

ISBN :978-602-19230-5-4

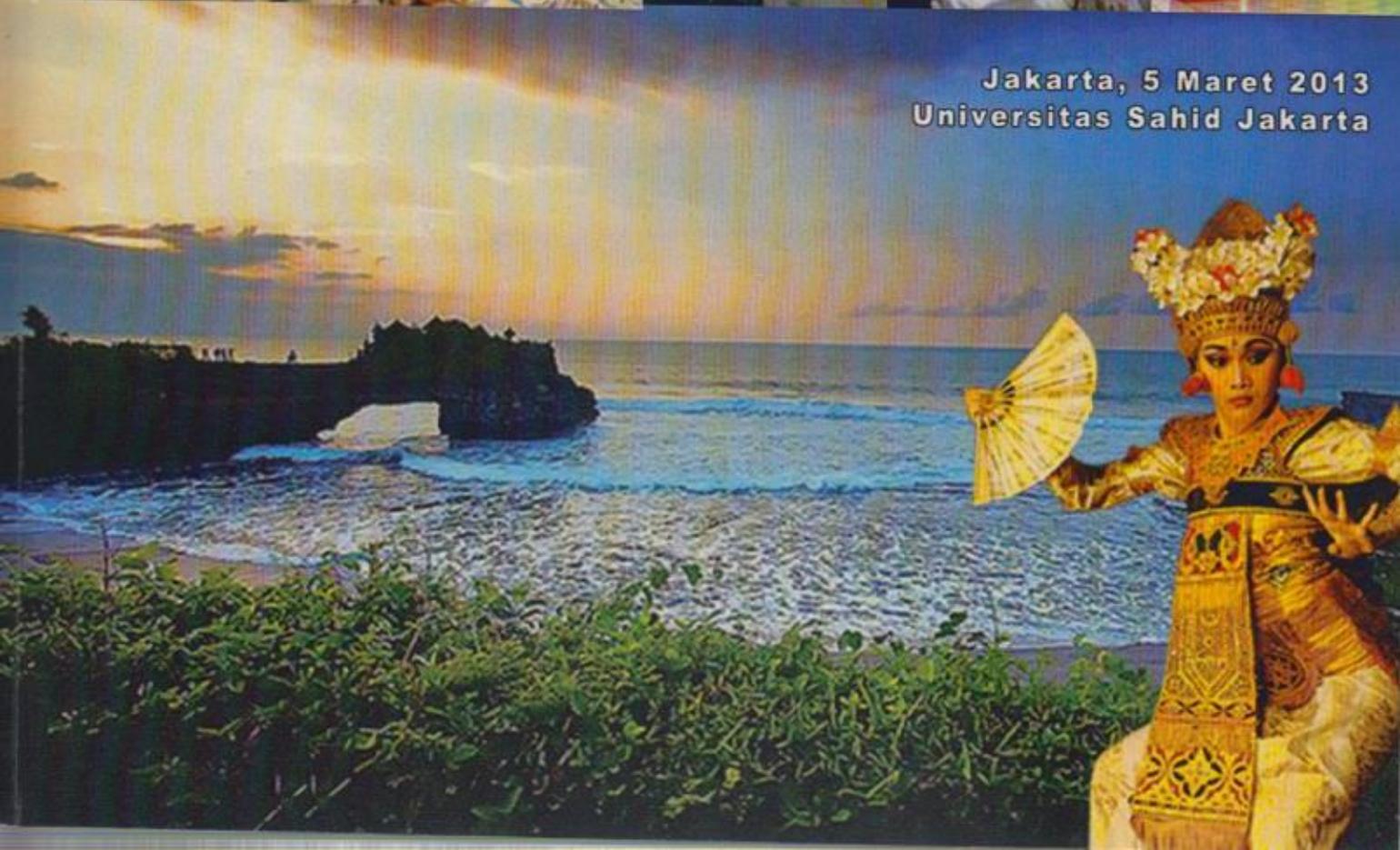
PROSIDING

Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan

"Revitalisasi Industri Pariwisata dan Kewirausahaan Nasional untuk Peningkatan Daya Saing Bangsa"



