

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping	Petugas Cek Kesesuaian Format Artikel
Ir. Wuri Marsigit, M. AppSc	Evanila Silvia, STP, M.Si	.....

## STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS “BAGAR HIU” KULINER KHAS BENGKULU DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)

### QUALITY IMPROVEMENT STRATEGY "BAGAR HIU" TYPICAL CULINARY BENGKULU WITH QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT METHOD (QFD)

**Agustriwan Sadri<sup>1</sup>, Wuri Marsigit<sup>2</sup>, Evanila Silvia<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>)Mahasiswa Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu

<sup>2</sup>)Dosen Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu

Jalan W.R Supratman, Kandang Limun, Bengkulu, 38371A

[agustriwansadri1508@gmail.com](mailto:agustriwansadri1508@gmail.com)

#### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan atribut yang menjadi harapan konsumen, menentukan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap bagar hiu dan mendapatkan prioritas perbaikan mutuatribut bagar hiu. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *Convenience Sampling* untuk penentuan 60 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas atribut untuk menentukan tingkat kepentingan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang menjadi harapan konsumen bagar hiu adalah rasa, aroma, tekstur, bentuk dan ukuran, warna, kebersihan, umur simpan produk, tampilan produk, dan tempat penyajian (kemasan). Hasil analisis QFD menunjukkan tingkat kepentingan tertinggi yaitu tempat penyajian atau kemasan dengan bobot 0,028 dan tingkat kepuasan pelanggan bagar hiu tertinggi pada aroma dengan nilai indeks 246 dengan tingkat kepuasan 4. Atribut umur simpan produk dan proses pemasakan bagar hiu direkomendasikan sebagai prioritas perbaikan.

*Kata kunci : Atribut, Bagar, Hiu, Quality Function Deployment (QFD), House of Quality (HoQ)*

#### ABSTRACT

*The purpose of study is to obtain attributes that become consumer expectations, determine the level of importance and level of customer satisfaction of the bagar hiu and to get quality priority the attributes. This study uses data collection techniques convenience sampling for the determination of 60 respondents. The method of analysis used is the validity and reliability test of attribute to determine the level of consumer interest. The result of the research shows that the attributes that become the consumers expectation of bagar hiu is the taste, aroma, texture, shape and size, color, hygiene, product shelf life, product display, and place of presentation (packaging). The QFD analysis results show the highest importance of the place of presentation or packaging with a weight of 0.028 and the level of customer satisfaction of the highest shark fence in the aroma with the value of index 246 with the level of satisfaction 4. Attribute shelf life and sharecropping process is recommended as priority improvement.*

*Keywords: Attribute, Bagar, Hiu, Quality Function Deployment (QFD), House of Quality (HoQ)*

## PENDAHULUAN

Bengkulu secara geografi terletak di pesisir barat Pulau Sumatra yang memiliki potensi hasil ikan tangkap yang sangat melimpah. Berdasarkan produksi perikanan menurut subsektor, kuantitas terus terjadi peningkatan, pada tahun 2014 sebesar 62.387,30 ton, 2015 sebesar 64.059,90 ton dan pada tahun 2016 sebesar 65.796,20 ton dengan 94,56% dari perikanan laut dan sisanya 5,44% dari perikanan umum (sungai, danau, waduk, dan rawa) (DKP, 2016). Dari potensi ikan yang terus meningkat ini banyak jenis-jenis ikan yang ditangkap baik ikan kecil maupun ikan besar yang termasuk didalamnya juga yaitu ikan hiu.

