

## EVALUASI KUALITAS PRODUK PADA USAHA KREASI GEMILANG

Stephilia Fransiska

Jurusan Manajemen, Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra  
E-mail: [stephilia96@gmail.com](mailto:stephilia96@gmail.com)

**Abstract:** *This research was intended to evaluate the product quality on Kreasi Gemilang. The type of this research was qualitative descriptive research method. The method of the data collection in this research was carried out through a semi-structured interview to six informants, consisting of 3 consumers of Kreasi Gemilang, 2 internal personnel of the company, and 1 expert in the field of food industry. Validity test used credibility test with the method of source triangulation. In this research, the product quality was measured using nine indicators: color, appearance, portion, shape, temperature, texture, aroma, cooked level and taste. The result of this research showed that fried potatoes of Kreasi Gemilang needed some improvement for its future business development, such as adding the variant of the portion to make the consumers can purchase according to the need of the consumers and add more ingredients, add the variant of the ingredients with better quality, study and observe the production process to achieve a better texture, re-check before serving the consumers in order to prevent burnt and or oily fried potato so that the appearance of Kreasi Gemilang fried potatoes can be attractive, replace the packaging into better packaging, and have a company standard in producing fried potatoes to maximize the quality of the finished products to reach its maximum level and do not disappoint the consumers.*

**Keywords:** portion, taste, texture, appearance, cooked level.

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas produk pada usaha Kreasi Gemilang. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara semi terstruktur yang dilakukan kepada enam orang informan, yang terdiri dari 3 orang konsumen Kreasi Gemilang, 2 orang internal perusahaan, dan 1 orang ahli di bidang makanan. Uji validitas menggunakan uji kredibilitas dengan metode triangulasi sumber. Pada penelitian ini, kualitas produk diukur menggunakan sembilan indikator, yaitu warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kentang goreng Kreasi Gemilang perlu dilakukan perbaikan untuk pengembangan usaha kedepannya, seperti menambah varian porsi sehingga konsumen bisa membeli sesuai dengan kebutuhan konsumen dan bumbu menjadi lebih banyak, menambah varian rasa bumbu kentang goreng Kreasi Gemilang agar konsumen tidak bosan dan mengganti bumbu dengan kualitas yang lebih baik, untuk mendapatkan tekstur yang baik bisa dilakukan dengan belajar dan memperhatikan proses produksi, agar penampilan kentang goreng Kreasi Gemilang bisa menarik maka harus dilakukan pengecekan sebelum disajikan pada konsumen apa ada yang gosong atau tidak, berminyak atau tidak dan mengganti packaging menjadi lebih baik, dan Kreasi Gemilang harus memiliki standar perusahaan dalam memproduksi kentang goreng agar kualitas yang dihasilkan bisa maksimal dan tidak mengecewakan konsumen.

**Kata kunci:** porsi, rasa, tekstur, penampilan, tingkat kematangan.

## PENDAHULUAN

Jumlah penduduk di Surabaya dari tahun ke tahun terus meningkat. Hasil sensus penduduk yang penulis ambil dari situs resmi Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur pada tanggal 27 September 2017 menunjukkan bahwa jumlah penduduk tahun 2010 adalah 2.771.615. Pada tahun 2014 penduduk Surabaya meningkat menjadi 2.833.924. Pada tahun 2015 penduduk Surabaya meningkat sebesar 0,52% yakni menjadi 2.848.583. Peningkatan jumlah penduduk juga dapat membuat industri makanan juga meningkat (Sumber; BPS Jawa Timur). Hal tersebut juga didukung dengan data yang penulis ambil dari situs Agri Bisnis pada tanggal 13 Oktober 2017, berikut adalah data yang diambil:

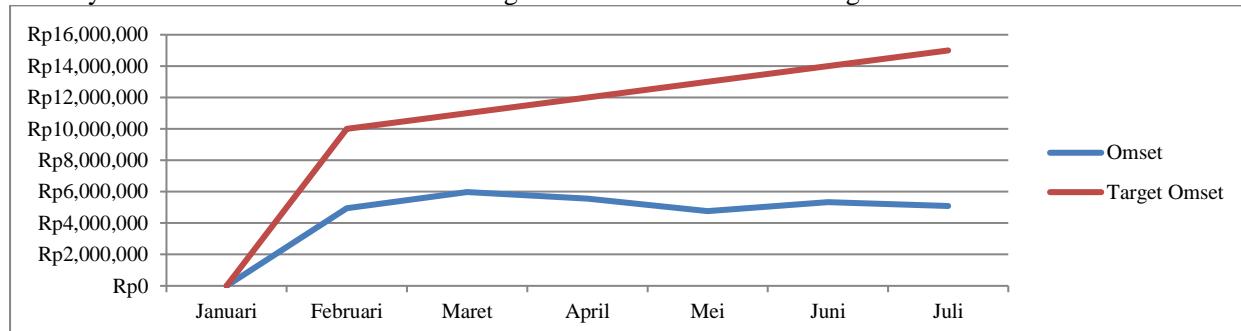
Tabel 1 Tabel Perkembangan Ekonomi Kreatif Dari Berbagai Sektor