Jakarta, 5 Maret 2013
Universitas Sahid Jakarta



DAFTAR ISI

COVER

KATA PENGANTAR

KEPANITIAAN & REVIEWER

DAFTAR ISI

BAGIAN I : KAJIAN PARIWISATA

- | | | |
|----|---|-----|
| 1. | Identifikasi Faktor Penting Kebutuhan Wisatawan di TWM Berdasarkan Metode Owa Operator | 1 |
| | <i>Sri Lisa Susanty, Kohar Sulistyadi, Soecahyadi</i> | |
| 2. | Tri Hita Karana Sebagai Metode Pengelolaan Kebun Raya Dalam Upaya Optimalisasi Destinasi Wisata di Kota Bogor | 10 |
| | <i>Meizar Rusli, Nungky Puspita, Yustisia PM</i> | |
| 3. | Membumikan Paradigma Pembangunan Berkelanjutan Dalam Penegakan Hukum Lingkungan Sektor Bisnis Kepariwisata | 25 |
| | <i>Wahyu Nugroho, Liza Marina</i> | |
| 4. | Destination Branding yang Atraktif untuk Kota Jakarta : Membangun Identitas Destinasi yang Unik dan Menarik Melalui Stakeholders Relationships and Partnerships | 43 |
| | <i>Ade Suherlan</i> | |
| 5. | Model Perencanaan dan Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kelurahan Pondok Cabe Udik Kota Tangerang Selatan | 60 |
| | <i>Rina Kurniawati, Darmawan Damanik, FX. Setiyo Wibowo, Bambang Nursetyo Prasetyo</i> | |
| 6. | Analisis Pengaruh Kualitas Hiburan Terhadap Kepuasan Pelanggan Piza Kafe Mahakam | 74 |
| | <i>Rachmat Illiyas, Levyda, Ina G. Jamhur</i> | |
| 7. | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Starbucks Kemang Square Jakarta | 84 |
| | <i>Titik Septianingsih, Levyda, Ina G. Jamhur</i> | |
| 8. | Pengelolaan Pariwisata Terumbu Karang Berbasis Masyarakat | 99 |
| | <i>St. Laksanto Utomo</i> | |
| 9. | Program Apresiasi Bagi Pemerintah Daerah (PEMDA) dalam Melaksanakan Tata Kelola (Good Governance) Guna Memajukan Kepariwisata Daerah | 116 |
| | <i>Ismayanti, Titin Astuti, Ina Dhamhur, Sutiyastie S. Remi</i> | |

10.	<i>Sustainable Tourism Development Strategies With The AHP Method in West Sumbawa Regency, West Nusa Tenggara Province</i> <i>Khofif</i>	133
11.	Potensi Ekonomi Kreatif Kawasan Pariwisata Kota Tua Jakarta <i>Susiana Dewi Ratih, Dodi Riadi</i>	146
12.	Pengelolaan Lingkungan Kawasan Wisata Pulau Bintan <i>Laila Febrina, Linda Noviana, Pratiwi Bhetariana</i>	161
13.	Pengembangan Kualitas Produk Jasa Biro Perjalanan Umroh & Haji dengan Metode Servqual <i>Farhat Umar, Rahmatullah</i>	177
14.	Strategi Pemasaran Pemandian Air Panas Tirta Sanita Ciseeng <i>Ester Dwi Wahyuni</i>	192
15.	Model Pengukuran yang Dirasakan Penumpang KA Eksekutif <i>Levyda, Yashinta Soelasih, Marthin Nanere</i>	207
16.	Kewajiban Pelaku Usaha Pariwisata Melaksanakan <i>Corporate Social Responsibility</i> <i>Wahyuningsih</i>	224
17.	Analisis Pengembangan Obyek Wisata Cibulan Cirebon <i>Hana Khadijah, Levyda, Ismayanti</i>	237
18.	Analisa Faktor-Faktor Citra Merek Dalam Peningkatan Loyalitas Pelanggan <i>Kurniawan Gilang, Agustine</i>	253
19.	Studi Kebutuhan Air Bersih di Kota Bandung <i>Ninin Gusdini, Elsa Yustika</i>	270
20.	<i>Focus Group Discussion</i> Ekowisata Candi Gedong Songo Kabupaten Semarang <i>Kohar Sulistyadi, Nugroho B. Sukamdani</i>	282

BAGIAN II : KAJIAN KEWIRAUSAHAAN

21.	Kawasan Wisata Industri Daerah Kabupaten Sumedang Propinsi Jawa Barat Sebagai Wirausaha Lokal yang Dapat Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Sekitar <i>Aria Dimas Harapan, Derinta Entas, Marya Yenny, Hindun Nurhidayati</i>	291
22.	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i> Pada Kompetisi Restoran Sunda (Restoran Marga Jaya, Bekasi) <i>Shanti Pujilestari</i>	305 ✓
23.	Revitalisasi Pendidikan Kewirausahaan Sebagai Solusi De-Industrialisasi <i>Adhitya Ginanjar</i>	318

QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) PADA KOMPETISI RESTAURAN SUNDA (RESTAURAN MARGA JAYA, BEKASI)

Shanti Pujilestari

Fakultas Teknologi Industri Pertanian - Universitas Sahid Jakarta
e-mail : hajjahshanti@yahoo.co.id

ABSTRACT

The objective of this research are : (1) Identifying the most importance attributes of the sundanese restaurant's; (2) Identifying concrete importance structure of customer needs/expectation and identifying company's current service performance or capability to satisfy the customer needs compare to that its key competitor; and (3) to expedite that development of innovative products and services throught the identification of the worse attributes and embedding them for relationship analysis between it's attributes and the restaurant's process. With applying QFD methode to analyze Marga Jaya case study, the data from the customer that are provide by the "House of Quality". From the customer's expectation side, the three expert in this study proposed that the 24 products and services of the sundanese restaurant's attributes. The most importance of the attributes of the sundanese restaurant's is sundanese specialty. The concrete importance structure of customer needs/expectation and identifying company's current service performance or capability to satisfy the customer needs compare to that its key competitor is employee's friendliness and hospitality. Marga Jaya showed worse performance than its competitor in terms of employee's ability in describing products, employee's responsiveness in answering customer's questions and employee's cleanliness and tidiness. Two worse attributes restaurant : Employee's ability in describing products and employee's responsiveness have strong relationship with the serving activity, although employee's cleanliness and tidiness attribute has strong relationship between processing and serving activities.