Ikan hiu merupakan salah satu jenis ikan keberadaannya dilindungi baik nasional maupun internasional. Dalam hal ini, khususnya Indonesia memperbolehkan hasil tangkap hiu yang tertangkap dengan tidak sengaja untuk dapat diambil oleh para nelayan Bengkulu untuk dijual dan masyarakat Bengkulu bisa mengolahnya menjadi produk. Ikan yang mati lalu dibuang kembali ke laut diyakini masyarakat akan berdampak pada hasil tangkap dan nelayan sendiri. Alasan lainnya adalah hiu ketika tertangkap baik oleh pancing dan jaring sebagian besar akan lemas hingga mati. Hal inilah yang coba dimanfaatkan oleh masyarakat Bengkulu untuk mengolahnya menjadi salah satu produk kuliner yang khas yaitu bagar hiu. Hiu seperti diketahui memiliki nilai ekonomis tinggi, seperti dapat dijadikan bahan pangan bergizi, bahan industri kerajinan, sebagai bahan baku farmasi atau untuk ekspor. Bagian lain yaitu gigi, empedu, isi perut, tulang, insang dan lainnya masih dapat diolah untuk berbagai keperluan seperti bahan lem, ornamen, pakan ternak, bahan obat dan lain-lain (Wibowo dan Susanto, 2005).

Bagar hiu merupakan salah satu kuliner khas Bengkulu yang berbahan baku daging ikan hiu. Dalam proses pembuatan bagar hiu menggunakan bahan baku yang masyarakatnya sering menyebutnya dengan hiu punai. Pada proses pemasakan bagar hiu melibatkan bumbu yang cukup banyak seperti laos, kunyit, ketumbar, kemiri, kayu manis, pala serta bumbu lainnya dan yang membuatnya khas yaitu pemasakannya menggunakan sangraian parutan kelapa sebagai pengganti santan. Di Kota Bengkulu khususnya rumah makan Inga Raya Bengkulu, bagar hiu diproduksi sebanyak 1-2 kg (15-25 potong daging ikan hiu). Pada saat hari besar permintaan akan kuliner satu ini akan mengalami peningkatan penjualan, sehingga produsen harus meningkatkan produksi untuk memenuhi permintaan dari konsumen tersebut. Dari hasil wawancara dengan produsen ada juga yang membeli bagar hiu untuk dijual lagi ke konsumen.

Dalam kondisi sekarang dimana semakin tingginya tingkat persaingan bisnis, bagar hiu masih dapat bertahan dengan mengeluarkan kemampuan dalam menghasilkan produk yang inovatif sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Semakin tinggi tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak pilihan alternatif untuk produk, harga, dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler 2009). Untuk itu, upaya perbaikan kualitas produk maupun kualitas layanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi dua faktor berikut, yaitu kualitas produk dan kemasan produk (Amanah, 2010). Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran. Kemasan pun memiliki daya tarik produk yang dapat membantu konsumen dalam mempertimbangkan suatu produk.

Pada saat ini produk bagar hiu belum diketahui atribut-atribut apa yang menjadi harapan konsumen terhadap produk tersebut. Inkonsistensi dalam penjualan setiap hari-hari biasa merupakan masalah harus di selesaikan agar produk ini tetap bisa bertahan dan bahkan meningkat penjualannya. Oleh karena itu, perlu dilakukan strategi peningkatan kualitas produk untuk mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen bagar hiu serta untuk mendapatkan prioritas perbaikan mutu atribut yang mempengaruhi kualitas produk berdasarkan matriks *House of Quality*. Atribut mempengaruhi penerimaan konsumen berbeda-beda untuk produk yang berbeda. Salah satu metode untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan suara konsumen tentang atribut yang diharapkan yaitu dengan QFD.

*Quality Function Deployment* adalah metode terstruktur untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan mengurutkan kebutuhan pelanggan, keuntungan atau nilai lebih yang diharapkan dari produk atau jasa, kemudian menghubungkannya untuk merancang karakteristik dari produk yang diinginkan (Miranda dan Amin, 2003). Hasil dari QFD adalah kriteria keinginan konsumen akan suatu produk, serta atribut-atribut yang harus diperhatikan, sehingga produk yang dihasilkan dapat memenuhi tingkat kualitas yang memuaskan pelanggan (Rahmatika, 2008). Sulistyawati (2005) mengungkapkan QFD mampu mengungkap kesenjangan kualitas produk dan layanan dengan fakta yang diterima pelanggan sehingga perlu dilakukan tindakan teknis peningkatan sumber daya manusia dan manajemen.

