

Analisis Pengembangan Produk Bagea di UD. Baruasa Membiri Kota Kendari Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)

Bagea Product Development Analysis in UD. Baruasa Membiri Kendari City Using Quality Function Deployment (QFD) Method

Ikram^{1*}, Sarinah¹, Yusna Indarsyih²

¹Departement of Food Science and Technology, Faculty of Agriculture, Halu Oleo University,

²Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture, Halu Oleo University,
Kambu Subdistrict of Kendari City, 93232, Indonesia

*Email: ikramkael2255@gmail.com

Received: 08th September, 2022; Revision: 09th October, 2022; Accepted: 07th November, 2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui kepuasan konsumen terhadap pengembangan kualitas produk bagea di UD. Baruasa Membiri Kota Kendari dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah *Quality Function Deployment* (QFD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan kualitas produk bagea di UD. Baruasa Membiri menggunakan metode QFD didapatkan bahwa yang diprioritaskan untuk dikembangkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan berturut-turut antara lain: (1) informasi nilai gizi pada kemasan produk bagea (8,70%), (2) varian jenis produk bagea (8,25%), (3) desain kemasan menarik produk bagea (7,78%), (4) harga jual produk bagea yang terjangkau (7,15%), (5) terdapat media promosi (7,12%), (6) kesesuaian harga dengan kualitas produk bagea (6,39%), (7) tidak menggunakan bahan berbahaya (6,36%), (8) tekstur produk bagea (6,27%), (9) sertifikat dan label halal produk bagea (6,16%), (10) rasa produk bagea (6,07%), (11) harga khusus pembelian tertentu produk bagea (6,05%), (12) kualitas produk bagea (6,01%), (13) warna produk bagea (5,95%), (14) informasi *expired* (tanggal kadaluarsa) (5,89%), dan (15) kemudahan mendapatkan produk bagea (5,79%).

Kata Kunci: Produk bagea, kualitas produk, *quality function deployment* (QFD).

Abstract

This study aims to determine consumer satisfaction with the development of bagea product quality at UD. Baruasa left Kendari City using the Quality Function Deployment (QFD) method. Determination of the research location is done purposively. Data were collected by interview and documentation methods. The analytical method used is Quality Function Deployment (QFD). The results showed the development of bagea product quality at UD. Baruasa Membiri using the QFD method, it was found that the priorities for development by the wishes and needs of the customers were: (1) information on the nutritional value of bagea product packaging (8.70%), (2) variants of bagea product types (8, 25%), (3) attractive packaging design for bagea products (7.78%), (4) affordable selling prices for bagea products (7.15%), (5) there are promotional media (7.12%), (6) price compatibility with bagea product quality (6.39%), (7) no use of hazardous materials (6.36%), (8) bagea product texture (6.27%), (9) bagea product halal certificate and label (6.16%), (10) bagea product taste (6.07%), (11) special price for certain purchases of bagea products (6.05%), (12) bagea product quality (6.01%), (13) color of bagea products (5.95%), (14) expiration information (expiration date) (5.89%), and (15) ease of getting bagea products (5.79%).

Keywords: Bagea products, product quality development, *quality function deployment* (QFD).

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit-unit usaha yang semakin bertambah baik usaha skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian Indonesia. Disisi lain persaingan usaha saat ini semakin ketat. Hal inilah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan usaha (Hardiyanti, 2020).

Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen (Sabrin, 2020). Mengembangkan suatu usaha dapat mengatasi problematik pembangunan ekonomi nasional seperti masalah pengentasan kemiskinan, tingginya jumlah pengangguran, rendahnya daya beli, sulitnya penciptaan lapangan usaha dan lapangan kerja serta peningkatan pertumbuhan ekonomi. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007).