Key words : QFD, quality, attributes, competitor and restaurant

PENDAHULUAN

*Quality Function Deployment (QFD) merupakan suatu alat yang pada awalnya dikembangkan di Kobe Shipyard pada industri Mitsubishi (Govers, 1996). Sebagai alat perbaikan mutu seperti dalam Total Quality Management (TQM), maka QFD sering disebut dengan "Rumah Mutu". Menurut Verma, Chilakapati dan Blanchard (1994) selain mengidentifikasi keinginan konsumen serta tingkat kepentingannya, QFD juga membuat atribut *benchmarking* berdasarkan persepsi dari konsumen. *Benchmarking* adalah proses secara kontinyu membandingkan industri kita dengan industri lain yang merupakan *business**

leader yang berada di manapun untuk mendapatkan informasi dalam membantu industri kita untuk meningkatkan *performance* (American Productivity and Quality Center, 1999).

Restauran tradisional seperti restoran sunda merupakan sebuah industri yang memiliki faktor permintaan secara berkelanjutan, artinya selalu diminati konsumen sampai waktu yang akan datang. Disamping bahwa beberapa tahun terakhir, masyarakat menyukai wisata kuliner, diantaranya dengan pergi ke tempat-tempat yang menyediakan makanan tradisional. Industri restoran sunda saat ini tidak hanya memenuhi kebutuhan manusia akan makanan tetapi juga merupakan tempat untuk berwisata, bersantai dan bersosialisasi, bahkan melakukan kegiatan bisnis.

Disamping itu, kebiasaan makan ke luar rumah merupakan gaya hidup yang dipilih bagi kehidupan modern seperti sekarang ini. Faktor lain, seperti dikatakan oleh Walker dan Lundberg (2001), bahwa pendapatan yang lebih tinggi, akan menyebabkan orang memilih makan di luar rumah. Hal ini mengindikasikan bahwa menikmati makan di luar rumah adalah kebiasaan yang dimiliki oleh masyarakat dari golongan ekonomi menengah ke atas. Keadaan lain di Amerika Utara menurut Powers (1995) adalah menikmati pelayanan makanan di luar rumah merupakan gaya hidup utama bagi penduduk Amerika Utara, penduduk Amerika ini membelanjakan hampir sebagian anggaran keuangannya (43.5%) untuk makan di luar rumah. Bahkan dari data kasar dapat dikatakan setengah penduduk Amerika Utara makan di restoran minimum 1 kali dalam sebulan. Brymer (2000) mengatakan bahwa gaya hidup makan di luar rumah dipicu karena orang tidak memiliki waktu banyak untuk memasak dan mempersiapkan makanan. Sebagai konsekwensi dari beberapa hal yang dikemukakan, restoran sebagai salah satu tempat yang dipilih oleh konsumen untuk makan di luar rumahnya harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dari sisi pelayanan maupun produk.

Bermunculannya berbagai restoran tradisional membuat persaingan diantara restoran sendiri cukup ketat. Sebagai salah satu restoran di Bekasi, Marga Jaya menawarkan konsep restoran sunda yang juga mempunyai peluang untuk memenangkan kompetisi dari pesaingnya, yaitu salah satu restoran sejenis

yang dianggap *leader* pada industri restoran sunda di suatu wilayah. Berdasarkan Peta Kompetisi Restoran (BAPENDA Bekasi, 2005), Restoran Marga Jaya berada di “*Orange Area*”, yang berarti restoran Marga Jaya berada di wilayah yang memiliki persaingan tinggi di bidang restoran. Sehubungan dengan konteks tersebut, maka penelitian ini mengaplikasikan *Quality Function Deployment* (QFD) sebagai alat yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut mutu yang krusial untuk diperbaiki dibandingkan dengan restoran pesaing pada industri restoran sunda.

METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan “Rumah Mutu” yang pada dasarnya merupakan matriks dari QFD. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang makan di restoran Marga Jaya Bekasi, dapat berkomunikasi dengan baik dan berusia lebih dari 17 tahun pada saat penelitian. Proses pemilihan responden dilakukan dengan *convenience sampling method*. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 95 orang.

QFD dilakukan pertama kali dengan cara mendiskusikan secara dalam mengenai atribut mutu restoran sunda baik atribut layanan maupun produk dengan 3 orang pakar di bidang restoran. Atribut mutu layanan dikembangkan dari Parasuraman et al. (1988) yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Sedangkan atribut mutu produk dikembangkan dari Gasperzs (1997) serta Palacio dan Theis (1997) yaitu terdiri dari kecepatan, harga, presentasi, alasan kesehatan, rasa, kesegaran dan temperatur. Kuesioner yang sudah dibuat berdasarkan pengembangan atribut mutu layanan dan produk dilakukan uji validitas dan realibilitas kepada 30 responden, atribut mutu restoran sunda yang dimengerti oleh konsumen akan dimasukkan ke dalam kuesioner untuk penelitian utama.