Dari latar belakang diatas perlu dilakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas Bagar Hiu dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD) sehingga didapat tingkat kepentingan yang dihitung menggunakan aplikasi *Ekspert Choice 11* dan kepuasan konsumen dengan penyebaran kuesioner serta rasio perbaikan dari matriks *House of Quality* (HOQ).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Januari- Maret 2018 di Rumah Makan Inga Raya Pasar Bengkulu. Bahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bagar hiu yang berada di rumah makan Inga Raya Bengkulu. Alat yang digunakan pada penelitian ini ialah kuesioner, alat tulis, *Software Microsoft Office Excel 2010*, *Software SPSS 17*, *Aplikasi Expert Choice 11* dan alat dokumentasi (kamera).

### Rancangan Penelitian

Penentuan responden pada penelitian ini menggunakan teknik *Convenience Sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memilih responden yang dirasa paling mudah untuk memberikan informasi yang dibutuhkan, bila dipandang orang tersebut sesuai kriteria dan cocok untuk dijadikan sumber data. Sampel yang diambil sebanyak 60 responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dan kuisisioner.

### Metode Pengumpulan Data

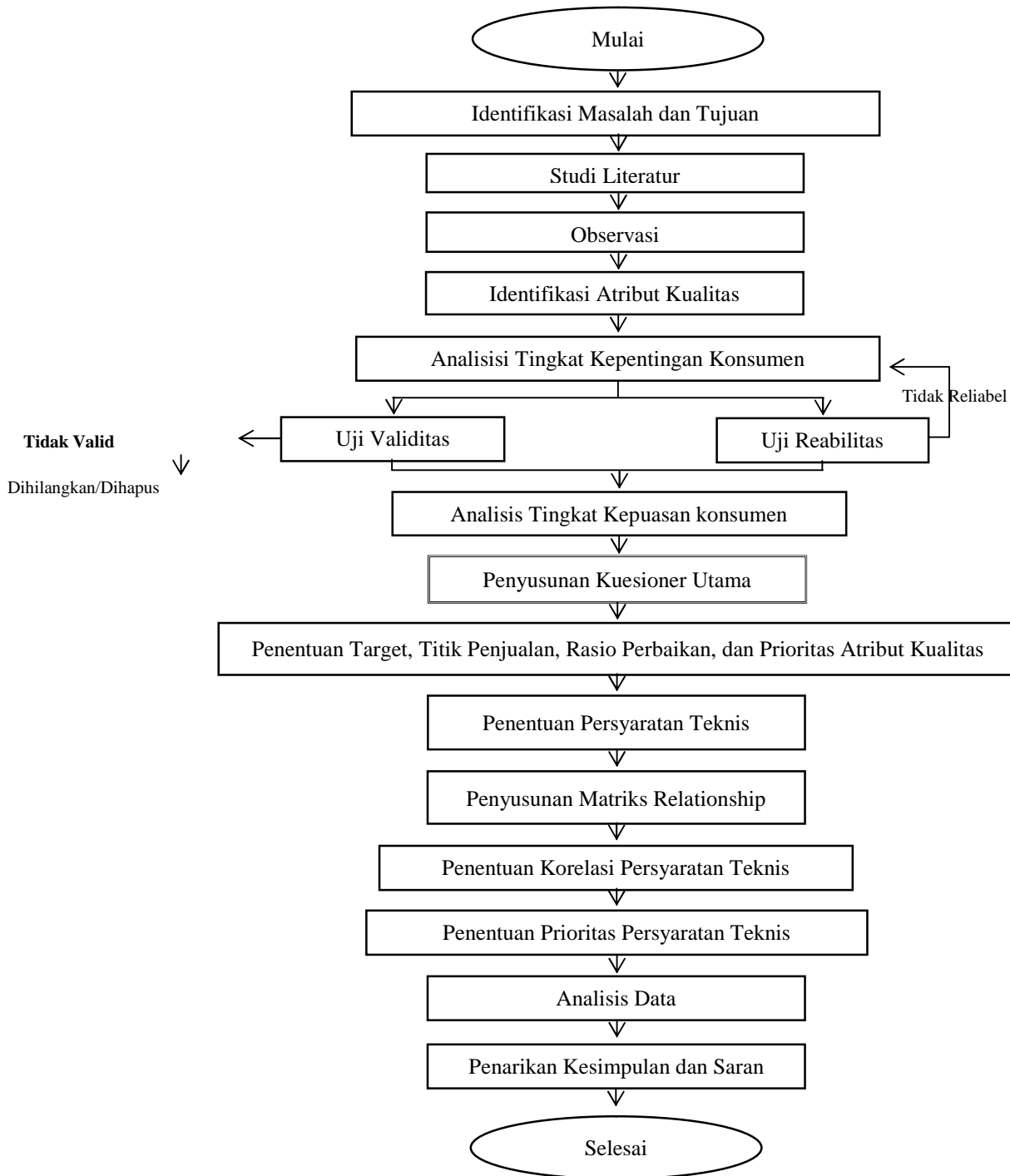
Wawancara dilakukan di rumah makan Inga Raya Bengkulu yang melibatkan produsen (penjual) dan konsumen. Wawancara dilakukan sebanyak 3 kali yaitu wawancara pertama dilakukan dengan melibatkan 10 responden untuk seleksi atribut, 20 responden semuanya konsumen untuk uji validitas reabilitas dan wawancara ketiga dilakukan dengan melibatkan 60 responden sebagai kuesioner penelitian utama.