No.	Lapangan Usaha	2011	2012	2013	2014	2015
1	Industri Makanan dan Minuman	5,24%	5,31%	5,14%	5,32%	5,61%
2	Ekspor Kerajinan Tangan	–	15.54%	17.77%	20.18%	21.72%
3	Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	0,28%	0,25%	0,26%	0,27%	0,27%
4	Industri Furnitur	0,28%	0,26%	0,26%	0,27%	0,27%

Sumber : BPS, Pusdatin Kemenperin, (2017)

Tabel 1 menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif dari berbagai sektor mengalami kenaikan setiap tahunnya, khususnya industri makanan dan minuman. Fakta tersebut membuat Kreasi Gemilang masuk ke industry makanan, khususnya makanan ringan.

Perusahaan Kreasi Gemilang merupakan perusahaan yang menjual kentang goreng dengan bahan baku yang berkualitas karena bahan baku kentang yang digunakan berasal dari Belgia. Kreasi Gemilang memiliki keuntungan karena distributor dari bahan baku kentang Kreasi Gemilang merupakan kerabat, sehingga Kreasi Gemilang mendapatkan harga bahan baku kentang yang murah tanpa ada batasan kuota pembelian. Oleh karena itu harga kentang goreng yang Kreasi Gemilang jual bisa lebih unggul dibanding perusahaan sejenis dengan kualitas produk yang tidak kalah juga. Kreasi Gemilang membuka gerai pertamanya di Ruko Kartika Niaga, Kebraon, Surabaya. Berikut adalah data omset dan target omset dari Kreasi Gemilang :



Gambar 1 Omset dan Target Omset Kreasi Gemilang

Sumber : Data Internal, (2017)

Gambar 1 menunjukkan bahwa Kreasi Gemilang memiliki target omset setiap bulan yang selalu naik, namun seiring berjalannya waktu omset yang dihasilkan tidak sesuai dengan target omset yang ditentukan, bahkan cenderung turun. Penurunan ini dikarenakan kurangnya penjualan produk Kreasi Gemilang.

Fakta lain yang penulis dapatkan selama berjualan di Ruko Kartika Niaga, Kebraon, Surabaya adalah Kreasi Gemilang merupakan satu – satunya penjual kentang goreng di lokasi tersebut. Penjual makanan ringan lain selain kentang goreng adalah pentol, gorengan, sempol, dan batagor. Produk Kreasi Gemilang juga dapat dikatakan *fresh from the oven* dalam penyajiannya karena produk diolah pada saat ada pesanan dari konsumen. Selain itu, di Ruko Kartika Niaga, Kebraon, Surabaya merupakan lokasi yang strategis karena berada di sebelah Bank BRI, bersebrangan dengan Indomaret, dan sejajar dengan supermarket Giant sehingga banyak orang yang datang. Fakta tersebut menunjukkan bahwa tidak ada masalah lain selain kualitas produk yang membuat penjualan menurun karena faktor lokasi bukan merupakan faktor yang menyebabkan penurunan omset.

Setelah melakukan prasurvei pada konsumen Kreasi Gemilang dan observasi pada perusahaan sejenis, dapat diketahui bahwa Kreasi Gemilang masih memiliki beberapa kekurangan terutama di kualitas produk. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas produk pada usaha Kreasi Gemilang sudah baik atau belum. Melalui penelitian ini juga Kreasi Gemilang bisa mengetahui apa saja yang menjadi hambatan untuk pengembangan usaha kedepan.

## LANDASAN TEORI

### Evaluasi

Evaluasi produk merupakan proses yang sistematis dan berkelanjutan untuk mengumpulkan, mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan menyajikan informasi untuk dapat digunakan sebagai dasar membuat keputusan, menyusun kebijakan maupun menyusun program selanjutnya (Widoyoko, 2012:4). Menurut Djohan (2016:97) secara umum evaluasi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu (1) Evaluasi Formatif, evaluasi yang dilakukan berdasarkan kegiatan harian, mingguan, bulanan, bahkan tahunan yang bersifat sepotong-potong dengan tujuan untuk mengubah atau memperbaiki kegiatan program pembelian yang sedang berlangsung. Manfaat evaluasi formatif untuk perkembangan perusahaan dan mengetahui hambatan yang sedang dihadapi dan (2) Evaluasi Sumatif, evaluasi yang dilakukan untuk melihat hasil keseluruhan dari suatu program pembelian yang telah selesai dilaksanakan. Manfaat evaluasi sumatif untuk menilai keberhasilan program pembelian. Berdasarkan dua jenis evaluasi tersebut maka peneliti akan menggunakan jenis evaluasi formatif.