Selanjutnya dilakukan pembobotan atribut mutu restoran sunda oleh ke-3 orang pakar restoran tadi. Pembobotan dilakukan dengan bantuan program *expert choice version 11*. Atribut mutu akan diurutkan berdasarkan bobot yang paling tinggi sampai bobot paling rendah. Atribut mutu yang memiliki bobot tertinggi

merupakan atribut yang terpenting diikuti oleh atribut lain berdasarkan urutan bobotnya (kepentingannya).

Setelah diketahui atribut mutu berdasarkan kepentingannya maka dibentuklah "Rumah Mutu" berdasarkan cara yang telah dilakukan Subagyo (2000) dan Rampersad (2001), dengan membandingkan kedudukan restoran Marga Jaya dengan restoran sunda yang lain (dalam makalah ini disebut dengan Restoran A). Selain itu keunggulan bersaing juga mementingkan aspek harapan konsumen terhadap mutu layanan dan produk pada industri restoran sunda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Restoran Marga Jaya

Restoran Marga Jaya adalah restoran yang merupakan restoran sunda tertua yang berada di daerah Bekasi. Pertama kali berdiri pada tahun 1983, restoran ini didirikan pada saat restoran sunda lain belum berdiri di Bekasi. Saat ini restoran Marga Jaya telah mempunyai satu cabang di daerah Cikarang. Marga Jaya mempunyai 50 orang karyawan. Meskipun berdiri sejak 30 tahun yang lalu, restoran Marga Jaya masih menggunakan manajemen keluarga.

Restoran Marga Jaya memiliki konsep restoran sunda yang merupakan salah satu restoran etnik di Indonesia. Restoran Marga Jaya menawarkan makanan dari sayur-sayuran, suasana pedesaan dan kebersahajaan dari pelayannya seperti restoran sunda lainnya. Salah satu menu favorit dari restoran ini adalah gurame goreng. Sedangkan visi dari restoran Marga Jaya adalah menjadi restoran sunda yang unggul di daerah Bekasi.

Karakteristik konsumen

Secara umum karakteristik konsumen restoran Marga Jaya adalah berumur 41-50 tahun (26,32%), laki-laki (57,89%), pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS) (46,32%), dengan pendapatan antara 2 – 3 juta (34,74%). Umur 17-45 tahun adalah usia produktif dalam siklus kehidupan, umur konsumen restoran Marga Jaya diantaranya adalah usia produktif, karena umur produktif sangat mempengaruhi kebiasaan konsumen. Disamping itu Sumarwan (2003)

mengatakan bahwa umur konsumen juga mempengaruhi ketertarikan konsumen dalam mengonsumsi suatu produk. PNS merupakan salah satu bidang pekerjaan konsumen restoran Marga Jaya, hal ini diduga karena selain menikmati hidangan, ada pembicaraan bisnis atau sekedar menerima tamu dari luar kantor yang dilakukan di restoran Marga Jaya. Pendapatan yang lebih tinggi menurut Walker dan Lundberg (2001) akan menyebabkan orang memilih makan di luar rumah, walaupun pendapatan terbanyak hanya sebesar 2-3 juta membuat orang sudah bisa memutuskan untuk makan di restoran Marga Jaya.

Survey Atribut Mutu Restoran Sunda

Setelah dilakukan wawancara mendalam dengan 3 orang pakar di bidang restoran maka didapatkan 26 atribut mutu restoran sunda, terdiri dari mutu produk dan mutu layanan. Hal ini sesuai dengan pendapat Palmer (1998) serta Johns dan Pine (2002) bahwa restoran dibangun atas kombinasi satu kesatuan dari layanan dan produk, kepuasan pelanggan didasarkan atas terpenuhinya keinginan pelanggan terhadap atribut-atribut produk dan layanan restoran tersebut. Hasil uji validitas dan realibilitas atribut-atribut mutu restoran Marga Jaya dapat dilihat pada Tabel 1.

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa dari 26 atribut mutu restoran sunda yang telah diuji validitas dan realibilitas, dihasilkan bahwa terdapat 2 (dua) atribut mutu yang tidak valid karena nilai korelasinya di bawah 5% (0,36) yaitu atribut mutu 'kesesuaian gambar dengan aslinya' dan 'respon restoran terhadap keluhan konsumen'. 2 (Dua) atribut mutu yang tidak valid tersebut dikeluarkan dari daftar pertanyaan, sehingga atribut mutu restoran sunda yang digunakan dalam daftar pertanyaan berikutnya adalah sebanyak 24 buah atribut mutu restoran sunda.