Observasi ini dilakukan di rumah makan Inga Raya Bengkulu yang melibatkan produsen (penjual) dan konsumen dengan cara pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yang kemudian di dokumentasikan dengan kamera, mendapatkan produsen terpilih, mendapatkan informasi tentang atribut bagar hiu yang dipertimbangkan oleh konsumen. Selain itu observasi juga dilakukan untuk mendapatkan informasi proses pembuatan bagar hiu.

Pembuatan kuesioner berdasarkan hasil observasi selama pengamatan di rumah makan Inga Raya jalan Bencoolen, Sungai Serut Pasar Bengkulu pada Pembuatan kuesioner dilakukan dalam penelitian ini dengan melibatkan 10 orang responden bagar hiu. Responden yang digunakan yaitu 2 orang produsen dan 8 orang konsumen produk bagar hiu.

Berdasarkan hasil dari pembuatan kuesioner penentuan atribut produk bagar hiu didapatlah atribut-atributnya. Selanjutnya, peneliti melakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui atribut produk bagar hiu yang *valid* dan *reliabel*. Hasil dari uji validitas dan reabilitas akan dipakai kembali untuk penyusunan kuesioner utama.

## Prosedur Penelitian



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Atribut Kualitas

Langkah awal dalam penentuan QFD yaitu mengetahui suara dari konsumen yakni dengan mengidentifikasi atribut kualitas apa saja yang diinginkan oleh konsumen pada produk bagar hui. Pada tahap awal akan dilakukan seleksi atribut kepada 10 orang responden yang terdiri dari 8 responden dari konsumen rumah makan inga raya Bengkulu dan 2 responden dari rumah makan inga raya Pasar Bengkulu dan rumah makan masakan khas Bengkulu di Anggut Atas. Pada hasil

jawaban responden akan dipilih jawaban setuju paling banyak 6-10 akan dipilih untuk menjadi atribut kualitas. Adapun hasil jawaban dari kuesioner dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Penentuan Atribut Kualitas Produk

No	Nama Atribut	Produsen		Konsumen		Total (S)
		S	TS	S	TS	
1	Rasa	2		7	1	9
2	Aroma	2	-	8	-	10
3	Tekstur	2	-	7	1	9
4	Bentuk dan ukuran	2	-	4	4	6
5	Warna	2	-	8	-	10
6	Harga	2	-	8		10
7	Kehigienisan	2	-	8		10
8	Kombinasi produk makanan	-	2	4	4	0
9	Umur simpan produk	2	-	7	1	9
10	Tampilan makanan/produk	2	-	8	-	10
11	Tempat penyajian/kemasan	2	-	8	-	10
12	Citra produk	-	2	4	4	4
13	Porsi	2	-	6	2	8