### Produk

Pengertian produk dapat dilihat dari dua sudut pandang, yang pertama dari sudut pandang produsen produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Yang kedua dari sudut pandang konsumen produk adalah segala sesuatu yang diterima pelanggan dari sebuah pertukaran dengan pemasar (Tjiptono, 2015:231).

### Kualitas produk

Menurut Kotler dan Keller dalam Diza, Moniharapon, & Ogi(2016) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi (Kotler dan Amstrong dalam Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016). Maka jika suatu produk ingin bersaing, kualitas produk itu sendiri harus sesuai atau lebih dari harapan konsumen sehingga produk tersebut layak diperjual belikan.

### Dimensi kualitas produk

Menurut menurut West, Wood dan Harger; Gaman dan Sherrington; serta Jones dalam Adinugraha dan Handojo (2015) terdapat 9 dimensi kualitas produk, yaitu (1)Warna, warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen; (2)Penampilan, makanan harus baik dilihat saat berada di piring, dimana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati; (3)Porsi, dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*. *Standard portion size* didefinisikan sebagai kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan; (4)Bentuk, bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi; (5)Temperatur, konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya, karena temperatur juga bisa mempengaruhi rasa; (6)Tekstur, ada banyak macam tekstur makanan yaitu halus atau tidak, keras atau lembut, cair atau padat, empuk atau tidak; (7)Aroma, aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut; (8)Tingkat kematangan, tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan. Misalnya, wortel yang direbus di dalam air mendidih yang lama akan membuat wortel menjadi lunak. Untuk makanan tertentu seperti steak setiap orang memiliki selera masing-masing untuk tingkat kematangan; dan (9)Rasa, titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis,

asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan di dalam makanan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu cara atau proses dalam menemukan fakta-fakta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Ibrahim (2015:52) pendekatan kualitatif adalah suatu cara atau proses kerja penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif kata atau kalimat, yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari mengumpulkan data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian. Adapun tujuan penelitian ini untuk menggambarkan realitas yang kompleks dan memperoleh pemahaman makna (Sugiyono 2016:23).

### Informan penelitian

Menurut Bungin (2014:78) informan peneliti adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Objek dari penelitian ini adalah perusahaan Kreasi Gemilang, sedangkan subjek dari penelitian ini adalah konsumen Kreasi Gemilang, internal perusahaan Kreasi Gemilang, dan ahli. Pemilihan subjek dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Arifin (2017:10) *purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dari peneliti sehingga sampel hanya representatif untuk populasi yang diteliti.

Tabel 2 Kriteria Informan

Informan	Kriteria	Tujuan
Konsumen Kreasi Gemilang	<ul style="list-style-type: none"><li>Lebih dari dua kali membeli produk Kreasi Gemilang</li><li>Berdomisili di Surabaya</li></ul>	Untuk mengetahui respon konsumen terhadap produk Kreasi Gemilang, sehingga menjadi bahan evaluasi.
Internal Perusahaan Kreasi Gemilang	<ul style="list-style-type: none"><li>Anggota dari perusahaan Kreasi Gemilang</li></ul>	Untuk mengetahui apa yang menjadi hambatan dan solusi yang akan dilakukan pada usaha Kreasi Gemilang.
Ahli	<ul style="list-style-type: none"><li>Memiliki pengalaman kerja 5-10 tahun dibidangnya</li><li>Memiliki sertifikasi di bidang <i>food and beverage</i></li></ul>	Untuk mengetahui solusi apa yang bisa diterapkan untuk perkembangan pada usaha Kreasi Gemilang.

Sumber: Data Diolah, (2017)

### Metode pengumpulan data

Para peneliti yang menggunakan metode penelitian kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan kata-kata dan perbuatan-perbuatan manusia sebanyak-banyaknya (Afrizal, 2016:20). Teknik wawancara semiterstruktur yang akan dipakai dalam penelitian ini.