Tabel 1. Hasil uji validitas dan realibilitas atribut mutu restoran Marga Jaya

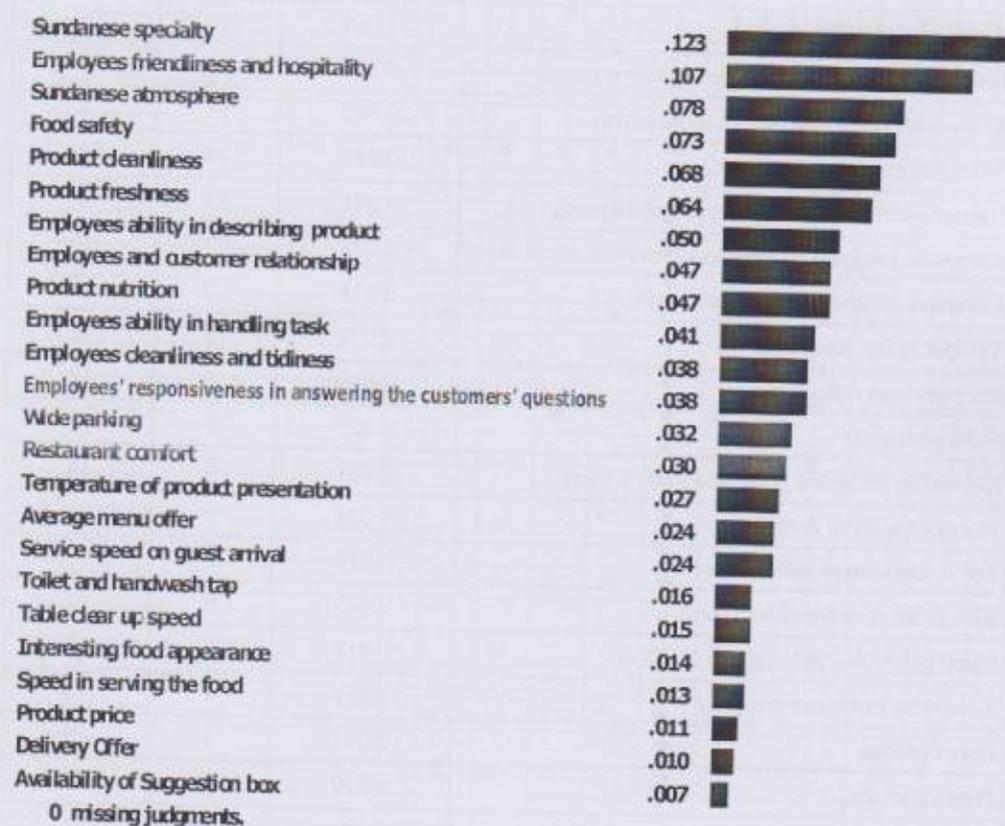
No	Atribut Mutu	Skor <i>Product Moment Correlation</i>			Validitas
		Harapan konsumen	Produk dan Layanan Restoran Marga Jaya	Produk dan Layanan Restoran A	
1	Suasana sunda	0.639(**)	0.712(**)	0.832(**)	Valid
2	Kerapihan dan kebersihan karyawan	0.545(**)	0.786(**)	0.460(*)	Valid
3	Kenyamanan restoran	0.788(**)	0.797(**)	0.768(**)	Valid
4	Toilet dan tempat cuci tangan	0.848(**)	0.695(**)	0.640(**)	Valid
5	Tempat parkir yang luas	0.702(**)	0.795(**)	0.716(**)	Valid
6	Penawaran menu favarit	0.799(**)	0.579(**)	0.694(**)	Valid
7	Penawaran delivery	0.856(**)	0.614(**)	0.743(**)	Valid
8	Kesesuaian gambar dengan aslinya	0.252	0.194	0.225	Tidak valid
9	Kecepatan melayani pada saat tamu datang	0.751(**)	0.719(**)	0.620(**)	Valid
10	Karyawan tanggap menjawab pertanyaan konsumen	0.786(**)	0.703(**)	0.699(**)	Valid
11	Kecepatan membersihkan meja	0.813(**)	0.846(**)	0.873(**)	Valid
12	Kemampuan karyawan menerangkan produk	0.747(**)	0.775(**)	0.743(**)	Valid
13	Keramahtamahan dan kesopanan	0.778(**)	0.846(**)	0.806(**)	Valid
14	Kemampuan karyawan menyelesaikan tugas	0.885(**)	0.897(**)	0.884(**)	Valid
15	Keakraban karyawan dengan konsumen	0.636(**)	0.639(**)	0.838(**)	Valid
16	Kotak saran	0.768(**)	0.695(**)	0.780(**)	Valid
17	Respon restoran terhadap keluhan konsumen	0.047	0.221	0.158	Tidak valid
18	Kecepatan hidangan disajikan	0.717(**)	0.775(**)	0.871(**)	Valid
19	Harga produk	0.733(**)	0.742(**)	0.698(**)	Valid
20	Penampilan/hiasan hidangan menarik	0.580(**)	0.720(**)	0.779(**)	Valid
21	Nilai gizi produk	0.784(**)	0.727(**)	0.694(**)	Valid
22	Kebersihan produk	0.746(**)	0.790(**)	0.673(**)	Valid
23	Keamanan pangan	0.695(**)	0.698(**)	0.605(**)	Valid
24	Cita rasa khas sunda	0.755(**)	0.683(**)	0.751(**)	Valid
25	Kesegaran produk	0.717(**)	0.707(**)	0.577(**)	Valid
26	Suhu penyajian	0.773(**)	0.786(**)	0.728(**)	Valid