Tanaman sagu memiliki peranan sosial, ekonomi dan ekologis yang cukup penting bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia timur. Secara kultural masyarakat lokal mengkonsumsi tanaman sagu sebagai makanan pokok secara turun temurun (Ibrahim dan Gunawan, 2015). Daun dari pohon sagu digunakan sebagai atap rumah, pelepah untuk dinding rumah dan ampasnya dapat dimanfaatkan sebagai *pulp* untuk pembuatan kertas atau pakan ternak (Batseba, dkk., 2000). Kebutuhan akan pati sagu di tingkat nasional dan internasional mengalami peningkatan yang cukup besar antara lain untuk kebutuhan industri pangan maupun energi (bioetanol). Kondisi seperti ini akan sangat menguntungkan usaha agroindustri sagu di Indonesia. Tanaman sagu juga merupakan tanaman pangan yang potensial karena dapat menghasilkan karbohidrat dengan jumlah yang sangat banyak dan juga menghasilkan pati. Pati sagu digunakan sebagai makanan pokok, bahan baku makanan ringan (empek-empek, bakso,

onde-onde, dan cendol), dan bahan baku untuk beberapa industri makanan (Bintaro *et al.*, 2010).

Salah satu produk olahan dari sagu yang berpotensi untuk dikembangkan adalah bagea. Bagea merupakan kue tradisional beberapa daerah di Indonesia timur termasuk di Sulawesi Tenggara. Kue bagea menggunakan tepung sagu sebagai bahan dasar pembuatannya. Namun, ada juga yang menggunakan campuran tepung terigu dan tepung sagu. Bagea merupakan kue tradisional yang bahan-bahan dan cara pembuatannya masih sangat tradisional, serta menggunakan teknik pengolahan yang masih sangat sederhana. Rasanya yang manis dengan tekstur yang renyah menyebabkan kue bagea banyak disukai oleh anak-anak sampai orang dewasa (Bunta dan Nikmawati, 2013).

Salah satu industri rumah tangga pengolahan sagu menjadi produk bagea yang ada di Sulawesi Tenggara adalah UD. Baruasa Membiri yang bergerak di bidang industri pangan, khususnya produksi makanan berupa bagea dan baruasa yang masih terus memproduksi hingga sekarang. Namun, UD. Baruasa Membiri memiliki permasalahan yang dihadapi saat ini adalah kegiatan pemasaran yang belum sepenuhnya maksimal jika dilihat dari hasil penjualan bagea yang masih rendah. Rendahnya penjualan bagea karena banyaknya pesaing sehingga menimbulkan persaingan yang ketat dalam memperoleh konsumen. Langkah awal yang perlu dilakukan UD. Baruasa Membiri ialah memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk bagea.

Adanya peningkatan persaingan usaha menuntut produsen untuk selalu memperhatikan kepuasan pelanggan dan berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan kualitas produk yang lebih baik dibandingkan pelaku usaha yang lain (Herdhiansyah *et al.*, 2021; Herdhiansyah *et al.*, 2022). Pengembangan produk merupakan kegiatan untuk membuat produk yang lebih baik dari produk sebelumnya dengan harapan dapat meningkatkan minat beli konsumen (Supriyono, 2013).

Metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang digunakan untuk formulasi strategi pengembangan produk dan merupakan salah satu metode yang tepat untuk merumuskan kebutuhan teknis dalam usaha meningkatkan kualitas produk. Metode QFD dipilih karena mampu menerjemahkan apa yang dibutuhkan konsumen ke dalam sebuah produk, guna memperbaiki dan mengembangkan produk

sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menurut Wijaya (2011), QFD merupakan pendekatan sistematis yang menentukan tuntutan konsumen kemudian tuntutan itu diterjemahkan secara akurat dalam desain teknis, *manufacturing*, dan perencanaan produksi yang tepat. Pada prinsipnya, QFD membantu mendengarkan keinginan konsumen dan berguna untuk *brainstorming sessions* bagi produsen dalam menentukan cara terbaik memenuhi keinginan konsumen serta prioritas perbaikan yang perlu diterapkan oleh UD. Baruasa Membiri dalam mengembangkan produk bagea.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Kelurahan Watulondo Kecamatan Puuwatu Kota Kendari. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan Kelurahan Watulondo terdapat Industri yang mengolah dan memproduksi produk bagea, di mana produk bagea tersebut masih perlu dikembangkan untuk meningkatkan kualitas produknya berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Waktu penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan bulan Februari 2022.

Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian studi (*case study*). Menurut Nana (2008) penelitian studi kasus merupakan suatu penelitian yang dilakukan terhadap “kesatuan sistem”. Kesatuan ini dapat berupa program, kegiatan, peristiwa, kelompok individu yang terikat dengan waktu, tempat, atau ikatan tertentu. Rancangan penelitian studi kasus yang dilakukan peneliti mengenai produk UD. Baruasa Membiri yaitu produk bagea di mana peneliti akan meningkatkan kualitas produk bagea dengan melakukan penerapan metode *Quality Function Deployment*. Dengan melakukan penerapan QFD pada produk bagea diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk bagea sehingga produktivitas usaha juga meningkat.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian. Dalam hal ini mereka yang bertindak sebagai pemberi informasi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan

(Wiyandani, 2008). Penentuan subjek dalam penelitian menggunakan teknik *accidental sampling* untuk menentukan responden pelanggan. Menurut Sugiyono (2009) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jumlah responden pelanggan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 40 orang pelanggan yang membeli dan mengonsumsi produk bagea di UD. Baruasa Membiri Kota Kendari. Menurut Sugiyono (2015) di mana ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500 orang.

Objek penelitian ini adalah sesuatu yang menjadi pokok pembicaraan dalam penelitian (Wiyandani, 2008). Objek penelitian ini adalah pengembangan produk bagea di UD. Baruasa Membiri Kota Kendari.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu data yang dikumpulkan berupa angka-angka yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas. Data kuantitatif menurut Sugiyono (2015) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah hasil dari wawancara dan literatur yang menunjang dan memiliki hubungan dengan penelitian ini.

Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis yaitu:

- a. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012). Data primer diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan dengan pemilik usaha dan penyebaran kuesioner pada pelanggan UD. Baruasa Membiri.
- b. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya kalau dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview, kuesioner (angket), observasi (Sugiyono, 2012). Data sekunder dalam penelitian yaitu hasil observasi yang berupa foto dokumentasi di UD. Baruasa Membiri.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan wawancara yaitu peneliti langsung menemui responden dan mengajukan tanya jawab. Tanya jawab ini nantinya akan didapatkan data yang diperlukan (Agusyana, 2011). Wawancara adalah suatu metode pengeumpulan data dimana peneliti melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak terkait guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang analisis dalam penelitian. Wawancara dalam penelitian ini yaitu peneliti langsung menemui pemilik UD. Baruasa Membiri untuk melakukan tanya jawab, dari tanya jawab tersebut maka peneliti akan mendapatkan data yang diperlukan.

Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Iskandar, 2008). Jenis kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis kuesioner terbuka dan tertutup. Kuesioner pada penelitian ini berisi sebuah pertanyaan yang merupakan variabel keinginan konsumen yang digunakan untuk mengumpulkan semua data responden di mana peneliti akan membuat sebuah pertanyaan untuk mengetahui penerapan QFD pada rencana pengembangan produk bagea di UD. Baruasa Membiri. Kuesioner pada penelitian ini akan diberikan pada pelanggan UD. Baruasa Membiri yang telah membeli dan mengkonsumsi olahan produk bagea.

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat, membaca, mempelajari, dan kemudian mencatat informasi yang ada hubungannya dengan objek penelitian. Pertimbangan peneliti menggunakan metode dokumentasi adalah; (a) Sumber data yang stabil, menunjukkan suatu fakta yang tengah berlangsung dan mudah diperoleh, (b) Sumber data yang kaya untuk memperjelas keadaan atau identitas subjek penelitian sehingga dapat mempercepat proses penelitian, (c) dokumentasi melengkapi data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan kuisisioner (Arikunto, 2006).