### Wawancara semiterstruktur

Berbeda dengan wawancara terstruktur dimana peneliti menyiapkan sederet pertanyaan dengan pilihan jawaban yang ketat, melainkan peneliti hanya menyiapkan beberapa pertanyaan kunci untuk memandu jalannya proses tanya jawab wawancara (Ibrahim, 2015:89). Tujuan wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. (Sugiyono, 2016:73). Biasanya pertanyaan sudah disiapkan terlebih dahulu secara garis besar dan tidak terperinci sehingga wawancara yang dilakukan seperti sedang berbincang-bincang santai mengenai sesuatu.

### Validitas dan reliabilitas

Validitas dan reliabilitas merupakan bagian penting dalam penelitian ini. Menurut Afrizal (2016:167) validitas data berarti data yang sudah terkumpul dapat menggambarkan realitas yang ingin diungkapkan oleh peneliti. Cara yang penting dan mudah mendapatkan data yang valid dan reliabel dapat dilakukan dengan teknik triangulasi, berikut jabarannya (1)Triangulasi sumber, menurut Sugiyono (2016:127) untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber; (2)Triangulasi teknik, menurut Sugiyono (2016:127) untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama tetapi dengan teknik yang berbeda; dan (3)Triangulasi waktu, menurut Sugiyono (2016:127) sering mempengaruhi kredibilitas data.

Setelah mengetahui tiga macam teknik triangulasi, maka dari ketiga teknik triangulasi tersebut triangulasi sumber yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang valid dan reliable

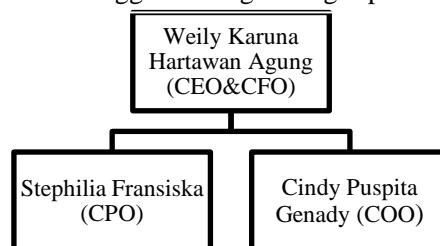
### Metode analisis data

Analisis data menurut Ibrahim (2015:105) merupakan suatu proses dalam mengatur urutan data, mengorganisasikanya dalam suatu pola, katagori, dan satuan uraian dasar, hingga proses penafsiran. Menurut Sugiyono (2016:91) aktivitas dalam analisis data dibagi menjadi tiga bagian, yaitu (1)Reduksi Data, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Tujuannya agar dapat memberikan gambaran yang jelas selain itu mempermudah peneliti dalam mencari data yang diperlukan; (2)Penyajian Data, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk ujian singkat atau naratif, bagan, hubungan antar katagori, *flowchart* dan sejenisnya; dan (3)Penarikan Kesimpulan, penarikan kesimpulan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskriptif atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih kurang jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Gambaran umum perusahaan

Kreasi Gemilang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Kreasi Gemilang sendiri sudah berdiri sejak tahun 2017 dan beranggotakan tiga orang seperti Gambar 2:



**Gambar 2 Susunan Kreasi Gemilang**

Sumber: Data Diolah, (2017)

Untuk bagian marketing kami semua bertanggung jawab dan memiliki tugas masing-masing yang sudah dibagikan. Setiap seminggu sekali kami melakukan evaluasi internal. Tujuan dari evaluasi internal sendiri lebih mendengarkan keluhan atau hambatan apa saja selama seminggu tersebut, lalu kami memikirkan bagaimana solusinya secara bersama-sama. Selain untuk mendengarkan keluhan atau hambatan, tujuan lainnya agar hubungan antar kelompok tetap terjaga baik dengan adanya komunikasi yang terbuka, seperti memberi masukan, kritikan, dan sebagainya terhadap kinerja masing-masing anggota.

#### Data informan

Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara semiterstruktur. Informan yang diwawancara sebanyak enam orang yang dipilih penulis menggunakan teknik *purposive sampling*.

**Tabel 3 Data Informan**

Nama Informan	Status Informan	Coding
Nurhayati	Konsumen	N
Jennifer Kurnia	Konsumen	JK
Natalia Soewondo	Konsumen	NS
Weily Karuna	Internal Perusahaan Kreasi Gemilang	WK
Cindy Puspita	Internal Perusahaan Kreasi Gemilang	CP
Valensia Budyanto	Ahli	VB

Sumber: Data Diolah, (2017)

#### Analisis data

##### Porsi

Pandangan ahli untuk porsi dari kentang goreng dan bumbunya juga kurang sehingga bumbunya tidak tercampur dengan rata, dinyatakan oleh informan sebagai berikut:

“...kalaupun saya lihat sih porsinya sebenarnya kurang ya karena untuk perorangan apalagi masyarakat Indonesia yang sangat suka sekali yang sangat suka sekali nyamil...”(VB) dan “...kurang rata terus setelah itu dia ada

*sedikit menggumpal, kalau nggak menggumpal diatas menggumpal dibawah, saya rasa itu dari bumbunya, bumbunya, bumbu bubuknya itu kurang kualitasnya... ”(VB).*