Sumber : Data primer diolah, 2018

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner tersebut mampu untuk memenuhi atribut yang akan diukur. Uji validitas dilakukan terhadap 20 orang responden konsumen. Pengujian menggunakan uji validitas konstruk, yaitu kerangka dari suatu konsep (Rahmatika, 2008). Nilai  $r$  tabel yang digunakan yaitu  $df = N - 2$  yaitu (0,444) dengan taraf signifikansi 5% uji dua arah. Pengujian dilakukan menggunakan *Software SPSS 17*. Hasil pengujian menunjukkan 9 atribut dinyatakan valid yaitu rasa, aroma, tekstur, bentuk dan ukuran, warna, higienisasi, umur simpan produk, tampilan produk dan tempat penyajian (kemasan) karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,444) dan 2 atribut tidak valid yaitu harga dan porsi dikarenakan  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (0,444)

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan cara menguji kuesioner yang sudah dinyatakan valid pada uji validitas yang dilakukan kepada 20 responden sebelumnya. Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Sunnyoto, 2013). Perhitungan reliabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha*, dengan tingkat signifikansi 5% sehingga bila probabilitas  $r$  hitung 0,6 berarti item tersebut telah reliabel. Hasil menunjukkan semua reliabel karena koefisien reabilitas lebih besar dari 0,6 (0,850  $>$  0,6)

### Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen

Analisis tingkat kepentingan menggunakan aplikasi *Ekspert Choice 11* terhadap atribut bagar hiu menggunakan 60 responden dan untuk mengetahui rekomendasi perbaikan atribut maka digunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dalam matriks *House of Quality* (HoQ). Adapun hasil perhitungan menggunakan aplikasi *Ekspert Choice 11* dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Pembobotan Atribut Kualitas

Alternatif	Bobot	Ranking	Tk Kepentingan
Rasa	0,348	1	9
Aroma	0,178	2	8
Tekstur	0,122	4	6
Bentuk dan Ukuran	0,052	5	5
Warna	0,048	6	4
Kehigienisan	0,154	3	7
Umur Simpan	0,033	8	2
Tampilan produk	0,037	7	3
Tempat Penyajian/Kemasan	0,028	9	1
Total	1,00		

### Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen

Analisis tingkat kepuasan dilakukan kepada 60 orang responden terhadap produk Bagar Hiu Inga Raya Bengkulu. Fokus utama dari kualitas itu sendiri yaitu kepuasan dari pelanggan (Gaspersz, 2003). Selain itu, analisis bertujuan untuk menentukan penilaian konsumen terhadap kinerja produk Bagar Hiu Inga Raya Bengkulu. Perhitungan dilakukan dengan cara menentukan interval kelas dan nilai indeks. Interval kelas atribut untuk tingkat kepuasan dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3. Interval Kelas tingkat Kepuasan

Interval Kelas	Tingkat Kepuasan	Keterangan
12-18	1	Sangat Tidak Puas
18,1-30	2	Tidak Puas
30,1-42	3	Cukup Puas
42,1-54	4	Puas
54-60	5	Sangat Puas

Kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Nasution, 2005). Berdasarkan tingkat kepuasan terhadap atribut dari kualitas yang dinyatakan pada tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Kepuasan Atribut Kualitas Bagar Hiu Inga Raya Bengkulu

No	Atribut Kualitas	Skala Tingkat Kepuasan					Total Responden	Jumlah Total	Nilai Indeks	Tingkat Kepuasan
		1	2	3	4	5				
1	Rasa			13	32	15	60	244	48	4
2	Aroma			12	30	18	60	246	49	4
3	Tekstur			20	35	5	60	225	45	4
4	Bentuk dan Ukuran			19	32	9	60	230	46	4
5	Warna			17	35	8	60	231	46	4
6	Kehigienisan			11	33	16	60	245	49	4
7	Umur Simpan Produk		4	27	23	6	60	211	42	3
8	Tampilan Produk			15	30	15	60	240	48	4
9	Tempat Penyajian/Kemasan			15	32	13	60	238	48	4

### Target Atribut Kualitas

Penentuan target ini diperoleh berdasarkan hasil dari evaluasi tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, serta penilaian langsung produsen akan kemampuan dan kinerja produksi. Perusahaan telah menetapkan bahwa nilai yang paling diharapkan untuk target produk bagar hiu adalah 5 (sangat puas) baik untuk atribut kualitas maupun persyaratan teknis. Target merupakan tujuan masa depan dengan mengetahui seberapa besar keinginan produsen untuk memenuhi keinginan konsumen atas kualitas produk dan pelayanan (Tyas, 2010).