Peneliti melihat keadaan usaha dan memotret lokasi usaha ataupun melihat dokumen-dokumen terkait usaha yang dijalankan. Adapun prosedur penelitian yang dilakukan peneliti adalah dengan meminta ijin

kepada responden produsen penelitian untuk memotret lokasi usaha dan meminjam dokumen-dokumen (foto-foto) terkait aktifitas usaha dengan tujuan untuk melengkapi data selain hasil data yang didapatkan melalui wawancara dan kuisisioner.

Analisis Data

Analisis *Quality Function Deployment* (QFD)

Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pengembangan kualitas produk bagea di UD. Baruasa Membiri menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Menurut Wicaksono (2013), dalam melakukan tahapan analisis *Quality Function Deployment* (QFD) pada matriks *House of Quality* (HoQ) terbagi atas beberapa tahapan diantaranya yaitu.

1. Analisis *Customer Requirements*

Kebutuhan pelanggan atau *customer requirements* merupakan pendapat pelanggan tentang karakteristik yang disyaratkan atau dibutuhkan oleh pelanggan pada produk bagea. Analisis ini berisi persyaratan atau kebutuhan pelanggan mengenai keinginan atau hal-hal yang diperhatikan pelanggan dalam menilai produk bagea UD. Baruasa Membiri.

2. Analisis Tingkat Kepentingan

Untuk mengetahui bobot kepentingan bagi pelanggan langkah-langkahnya yaitu: menghitung jawaban responden untuk masing-masing nilai sesuai dengan skala yang ada pada kuesioner. Model skala yang digunakan adalah skala *Likert* dengan lima skala dengan menggunakan simbol angka 1-5 yaitu : 1 = Sangat Tidak Penting, 2 = Tidak Penting, 3 = Kurang Penting, 4 = Penting, 5 = Sangat Penting. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010). Menghitung *Importance Weight* untuk setiap kebutuhan, dengan menjumlahkan hasil perkalian antar jawaban dengan skala pada kuesioner dan menghitung *Weighted Average Importance Score* = $\text{Importance Weight} / \text{total jumlah responden pelanggan}$.

3. Analisis Tingkat Kepuasan

Untuk mengetahui bobot kepuasan yang diberikan oleh produk bagea yaitu skala yang diberikan 1-5 yaitu : 1 = Sangat Tidak Puas, 2 = Tidak Puas, 3 = Kurang Puas, 4 = Puas, 5 = Sangat Puas. Dari kuesioner cara menentukan nilainya adalah menghitung *Importance Weight* untuk setiap kebutuhan, dengan menjumlahkan hasil perkalian antar jawaban dengan skala pada

kuesioner dan menghitung *Weighted Average Importance Score* = $\text{Importance Weight} / \text{total jumlah responden pelanggan}$.

4. Analisis Nilai *Goal* (sasaran perbaikan yang ingin dicapai)

Nilai target didapatkan dengan menggunakan nilai tertinggi dari perbandingan antara tingkat kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan untuk masing-masing atribut kebutuhan pelanggan.

5. Analisis *Improvement Ratio*

Nilai ratio perbaikan didapatkan dari nilai perbandingan antara target (sasaran yang ingin dicapai) dengan tingkat kepuasan pelanggan. Rasio perbaikan = nilai target / tingkat kepuasan pelanggan.

6. Analisis *Sales Point*

Penentuan poin penjualan dilakukan untuk mengetahui bagaimana peranan masing-masing atribut kebutuhan pelanggan terhadap penjualan produk yang ditentukan berdasarkan nilai kebutuhan pelanggan. Nilai poin penjualan yang digunakan antara lain: Tidak memiliki point penjualan = 1 (jika nilai kebutuhan pelanggan lebih ≤ 2), Nilai poin menengah = 1,2 (jika nilai kebutuhan pelanggan > 2 atau kebutuhan pelanggan ≤ 3) dan nilai poin penjualan tinggi = 1,5 (jika nilai kebutuhan pelanggan > 3) (Rohmah *et al.*, 2018).