Keterangan : (**) korelasi signifikan pada taraf 0,01

(*) korelasi signifikan pada taraf 0,05

Identifikasi Atribut Mutu Paling Penting pada Restoran Sunda

Pembobotan atribut mutu restoran sunda dilakukan untuk mengurutkan atribut mutu yang paling penting sampai atribut mutu yang paling tidak penting. Hasil pembobotan atribut mutu restoran sunda dengan menggunakan *Expert choice version 11* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil pembobotan atribut mutu restoran sunda menggunakan *expert choice version 11*

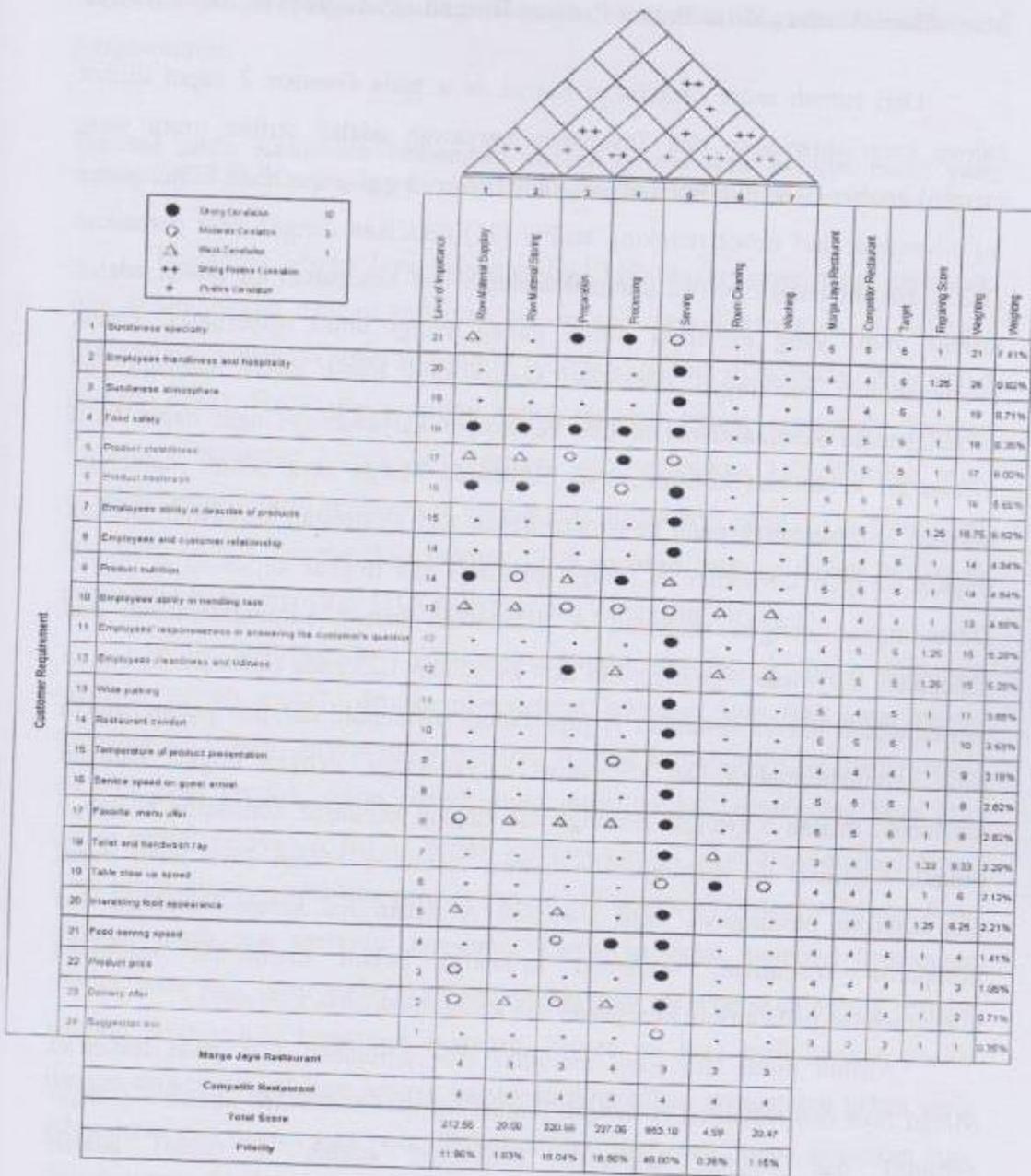
Dari Gambar 1 dan Tabel 2, maka dibuatlah skor dan rangking dari masing-masing atribut mutu restoran sunda. Skor tertinggi adalah 21 yang menunjukkan cita rasa khas sunda merupakan atribut mutu yang paling penting di restoran sunda. Pembobotan, skor dan rangking atribut mutu restoran sunda dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pembobotan, skor dan rangking atribut mutu restoran sunda