### Penentuan Titik Penjualan

Titik Penjualan (*Sales Point*) diperoleh dari hasil wawancara kepada produsen secara langsung di tempat produksi produk Bagar Hiu. Pada penelitian ini, skala penilaian 1,0 apabila tidak memberikan perubahan terhadap penjualan, 1,2 apabila perubahan atribut memberikan perubahan terhadap penjualan namun pengaruh yang diberikan kecil, dan skala 1,5 apabila memberikan pengaruh yang besar terhadap penjualan. Penentuan titik penjualan secara keseluruhan atribut memiliki pengaruh kecil sekitar 22,2% dan pengaruh besar sebesar 88,8% terhadap produk Bagar Hiu Inga Raya Bengkulu

### Rasio Perbaikan Kualitas

Hasil perhitungan rasio perbaikan kualitas menunjukkan tingkat nilai rasio perbaikan tertinggi adalah umur simpan produk dengan nilai 1,6. Atribut ini menjadi prioritas utama perbaikan kualitas bagar hiu Inga Raya Bengkulu. Semakin besar nilai kepuasan pelanggan maka nilai rasio perbaikan semakin rendah. Untuk persyaratan teknis rasio perbaikan tertinggi yaitu pemasakan dengan nilai absolut 295 dan nilai relatif 0,205. Atribut dan persyaratan teknis yang memiliki nilai rasio perbaikan yang paling tinggi harus segera mendapatkan penanganan dan menjadi prioritas

utama. Hasil perhitungan rasio perbaikan produk bagar hiu Inga Raya Bengkulu dapat dilihat pada matriks *House of Quality* (HOQ) (Gambar 2).

### **Identifikasi Persyaratan Teknis Bagar Hiu Inga Raya Bengkulu**

Identifikasi persyaratan teknis dilakukan dengan wawancara kepada 5 orang responden konsumen yang mengerti dan memahami cara pemasakan bagar hiu, disertai dengan observasi langsung peneliti di lapangan. Responden lainnya sebagai pembanding yaitu responden dari produsen yang merupakan pihak yang bertanggung jawab dan terlibat langsung selama proses pengolahan hingga ke penyajian ke konsumen yaitu satu orang kepala produksi dan 2 orang anggota produksi.

Identifikasi Persyaratan teknis merupakan tahapan dalam proses pengolahan produk yang meliputi proses bahan baku, pemotongan, pencucian, penyangraian perutan kelapa, penghalusan bumbu, pemasakan, penyajian. Persyaratan teknis tersebut merupakan proses pengolahan yang harus dilalui hingga produk sampai ke konsumen.

### **Analisis Hubungan Antara Atribut Kualitas dengan Persyaratan Teknis**

Matriks relationship merupakan hasil analisis dengan mengaitkan dan menentukan hubungan antara atribut kualitas dan persyaratan teknis. Pada matriks ini, dapat diketahui adanya pengaruh persyaratan teknis terhadap atribut kualitas ataupun sebaliknya. Hubungan antara keduanya dinyatakan dalam hubungan kuat (●), sedang (○) dan lemah △ hingga tidak memiliki hubungan (kosong).

### **Analisis Korelasi Hubungan antar persyaratan teknis**

Nilai hubungan antara persyaratan teknis dipengaruhi oleh hasil wawancara dan diskusi dengan produsen Bagar Hiu Inga Raya Bengkulu. Penilaian ini diberikan dengan pertimbangan keadaan proses produksi sekarang serta kelemahan dan kelebihan kegiatan Bagar Hiu saat ini. Penilaian dilakukan sehingga diketahui hal-hal teknis apa saja yang saling berhubungan, baik hubungan positif kuat (++), positif lemah (+), dan (kosong) tidak ada hubungan. Berdasarkan gambar 1, tidak semua proses produksi memiliki hubungan nyata dengan proses lainnya. Namun secara keseluruhan, hubungan antar persyaratan teknis dinyatakan memiliki hubungan yang positif, baik hubungan sedang ataupun hubungan lemah.