7. Analisis *Raw Weight*

Raw weight merupakan kepentingan keseluruhan pelanggan yang dihitung dari pengalihan nilai poin kebutuhan pelanggan \times rasio perbaikan \times poin penjualan.

8. Analisis *Normalized Raw Weight*

Normalized raw weight digunakan untuk menilai *raw weight* dalam bentuk presentase yaitu nilai *raw weight* / Σ *raw weight*.

9. Analisis *Technical Requirements*

Analisis ini bertujuan untuk mencari tahu apa yang akan dilakukan pihak pemilik usaha UD. Baruasa Membiri terhadap permintaan pelanggan melalui wawancara dengan pihak pemilik usaha UD. Baruasa Membiri.

10. Analisis *Technical Requirement Score*

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui *Technical Requirements* yang paling penting dan memerlukan lebih banyak perhatian untuk ditindak lanjuti. *Technical Requirement Score* diperoleh dengan memberikan skor 9 = kuat, 3 = sedang, dan 1 = lemah pada kolom hubungan antara *Customer Requirements* dengan *Technical Requirements* sehingga diketahui *Technical Requirements* yang paling penting dan

perlu perhatian lebih untuk ditindak lanjuti (Halim dan Ekawati, 2014).

11. Analisis *Customer Requirement Score*

Analisis *Customer Requirement Score* bertujuan untuk mengetahui atribut yang dianggap penting untuk perencanaan dan pengembangan suatu produk bagea. Semakin tinggi *Customer Requirement Score* maka atribut tersebut semakin penting dan semakin butuh prioritas utama untuk perbaikan selanjutnya. *Customer Requirement Score* dapat dihitung dengan melihat total skor dari $\text{Technical Requirement Score} \times \text{Normalized Raw Weight}$ pada setiap atribut *Customer Requirements*.

12. Analisis *Technical Correlation*

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui antara hubungan persyaratan teknik yang saling berhubungan yang didapatkan dengan melalui wawancara langsung dengan pihak pemilik usaha UD. Baruasa Membiri.

13. Analisis *Technical Correlation Score*

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui *Technical Correlation* yang paling penting dan memerlukan lebih banyak perhatian untuk ditindak lanjuti. *Technical Correlation Score* diperoleh dengan memberikan skor 9 = kuat, 3 = sedang, dan 1 = lemah, pada kolom hubungan antara *Customer Requirements* dengan *Technical Requirements* sehingga diketahui *Technical Correlation Score* yang paling penting dan perlu perhatian lebih untuk ditindak lanjuti (Halim dan Ekawati, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Kualitas Produk Bagea di UD. Baruasa Membiri Menggunakan Analisis *Quality Function Deployment (QFD)*

Menurut Sriwahyuni (2006) menyatakan bahwa *Quality Function Deployment (QFD)* adalah merupakan alat penerjemah yang sistematis yaitu dari sebuah produk yang diinginkan oleh pelanggan (*Voice Of Customer*) menjadi produk yang nyata yang dibuat oleh perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu dengan menggunakan alat penerjemah ini maka dapat diharapkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau organisasi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Alat perencanaan dan pengembangan yang digunakan dalam QFD adalah *House Of Quality (HOQ)*. HOQ adalah sebuah matriks yang berbentuk

rumah yang menghubungkan antara keinginan atau harapan dari pelanggan (*What*) dan bagaimana suatu produk akan di desain dan juga diproduksi agar memenuhi keinginan atau harapan dari pelanggan (*How*). Matriks HOQ ini dapat dapat digunakan dalam perencanaan pengembangan kualitas produk bagea di UD. Baruasa Membiri.

Langkah-langkah dalam penyusunan Matriks HOQ pada pengembangan kualitas produk bagea di UD. Baruasa Membiri yaitu dengan menyusun persyaratan kebutuhan pelanggan (*Customer Requirements*), menyusun dan mengembangkan prioritas persyaratan pelanggan ke dalam matriks perencanaan (*Planing Matriks*), menyusun persyaratan teknik (*Technical Requirements*), pengembangan matriks hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik (*Relationship*), menyusun dan mengembangkan matriks antara hubungan persyaratan teknik (*Technical Correlation*), dan menyusun pengembangan prioritas persyaratan teknik.