Atribut Mutu	Pembobotan	Skor	Rangking
Cita rasa khas sunda	0.123	21	1
Keramahtamahan dan kesopanan karyawan	0.107	20	2
Suasana sunda	0.078	19	3
Keamanan pangan	0.073	18	4
Kebersihan makanan	0.068	17	5
Kesegaran produk	0.064	16	6
Kamampuan karyawan menerangkan produk	0.050	15	7
Keakraban karyawan dengan konsumen	0.047	14	8
Nilai gizi produk	0.047	14	8
Kemampuan karyawan menyelesaikan tugas	0.041	13	9
Karyawan tanggap menjawab pertanyaan konsumen	0.038	12	10
Kerapihan dan kebersihan karyawan	0.038	12	10
Tempat parkir yang luas	0.032	11	11
Kenyamanan restoran	0.030	10	12
Suhu penyajian	0.027	9	13
Kecepatan melayani pada saat tamu datang	0.024	8	14
Penawaran menu favorit	0.024	8	14
Toilet dan tempat cuci tangan	0.016	7	15
Kecepatan membersihkan meja	0.015	6	16
Penampilan/hiasan hidangan menarik	0.014	5	17
Kecepatan hidangan disajikan	0.013	4	18
Harga produk	0.011	3	19
Penawaran delivery	0.010	2	20
Kotak saran	0.070	1	21

Rumah Mutu

Rumah mutu dibangun berdasarkan hasil kuesioner diantaranya tentang hubungan antara atribut mutu restoran sunda dengan proses dan keeratan hubungan antar proses yang telah didiskusikan dengan 3 orang pakar restoran. Rumah mutu restoran Marga Jaya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Rumah Mutu Restoran Marga Jaya (Shanti Pujilestari, 2008)

Data lainnya adalah harapan konsumen terhadap mutu atribut di restoran sunda dan kenyataan yang diperoleh pada saat konsumen berkunjung ke restoran Marga Jaya dan restoran sunda lain yang dianggap sebagai *business leading* dan merupakan restoran pesaing (restoran A).

Identifikasi Atribut Mutu Paling Penting Dibandingkan dengan Restoran A

Dari rumah mutu restoran Marga Jaya pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa keramahtamahan dan kesopanan karyawan adalah atribut mutu yang memiliki bobot (*weighing*) perbaikan yang paling tinggi yaitu 25 (8.82%), angka ini dihasilkan dari bobot rangking atribut (21) dikalikan dengan skor perbaikan (1.25), hal ini berarti bahwa keramahtamahan dan kesopanan karyawan adalah atribut mutu yang memiliki bobot paling tinggi untuk diperbaiki. Untuk memenangkan persaingan restoran, Marga Jaya harus dapat menjaga dan meningkatkan keramahtamahan dan kesopanan karyawannya agar dapat terus memenuhi kebutuhan konsumennya. Restoran Marga Jaya belum memenuhi harapan konsumennya pada keramahtamahan dan kesopanan karyawan, dengan tingkat harapan konsumen 5 (sangat penting) dan tingkat kepuasan 4 (puas). Dibandingkan dengan restoran A didapatkan bahwa keramahtamahan dan kesopanan karyawan juga memiliki skor perbaikan 1.25 pada restoran A, hal ini menunjukkan bahwa restoran A juga belum memenuhi harapan pelanggannya pada keramahtamahan dan kesopanan karyawannya, dengan tingkat harapan konsumen adalah 5 (sangat penting) dan tingkat kepuasan konsumen adalah 4 (puas). Keadaan ini menunjukkan bahwa restoran Marga Jaya telah dapat menyamakan pesaingnya yaitu restoran A dalam hal keramahtamahan dan kesopanan konsumen, walaupun keduanya belum memenuhi keinginan konsumennya pada atribut kesopanan dan keramahtamahan karyawan.

Atribut mutu lain yang memiliki skor perbaikan 1.25 pada restoran Marga Jaya dan restoran A dengan tingkat harapan konsumen adalah 5 (sangat penting) dan tingkat kepuasan konsumen adalah 4 (puas) adalah penampilan/hiasan yang menarik. Atribut ini menempati rangking ke-16 dengan bobot 6.25 (2.21%). Keadaan ini juga menunjukkan bahwa restoran Marga Jaya telah menyamakan restoran A pada beberapa atribut penampilan/hiasan yang menarik.

Dalam memenangkan persaingan restoran Marga Jaya dapat memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai bagaimana sikap menghadapi konsumen terutama keramahtamahan dan kesopanan. Tema lain yang dapat diangkat adalah

membuat hiasan yang baik bagi hidangan, kemudian diajarkan kepada para karyawannya.

Inovasi pada Kekuatan hubungan antara proses dan atribut mutu yang mempunyai skor kepuasan kurang dibandingkan dengan restoran A

Restoran Marga Jaya juga memiliki kekurangan yang harus diperbaiki bila dibandingkan dengan restoran A, dengan tingkat kepuasan di restoran Marga Jaya adalah 4 (puas) sedangkan tingkat kepuasan di restoran A adalah 5 (sangat puas). Ke-3 (tiga) atribut mutu tersebut belum memenuhi harapan konsumen restoran Marga Jaya, dengan skor perbaikan 1.25. Atribut mutu tersebut berturut-turut berdasarkan tingkat kepentingannya yaitu : (1) Kemampuan karyawan dalam menerangkan produk; (2) Karyawan tanggap dalam menjawab pertanyaan konsumen; dan (3) Kebersihan dan kerapihan karyawan.