### **Penentuan Target Persyaratan Teknis Bagar Hiu Inga raya Bengkulu**

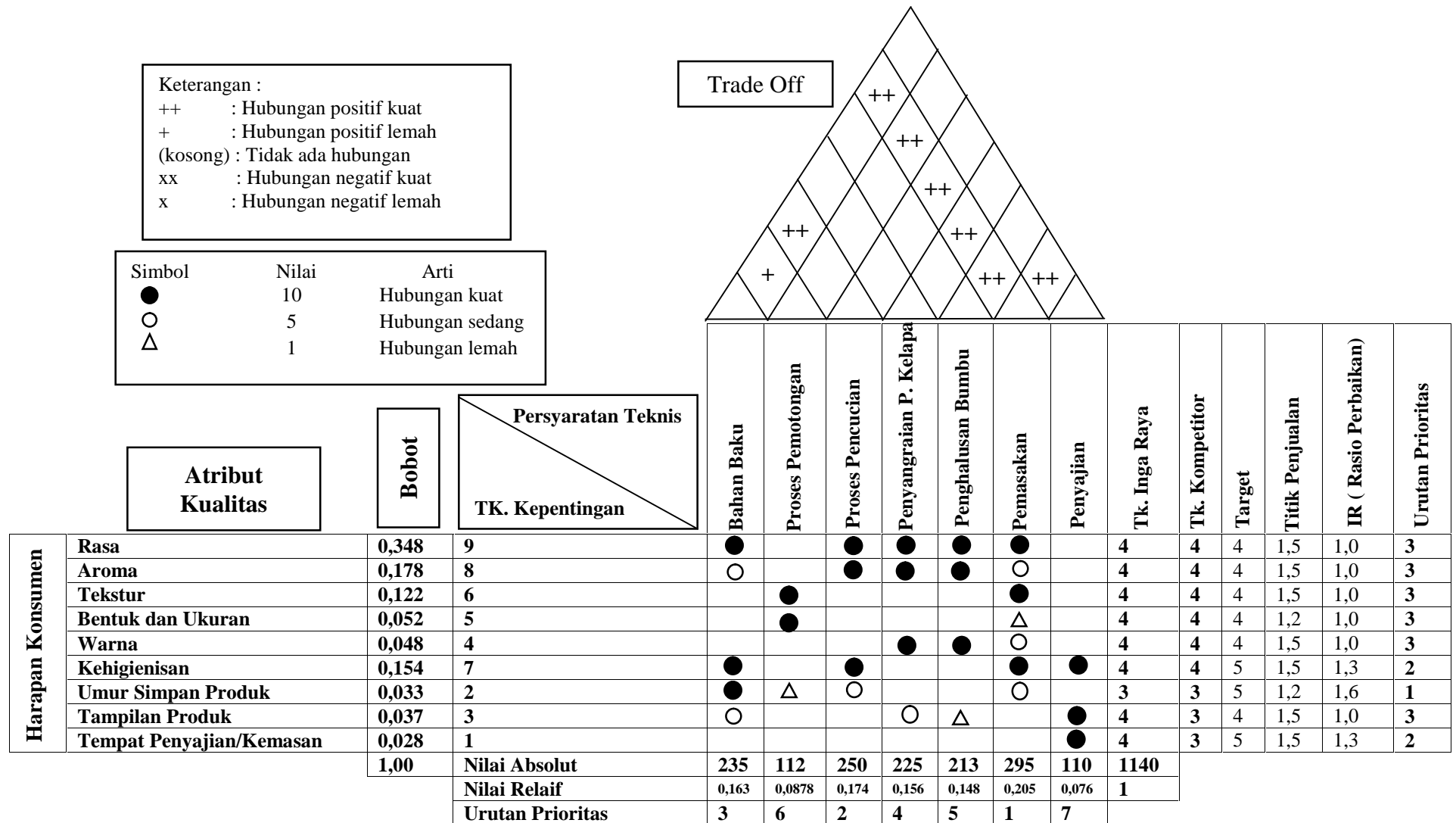
Penentuan target persyaratan teknis dilakukan dengan menggunakan skala likert 5 tingkat yang meliputi 1 sangat tidak baik, 2 kurang baik, 3 cukup baik, 4 baik dan 5 sangat baik. Hal ini bertujuan untuk mengetahui nilai yang ingin diambil untuk memenuhi harapan dari konsumen, melalui evaluasi setiap persyaratan teknis. Nilai target tertinggi ada pada proses pencucian dan pemasakan. Sesuai dengan penilaian tersebut, produsen menyatakan secara keseluruhan proses semuanya berada pada kategori baik. Produsen sangat mengharapkan semuanya masuk dalam kategori sangat baik, namun proses tersebut akan dicapai dan diwujudkan secara bertahap dan berkala.