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan pada ahli kualitas produk masih terdapat permasalahan pada porsinya. Adapun saran yang diberikan konsumen untuk mengatasi permasalahan tersebut sebagai berikut:

*“...menurut saya ya ditambahin gitu varian porsinya supaya konsumen lebih gampang terus untuk bumbunya ya ditambahi tapi kembali lagi itu sesuai dengan selera setiap orang. Jadi lebih baik sebelum memberi bumbu ditanya terlebih dahulu mau bumbunya banyak atau enggak.”(CP).*

Hasil evaluasi dan perbaikan porsi kentang goreng Kreasi Gemilang masih kurang dan tidak pas. Berdasarkan permasalahan tersebut maka cara untuk memperbaiki porsi kentang goreng kreasi gemilang dengan cara menambah porsinya baik dari porsi kentang maupun bumbu. Tapi untuk bumbu harus disesuaikan lagi dengan konsumen.

#### **Rasa**

Peneliti menanyakan pendapat dari informan terutama konsumen Kreasi Gemilang yang fokus pada rasa. Hal ini didukung oleh pernyataan informan NS sebagai berikut:

*“Kalau rasa kentang gorengnya itu cukup enak ya. Yang saya kurang suka kan bumbunya itu. Bumbu kentang gorengnya terlalu nyegrak jadi kesannya ya bikin gampang sakit tenggorokan dan juga varian macam-macam bumbunya bosan.”(NS).*

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan kepada konsumen kualitas produk masih terdapat masalah di rasanya, adapun saran dari internal perusahaan untuk memperbaikinya sebagai berikut:

*“Ya lebih baik kalau bumbunya diganti, racik sendiri mungkin dan beli yang lebih mahal bukan yang murah-murah jadi kualitasnya juga terjaga seperti yang tadi saya sudah bilang dan ditambah lagi variannya, tapi ya survei lagi apa yang disuka mereka.”(WK).*

Hasil evaluasi dan perbaikan rasa kentang goreng Kreasi Gemilang enak dan tidak ada masalah, tetapi untuk bumbunya harus diganti atau meracik sendiri. Untuk penambahan varian rasa sendiri harus melakukan survei kepada konsumen.

#### **Tekstur**

Peneliti menanyakan pendapat dari informan terutama konsumen Kreasi Gemilang yang fokus pada tekstur. Hal ini didukung oleh pernyataan informan NS sebagai berikut:

*“...kalau tekstur ya. Emm, empuk-empuk saja kok tapi waktu dingin ada yang keras kentangnya. Kalau lembek, ya iya juga sih tapi tidak renyah gitu. Mungkin karena tidak renyah maknya lembek dan empuk ya.”(NS).*

Berdasarkan hasil evaluasi yang sudah dilakukan kepada konsumen diketahui bahwa tekstur kentang goreng Kreasi Gemilang memiliki beberapa masalah, oleh karena itu peneliti akan melakukan perbaikan sesuai dengan saran yang diberikan internal perusahaan sebagai berikut:

*“Ya digorengnya pakai alat jadi suhu panasnya itu terukur dan pasti, supaya tidak banyak menyerap minyak ya mending apinya dibesarin mungkin jadi kalau panas kan matang dan gurih terus kalau yang lembek dan tidak tahan lama kerenyahannya ya saya juga kurang paham mungkin bisa tanya sama yang ahli atau tanya siapa gitu yang paham.”(WK).*

Hasil evaluasi dan perbaikan tekstur kentang goreng Kreasi Gemilang masih tidak renyah, berminyak, cepat lembek, da nada beberapa kentang yang keras saat dingin. Berdasarkan permasalahan tersebut maka cara untuk memperbaiki tekstur kentang goreng Kreasi Gemilang dengan cara belajar dan memperhatikan beberapa hal penting lainnya dalam proses penyajian.

#### **Penampilan**

Pandangan ahli untuk penampilan kentang goreng Kreasi Gemilang ada yang gosong, bumbu tidak rata, dan packaging yang tidak pas, dinyatakan oleh informan sebagai berikut:

*“Lalu untuk produknya sendiri, kalo saya perhatikan ya produknya tu kayak kebesaran tempat gitu lho, jadi kayak tercecer-cecer tidak ada variasi tempat ya... ”(VB), “...terus setelah itu ada taburannya juga kan, kayak taburan bumbu-bumbunya gitu, itu juga kurang merata gitu lho ada yang diatas ada yang dibawah saja ada yang di atas saja, tengah-tengahnya itu ga kenak gitu lho.”(VB) dan “Terus saya lihat lagi juga ya ada kayak yang gosong terus ada yang terlalu oily gitu... ”(VB).*

