (Jakarta) memiliki nilai yang sama karena berada dalam 1 (satu) naungan KFC pusat Jakarta.

Targeting

Targeting disini menentukan target dari KFC Hasan Basri untuk melakukan peningkatan kualitas produk dengan melihat nilai *benchmarking* pesaing yang lebih tinggi. Sebagai contoh, untuk respon teknis sertifikasi halal, sertifikasi laik sehat, standar kebersihan/steril, dan tim marketing pusat (Jakarta) memiliki nilai yang sama karena dari masing-masing outlet KFC masih dalam satu naungan dengan KFC pusat, di mana standarisasi dan sertifikasi juga 1 (satu) atau sama. Oleh karena itu, targeting disini lebih fokus untuk meningkatkan respon teknis yang masih belum maksimal terhadap keinginan pelanggan seperti yang tertera pada Gambar 5.



Gambar 5. Target, Nilai Contribution dan Benchmarking

13 KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari **kebutuhan** pelanggan KFC, atribut **yang** memegang 3 (tiga) posisi teratas adalah tingkat kematangan ayam, jaminan produk (halal/higienis), dan rasa ayam.
2. KFC Hasan Basri memiliki skor atau point tingkat kepuasan pelanggan lebih tinggi dari 2 (dua) outlet lainnya dengan skor 42,32 untuk KFC Hasan Basri, 41,90 untuk KFC Samarinda Central Plaza, dan 41,67 untuk KFC Lembuswana.
3. Rasio pengembangan yang harus diperhatikan oleh KFC Hasan Basri adalah inovasi menu, kesesuaian gambar dengan tampilan asli produk, konsistensi rasa ayam, dan ukuran ayam.
4. Dari 10 respon teknis yang diberikan oleh KFC, standar ayam supplier memiliki persentase paling tinggi dibandingkan respon teknis lainnya dengan persentase 20% dan technical importance rating 365.
5. Dari hubungan respon teknis dan kebutuhan pelanggan yang paling banyak memiliki hubungan adalah kualitas bahan baku ayam. Kualitas bahan baku ayam memiliki hubungan dengan semua kebutuhan pelanggan, kecuali inovasi menu dan ketersediaan menu.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono & Diana. (1995). *"Total Quality Management"*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, Tony. (2018). "Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano". *Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Hardjosoedarmo, Soewarso. (2004). *"Total Quality Management"*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kosasih, W., Soenandi, I. A., & Celsia, E. (2013). Aplikasi qfd untuk pengembangan produk wafer (Studi kasus: PT Indo Sari Abadi). *Jurnal Teknik dan Ilmu Komputer*, 2(7), 258-269.
- Suryaningrat, I. B., & Rendra, W. (2014). Peningkatan Kualitas Produk Tradisional Prol Tape dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Agroteknologi*, 8(02), 131-139.
- Suryaningrat, I. B., Ruriani, E., & Kurniawati, I. (2010). Aplikasi Metode Quality Function Deployment (QFD) Untuk Peningkatan Kualitas Produk Mie Jagung. *Jurnal Agroteknologi*, 4(01), 8-17.
- Jaelani, E. (2012). Perencanaan dan pengembangan produk dengan quality function deployment (QFD). *Jurnal Sains & Manajemen Akuntansi*, 4(1).

- Ahmad, Dedic. (2012). Sejarah berdirinya KFC dan perkembangannya. Retrieved September 21, 2019, From <https://risalahatiku46.blogspot.com/2012/03/sejarah-berdirinya-kfc-dan.html>
- Kumalaningrum, Maria. P. (2000). *“Pengaruh Penerapan Total Quality Management Terhadap Kinerja dan Keunggulan Kompetitif Perusahaan.* Tesis S2. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *“Total Quality Management”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Metasari, Nur. (2008). Tahapan QFD. Retrieved September 21, 2019, From <https://qualityengineering.wordpress.com/2008/06/29/tahapan-qfd/>
- MN. Nasution, (2005). *“Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)”*. Jakarta: Ghalia Indonesia

PENINGKATAN KUALITAS PRODUK DENGAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) PADA RESTORAN CEPAT SAJI DI SAMARINDA

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to University of Central Florida Student Paper	6%
2	jurnal.unej.ac.id Internet Source	2%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
5	123dok.com Internet Source	1%
6	repository.unj.ac.id Internet Source	<1%
7	es.scribd.com Internet Source	<1%
8	repository.its.ac.id Internet Source	<1%

Submitted to Brookdale Community College

9

Student Paper

<1 %

10

fe.ubhara.ac.id

Internet Source

<1 %

11

blog.ub.ac.id

Internet Source

<1 %

12

repository.ub.ac.id

Internet Source

<1 %

13

wahid07.wordpress.com

Internet Source

<1 %

14

Shinta Wahyu Hati, Ira Listiani Riswana Okta.
"ANALISIS KUALITAS PRODUK KAOS DENGAN
MENGUNAKAN METODE QUALITY
FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) PADA CV.
CUSTOMINDO KREASI MANDIRI BATAM",
Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 2018

Publication

<1 %

15

adoc.pub

Internet Source

<1 %

16

hudhasyamsul.blogspot.com

Internet Source

<1 %

17

jurnalti.polinema.ac.id

Internet Source

<1 %

18

docplayer.info

Internet Source

<1 %

19

topuniversitieslist.com

Internet Source

<1 %

20

doku.pub

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On