### **Penentuan prioritas**

Penentuan prioritas merupakan tahap akhir dalam metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang dirumuskan dalam matriks *House of Quality*. Urutan prioritas ditentukan berdasarkan nilai absolut dan nilai relatif dari atribut kualitas. Prioritas dan persyaratan teknis diketahui dengan membandingkan kinerja produk sekarang dengan kepuasan pelanggan (Gaspersz, 2003)

### **Penentuan Nilai Absolut dan Nilai Relatif Persyaratan Teknis**

Melalui nilai absolut dan nilai relatif akan diketahui persyaratan teknis yang perlu diprioritaskan, baik berupa pengawasan yang lebih maksimal ataupun peningkatan dan pengalokasian sumber daya untuk tetap mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk. Berdasarkan tabel di atas produsen dituntut untuk lebih memaksimalkan proses pemasakan dan bahan baku



**Gambar 2.** Matriks *House of Quality* (HoQ) Bagar Hiu Inga Raya Bengkulu



## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Atribut yang menjadi harapan konsumen dalam pembelian produk Bagar Hiu Inga Raya Bengkulu terdapat 9 atribut yang terdiri dari rasa, aroma, tekstur, bentuk dan ukuran, warna, kehygienisan, umur simpan produk, tampilan produk dan tempat penyajian atau kemasan produk.
2. Tingkat kepentingan tertinggi ke sembilan dengan tertinggi pada rasa dan terendah yaitu pada tempat penyajian/kemasan. Sedangkan tingkat kepuasan tertinggi terdapat pada aroma dan pada umur simpan produk.
3. Prioritas perbaikan atribut kualitas yang diperlukan berdasarkan Matriks House of Quality (HoQ) Bagar Hiu Inga Raya Bengkulu yaitu, umur simpan produk, kehygienisan dan tempat penyajian atau kemasan sedangkan untuk persyaratan teknis yaitu proses pemasakan, bahan baku dan pencucian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. 2010. *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop h.m. Yamin medan*. Jurnal keuangan & bisnis 2 (1): 71-87.
- DKP Provinsi Bengkulu 2016. *Perikanan Tangkap*. Dinas kelautan dan perikanan provinsi Bengkulu.
- Gaspersz, V. 2003. *Total Quality Management (TQM)*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Hikmat, M. M. 2011. *Metode penelitian dalam perspektif ilmu komunikasi dan sastra*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. PT Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Miranda dan Amin W.T. 2003. *Istilah Penting Manajemen Mutu*. Harvarindo. Jakarta
- Rahmatika, I. N. 2008, *Penerapan Quality Function Deployment untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Biskuit di PT. Arnott's Indonesia, Tugas Akhir*, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Sunyoto. D. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama. Bandung
- Sulistiyawati, H. dan Juwari. 2005. *Penerapan Quality Function Deployment untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Restoran Boyong Kalegan*. Jurnal AGROSAINS, 18 (1) Januari, hal. 55-66
- Tyas, R.M. 2010. *Rancangan Kebutuhan Teknis Produk Bakso untuk Memenuhi Keputusan Konsumen dengan metode Quality Function Deployment (QFD)*. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Wibowo, S. & H. Susanto. 2005. *Sumber daya dan Pemanfaatan Hiu*. Penebar Swadaya, Jakarta, 2005, hlm. 4.