Berdasarkan evaluasi yang sudah dilakukan terhadap ahli diketahui bahwa penampilan kentang goreng Kreasi Gemilang memiliki beberapa kekurangan, untuk itu penulis akan melakukan perbaikan sesuai dengan saran yang diberikan oleh informan internal perusahaan sebagai berikut:

*“Mungkin kentang gorengnya kita sendiri itu waktu digoreng harusnya pakai alat penggorengan bukan pakai kompor atau wajan gitu supaya lebih renyah dan renyahnya itu bisa tahan lama selain itu tidak gosong.” (WK) dan “Packaging kita sendiri kan kurang menarik kita cuma pakai karton biasa, seharusnya kan bisa pakai yang paper cup supaya tidak terlalu menyerap minyak...” (WK).*

Hasil dari evaluasi dan perbaikan penampilan kentang goreng Kreasi Gemilang masih ada beberapa hal yang menyebabkan penampilan kentang goreng Kreasi Gemilang kurang menarik. Berdasarkan permasalahan tersebut maka cara untuk memperbaiki tekstur kentang goreng Kreasi Gemilang dengan cara memperhatikan produk secara detail, dan hal-hal teknis lainnya yang dapat mempengaruhi penampilan kentang goreng Kreasi Gemilang.

### **Tingkat kematangan**

Peneliti menanyakan pendapat dari informan terutama konsumen Kreasi Gemilang yang fokus pada tingkat kematangan. Hal ini didukung oleh pernyataan informan N sebagai berikut:

*“Tingkat kematangannya gosong sih. Terlalu matang malah. Mungkin juga kepanasan minyaknya waktu nggoreng kentang, makanya cepat gosong deh jadinya” (N).*

Berdasarkan evaluasi yang sudah dilakukan kepada konsumen ditemukan bahwa tingkat kematangan kentang goreng Kreasi Gemilang tidak rata, untuk itu penulis akan melakukan perbaikan sesuai dengan saran yang diberikan oleh informan internal perusahaan sebagai berikut:

*“Ya pakai alat itu penting sih sebenarnya, ditimer juga supaya tahu dengan pasti. Ya harus rajin-rajin eksperimen deh kita.” (CP).*

Hasil dari evaluasi dan perbaikan tingkat kematangan kentang goreng Kreasi Gemilang masih belum rata. Berdasarkan permasalahan tersebut maka cara untuk memperbaiki tekstur kentang goreng Kreasi Gemilang dengan cara melakukan percobaan terus sampai menemukan hasil yang diinginkan, penggunaan alat penggorengan, dan timer juga merupakan hal yang penting.

## **Pembahasan**

### **Porsi**

Permasalahan porsi yang dialami oleh konsumen, internal perusahaan, dan ahli makanan mengenai kentang goreng Kreasi Gemilang yaitu porsi kentang goreng Kreasi Gemilang dan bumbunya memang kurang dan tidak merata, tetapi untuk bumbunya relatif karena setiap orang memiliki selera yang berbeda-beda. Peneliti juga beranggapan bahwa porsi kentang goreng Kreasi Gemilang dan bumbunya masih kurang karena Kreasi Gemilang belum memiliki *standard portion size* yang pas untuk konsumen.

Perbaikan terhadap porsi kentang goreng Kreasi Gemilang kedepannya agar lebih baik lagi dengan menambah varian porsi kentang goreng dan memberi lebih banyak bumbu kentangnya, tetapi kembali lagi ke selera setiap orang. Agar mendapatkan bumbu yang pas, maka perlu dilakukan *research and development*. Menurut peneliti Kreasi Gemilang perlu menambah varian porsi kentang goreng dan memiliki *standard portion size* untuk setiap varian porsi agar konsumen bisa membeli sesuai kebutuhan seperti menurut West, Wood dan Harger; Gaman dan Sherrington; serta Jones dalam Adinugraha dan Handojo (2015) dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*. *Standard portion size* didefinisikan sebagai kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan dan begitu pula dengan bumbu. Setiap orang memiliki selera yang berbeda-beda, maka Kreasi Gemilang juga perlu memiliki *standard portion size* juga untuk bumbu.

### **Rasa**

Permasalahan rasa yang dialami oleh konsumen, internal perusahaan, dan ahli mengenai rasa kentang goreng Kreasi Gemilang enak dan gurih, tetapi rasa bumbu kentang gorengnya bisa membuat sakit tenggorokan. Hal tersebut disebabkan oleh kualitas dari bumbunya yang kurang baik. Varian rasa bumbu kentang goreng Kreasi Gemilang hanya sedikit sehingga bosan. Menurut peneliti rasa kentang gorengnya sudah enak, tapi bumbunya memang bermasalah karena mengganggu kesehatan.