Persyaratan Kebutuhan Pelanggan (*Customer Requirements*)

Persyaratan kebutuhan pelanggan adalah langkah awal yang harus diidentifikasi dalam membangun matriks *House Of Quality* (HOQ) yang akan ditempatkan pada sisi sebelah kiri matriks HOQ. Persyaratan kebutuhan pelanggan ini dapat menjelaskan tentang apa saja yang akan diinginkan atau dibutuhkan oleh pelanggan. Persyaratan pelanggan yaitu kriteria apa saja (*What*) yang diinginkan pelanggan terhadap suatu produk.

Untuk mengetahui persyaratan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk yaitu dengan mulai membuat daftar tujuan, daftar tujuan ini di sebut dengan apa yang diinginkan atau dibutuhkan pelanggan terhadap suatu produk khususnya pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri. Data persyaratan kebutuhan pelanggan tentang apa saja yang diinginkan atau dibutuhkan pelanggan terhadap produk bagea di UD. Baruasa Membiri dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut kebutuhan pelanggan produk bagea di UD. Baruasa Membiri

No.	Atribut Produk
1	Rasa Produk Bagea
2	Tekstur Produk Bagea
3	Warna Produk Bagea
4	Varian Jenis Produk Bagea
5	Kualitas Produk Bagea
6	Tidak Menggunakan Bahan Berbahaya
7	Desain Kemasan Menarik Produk Bagea
8	Informasi Nilai Gizi pada Kemasan Produk Bagea
9	Informasi <i>Expired</i> (Tanggal Kadaluarsa)
10	Sertifikat dan Label Halal Produk Bagea
11	Harga Jual Produk Bagea yang Terjangkau
12	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Bagea
13	Kemudahan Mendapatkan Produk Bagea
14	Terdapat Media Promosi
15	Harga Khusus Pembelian Tertentu Produk Bagea

Tabel 1 menunjukkan bahwa atribut kebutuhan pelanggan produk bagea di UD. Baruasa Membiri menunjukkan hasil yang didapatkan berdasarkan pengisian kuesioner pertama yaitu, jenis kuesioner campuran (terbuka dan tertutup) oleh 30 orang responden potensial yang dipilih secara kebetulan dengan memperhatikan pengetahuan responden terhadap produk bagea di UD. Baruasa Membiri.

Data dari hasil kuesioner pertama didapatkan 15 atribut tentang keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap produk bagea diantaranya yaitu rasa produk bagea, tekstur produk bagea, warna produk bagea, varian jenis produk bagea, kualitas produk bagea, tidak menggunakan bahan berbahaya, desain kemasan menarik produk bagea, informasi nilai gizi pada kemasan produk bagea, informasi *expired* (tanggal kadaluarsa), sertifikat dan label halal produk bagea, harga jual produk bagea yang terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk bagea, kemudahan mendapatkan produk bagea, terdapat media promosi, dan harga khusus pembelian tertentu produk bagea. Jika persyaratan kebutuhan pelanggan terhadap atribut-atribut produk bagea di UD. Baruasa Membiri telah didapatkan maka selanjutnya yaitu akan dilakukan penyusunan matriks perencanaan (*Planing Matriks*).

Matriks Perencanaan (*Planing Matriks*)

Matriks perencanaan (*Palaning Matriks*) adalah bagian dari matriks HOQ yang ditempatkan pada sisi sebelah kanan HOQ.

Matriks perencanaan dibuat untuk menentukan atau menilai urutan prioritas setiap keinginan atau kebutuhan pelanggan yang dapat dipenuhi dalam pengembangan kualitas produk bagea di UD. Baruasa Membiri. Prioritas persyaratan kebutuhan pelanggan mencakup nilai tingkat kepentingan, tingkat kepuasan, target (*goal*), rasio perbaikan (*improvement rasio*), poin penjualan (*sales point*), dan bobot absolut (*raw weight & normalized raw weight*).