Untuk memenangkan persaingan dengan restoran A maka dilakukan analisis "rumah mutu" dengan penggunaan kekuatan hubungan antar proses terhadap ke-3 (tiga) atribut mutu tersebut. Atribut kemampuan karyawan dalam menerangkan produk dalam rumah mutu memiliki hubungan yang kuat (10) dalam proses pelayanan, hal ini berarti karyawan harus lebih dioptimalkan dalam ilmu pengetahuannya tentang produk yang disediakan oleh restoran Marga Jaya, sehingga pada saat melayani konsumen karyawan dapat memberi keterangan produk pada saat tamu melakukan pemesanan atau menerangkan segala sesuatu tentang produk bila konsumen bertanya. Proses ini juga berhubungan positif dengan proses pengolahan, artinya karyawan diharapkan mengetahui bahan yang dibutuhkan dan proses saja yang dilakukan pada saat suatu menu disiapkan atau diolah untuk dihidangkan kepada tamu. Proses ini berhubungan sangat positif dengan proses membersihkan ruangan, bila terdapat karyawan yang sedang membersihkan meja atau ruangan dan terdapat konsumen yang bertanya tentang produk yang ditawarkan maka diharapkan karyawan tersebut tetap dapat menjawab pertanyaan dengan baik. Pelatihan internal dengan peserta karyawan pelayanan dapat dilakukan restoran Marga Jaya dengan mengangkat tema "Produk restoran Marga Jaya".

Atribut karyawan tanggap pada pertanyaan konsumen dalam rumah mutu memiliki hubungan yang kuat (10) pada proses pelayanan, hal ini berarti karyawan harus dioptimalkan dalam merespon pertanyaan konsumen pada saat melayani konsumen. Proses pelayanan berhubungan positif dengan pengolahan dan berhubungan sangat positif dengan proses pembersihan ruangan. Karyawan harus tanggap walau sedang melakukan pengolahan di dapur maupun sedang membersihkan meja atau ruangan maka diharapkan karyawan tetap menanggapi dengan baik segala pertanyaan, komentar, maupun keluhan dari konsumen.

Atribut kebersihan dan kerapian karyawan dalam rumah mutu mempunyai hubungan yang kuat (10) dengan proses pengolahan dan pelayanan. Hal ini berarti restoran harus mempengaruhi karyawannya untuk bisa berpakaian bersih dan rapih pada saat pengolahan, kebersihan pakaian karyawan pada saat pengolahan juga berhubungan dengan kebersihan dan keamanan makanan yang diolah, dimana keamanan dan kebersihan makanan menempati urutan ke-5 (bobot = 6.35%) dan ke-6 (bobot = 6.00%). Begitu pula pada pelayanan, restoran Marga Jaya harus dapat mempengaruhi karyawannya untuk menggunakan pakaian yang bersih dan rapih pada saat melayani konsumen, agar produk yang disajikan akan terkesan bersih dan mempunyai penampilan yang bersih dan rapih. Tema pelatihan internal yang dapat diangkat adalah "Penampilan menarik seorang karyawan restoran". Pelatihan bisa juga berupa diskusi dalam *morning tea*, yaitu sebelum aktivitas pagi karyawan *breafing* terlebih dahulu dengan tema yang telah ditentukan.

KESIMPULAN

1. Cita rasa khas sunda adalah atribut mutu paling penting pada restoran sunda yaitu dengan pembobotan 0.123 dan skor 21.
2. Keramahamahan dan kesopanan karyawan adalah atribut mutu yang memiliki bobot paling tinggi untuk diperbaiki yaitu 25 (8.82%), walaupun pada restoran Marga Jaya dan restoran A sama-sama belum memenuhi harapan konsumennya
3. 2 (dua) atribut mutu yang skor kepuasannya di bawah restoran pesaing (restoran A) memiliki hubungan yang sangat erat dengan proses pelayanan.

yaitu : (1) Kemampuan karyawan dalam menerangkan produk dan; (2) Karyawan tanggap dalam menjawab pertanyaan konsumen. Sedangkan atribut mutu kebersihan dan kerapihan karyawan memiliki hubungan yang sangat erat dengan proses pengolahan dan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- American Productivity and Quality Center, 1999. What is the best practice? <<http://www.apqc.org/apqcfaq.htm>>
- BAPENDA Bekasi, 2005. Data dan Statistik Kota Bekasi
- Johns, N. dan Pine. T., 1996. Investigating the perceived component of the meal experience, using perceptual gap methodology, *Progress in Tourism and Hospitality Research*, Vol 2 No.1.
- Parasuraman A., Zeithaml, V., and Berry, L., 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Palmer, A., 1998. *Principles of Marketing (2nd Edition)*. London : Mc Grow Hill, Inc.
- Rampersad, H. K., 2001. *Total Quality Management*. Berlin : Springer.
- Subagyo, P., 2000. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta : BPFE.
- Walker, J. R. dan Lundberg, D. E., 2001. *The Restaurant*. New York : John Wiley & Sons INC.