Perbaikan rasa untuk kentang goreng Kreasi Gemilang tidak ada karena rasanya sudah enak dan sesuai dengan standar kualitas produk Kreasi Gemilang. Sedangkan rasa bumbu kentang goreng Kreasi Gemilang harus diganti dengan kualitas bumbu yang lebih baik atau bisa dengan meracik sendiri bumbunya, selain itu menambah varian rasa bumbu kentang goreng agar konsumen tidak bosan dan tertarik untuk membeli. Tetapi untuk

menentukan varian rasa bumbu yang baru harus melakukan survei, apa varian rasa bumbu baru tersebut dapat diterima atau tidak, kalau bisa diterima lanjutkan tapi kalau tidak ya mencari varian rasa bumbu kentang goreng yang lain dan di survei lagi sampai berhasil. Menurut penulis perlu diingat juga bahwa dalam menentukan varian rasa bumbu yang baru harus memiliki kombinasi rasa yang pas agar menjadi suatu rasa yang unik dan menarik. Hal tersebut dikarenakan rasa yang dimiliki kentang goreng sendiri sudah asin sedangkan menurut salah satu ahli makanan, konsumen yang berdomisil di Jawa Timur terutama Surabaya lebih menyukai rasa yang dominan manis, tapi tidak berlebihan. Maka dari itu perlu dilakukan kombinasi terhadap beberapa rasa seperti menurut West, Wood dan Harger; Gaman dan Sherrington; serta Jones dalam Adinugraha dan Handojo (2015) titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan di dalam makanan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

### **Tekstur**

Permasalahan tekstur yang dialami oleh konsumen, internal perusahaan, dan ahli ada beberapa hal, seperti sebenarnya teksturnya empuk tetapi kalau sudah dingin menjadi keras. Kentang gorengnya juga terlalu banyak menyerap minyak sehingga teksturnya menjadi cepat lembek dan tidak renyah. Menurut peneliti tekstur kentang goreng Kreasi Gemilang memang kurang baik, karena tidak sesuai dengan standar yang dimiliki Kreasi Gemilang.

Perbaikan untuk tekstur kentang goreng Kreasi Gemilang dapat dilakukan dengan memeriksa hal-hal teknis seperti apa ada yang salah dengan cara menggorengnya mulai dari besar api, minyak, sampai penggunaan alat penggorengan. Selain dari hal-hal teknis bisa juga belajar dari *youtube*, kusus, senior atau orang yang lebih berpengalaman dibidangnya. Menurut peneliti konsumen menginginkan tekstur kentang goreng Kreasi Gemilang yang renyah, tidak cepat lembek, dan tidak keras seperti menurut West, Wood dan Harger; Gaman dan Sherrington; serta Jones dalam Adinugraha dan Handojo (2015) ada banyak macam tekstur makanan yaitu halus atau tidak, keras atau lembut, cair atau padat, empuk atau tidak. Oleh karena itu penggunaan alat penggorengan sampai dengan besar api dan suhunya sangat berpengaruh terhadap tekturnya dan perlu diperhatikan lebih lagi.

### **Penampilan**

Permasalahan penampilan yang dialami oleh konsumen, internal perusahaan, dan ahli terkait kentang goreng yang gosong, warna bumbunya mecolok dan tidak rata jadi ada bagian yang tidak terkena bumbu, packagingnya terbuat dari karton tipis jadi menyerap minyak kentang goreng yang belum ditiriskan dengan maksimal, dan kurangnya varian packaging kentang goreng sehingga membuat tampilannya tidak proposional. Menurut peneliti penampilannya kurang proposional dan tidak menarik karena warna bumbu mecolok dan ada kentang goreng yang gosong ada yang tidak.

Perbaikan untuk penampilan kentang goreng Kreasi Gemilang dapat dilakukan dengan cara diminggirkan atau diganti saja apabila ada kentang goreng yang gosong supaya enak dimata dan diperut, packagingnya perlu diganti menjadi food grade jadi tidak menyerap minyak terlalu banyak, memakai alat penggorengan agar tidak ada kentang yang gosong sebagian jadi apabila satu matang ya matang semua dan sebaliknya, memakai strainer parabola agar penirisan kentang goreng dapat maksimal, untuk bumbunya lebih baik diracik atau diolah sendiri sehingga warnanya tidak mecolok dan konsumen tertarik, yang terakhir tidak boleh terjadi kontak fisik secara langsung untuk menghindari kontaminasi dan menjaga kebersihan produk. Menurut peneliti penampilan merupakan faktor yang penting juga oleh karena itu harus diperhatikan dengan teliti mulai dari hal yang kecil sampai hal yang besar. Mulai dari memperhatikan kesegaran dan kebersihan suatu produk, cara penyimpanan, proses pembuatan, sampai proses penyajiannya seperti menurut West, Wood dan Harger; Gaman dan Sherrington; serta Jones dalam Adinugraha dan Handojo (2015) makanan harus baik dilihat saat berada di piring, dimana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati.

### **Tingkat Kematangan**

Permasalahan tingkat kematangan yang dihadapi oleh konsumen, internal perusahaan, dan ahli masih tidak rata. Ada bagian yang gosong ada yang belum matang. Menurut peneliti memang kentang goreng Kreasi Gemilang tidak merata matangnya.

Perbaikan untuk tingkat kematangan kentang goreng Kreasi Gemilang dengan cara menggunakan alat penggorengan, *deep fryer*. Setelah itu harus mengetahui saat yang tepat untuk memasak kentangnya, seperti harus 190°C-200°C suhu minyaknya tapi tidak boleh sampai berasap dan diangkat setelah warna kentang menjadi golden brown. Saat menunggu itu *di-timer* agar mengetahui dengan pasti berapa lama waktu yang dibutuhkan sehingga kentang goreng matang dengan sempurna. Apabila gagal dicoba terus sampai berhasil. Karena menurut peneliti

tingkat kematangan akan mempengaruhi tekstur dari kentang gorengnya sendiri, lembek atau tidak, keras atau tidak, dan sebagainya sama seperti menurut West, Wood dan Harger; Gaman dan Sherrington; serta Jones dalam Adinugraha dan Handojo (2015) tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Setelah melakukan evaluasi kualitas produk pada usaha Kreasi Gembilang, maka dapat dilihat bahwa kualitas produk pada usaha Kreasi Gembilang masih memiliki beberapa kekurangan dari standar kualitas produk pada usaha Kreasi Gembilang. Porsi yang dimiliki Kreasi Gembilang saat ini masih tidak memiliki *standard portion size*, maka untuk kedepannya Kreasi Gembilang harus memiliki *standard portion size*. Rasa yang dimiliki Kreasi Gembilang juga masih belum memiliki perpaduan rasa yang tepat secara keseluruhan, untuk rasa dari kentang gorengnya sudah enak tetapi rasa bumbunya kurang enak. Maka untuk kedepannya Kreasi Gembilang akan mempertahankan rasa dari kentang goreng dan memperbaiki bumbunya. Tekstur kentang goreng yang dimiliki Kreasi Gembilang masih kurang baik, maka untuk kedepannya akan memperhatikan tekstur kentang gorengnya. Penampilan kentang goreng yang dimiliki Kreasi Gembilang tidak menarik, maka untuk kedepannya Kreasi Gembilang akan melakukan beberapa upaya yang akan membuat penampilan kentang goreng Kreasi Gembilang menjadi menarik. Tingkat kematangan yang dimiliki Kreasi Gembilang masih tidak rata, maka untuk kedepannya Kreasi Gembilang akan berinvestasi lebih untuk pengorengannya karena tingkat kematangan dapat mempengaruhi tekstur dan penampilan dari kentang goreng Kreasi Gembilang.

Adapun saran-saran yang dapat diberikan peneliti untuk:

1. Saran untuk Kreasi Gembilang:
  - a. Kreasi Gembilang seharusnya memperhatikan proses penyimpanan bahan baku, proses pembuatan produk, dan penyajian produk sehingga kualitas produk Kreasi Gembilang tetap terjaga.
  - b. Kreasi Gembilang perlu untuk menetapkan SOP perusahaan untuk proses produksi dengan standar resep secara rinci, muali dari takaran untuk bahan baku dan waktu yang diperlukan untuk proses produksi.
2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.  
Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dan mengevaluasi lebih jauh dalam hal kualitas produk berdasarkan porsi, rasa, tekstur, penampilan, dan tingkat kematangan pada suatu produk sejenis Kreasi Gembilang.

### Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan sehingga hanya dapat digunakan oleh usaha Kreasi Gembilang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, A., & Handojo, S. M. (2015). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'Cost Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* Vol.3 No.2, 3, 643-655.
- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Diza, F., Moniharpon, S., & Igi, I. W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT.Fifgroup Cabang Manado). *EMBA* Vol.4 No.1, 109-119.
- Djohan, A. J. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Widoyoko, E. P. (2012). *Evaluasi Program Pembelajaran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.