Tingkat Kepentingan Pelanggan

Analisis tingkat kepentingan pelanggan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang dirasa penting oleh pelanggan. Atribut-atribut persyaratan kebutuhan pelanggan yang telah didapatkan kemudian diberi nilai berdasarkan tingkat kepentingan oleh pelanggan. Nilai tingkat

kepentingan bertujuan untuk memprioritaskan dalam membuat keputusan *trade off* dan juga sejauh mana keinginan atau kebutuhan pelanggan diperlukan. Skala yang digunakan dalam penilaian ini adalah skala *likert* lima skala dengan menggunakan simbol 1-5.

Data tingkat kepentingan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif yang di kumpulkan berdasarkan hasil penyebaran dan pengisian kuesioner ke dua (kuesioner tertutup) oleh 40 orang responden berbeda dengan responden kuesioner yang pertama dengan tetap memperhatikan pengetahuan responden terhadap produk bagea di UD. Baruasa Membiri. Hasil analisis dan perhitungan yang didapatkan untuk nilai tingkat kepentingan produk bagea di UD. Baruasa Membiri dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai tingkat kepentingan atribut produk bagea di UD. Baruasa Membiri

No.	Atribut Produk	Nilai Tingkat Kepentingan	Skala Likert
1	Rasa Produk Bagea	4,850	5
2	Tekstur Produk Bagea	4,900	5
3	Warna Produk Bagea	4,825	5
4	Varian Jenis Produk Bagea	4,925	5
5	Kualitas Produk Bagea	4,875	5
6	Tidak Menggunakan Bahan Berbahaya	5,000	5
7	Desain Kemasan Menarik Produk Bagea	4,750	5
8	Informasi Nilai Gizi pada Kemasan Produk Bagea	4,825	5
9	Informasi <i>Expired</i> (Tanggal Kadaluarsa)	4,775	5
10	Sertifikat dan Label Halal Produk Bagea	4,975	5
11	Harga Jual Produk Bagea yang Terjangkau	4,800	5
12	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Bagea	4,850	5
13	Kemudahan Mendapatkan Produk Bagea	4,700	5
14	Terdapat Media Promosi	4,575	5
15	Harga Khusus Pembelian Tertentu Produk Bagea	4,750	5

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan atribut produk bagea di UD. Baruasa Membiri menunjukkan nilai tingkat kepentingan merupakan hasil perhitungan dari kuesioner yang menunjukkan nilai tingkat kepentingan pelanggan terhadap tiap-tiap atribut keinginan pelanggan pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa yang mendapat nilai tertinggi pada tingkat kepentingan atribut produk bagea di UD. Baruasa Membiri yaitu tidak menggunakan bahan berbahaya (5,000), sedangkan untuk nilai terendah yaitu terdapat media promosi (4,575). Skala *likert* menunjukkan bahwa dari atribut penilaian

responden pada kuesioner tingkat kepentingan rata-rata penilaian konsumen memberi nilai 5 (sangat penting) dan sisanya rata-rata memberi nilai 4 (penting).

Tingkat Kepuasan Pelanggan

Analisis tingkat kepuasan pelanggan adalah hasil penilaian terhadap pelanggan sesuai dengan apa yang diinginkan atau diharapkan pelanggan. Hal ini bertujuan agar UD. Mete Mubaraq Lombe dapat mengetahui apa saja yang dirasa puas atau kurang puas oleh pelanggan terhadap atribut-atribut yang diinginkan terhadap produk bagea di UD. Baruasa Membiri.

Data mengenai tingkat kepuasan yang didapatkan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif yang dikumpulkan berdasarkan hasil penyebaran dan perhitungan nilai kuesioner tingkat kepuasan

(kuesioner tertutup) oleh 40 orang responden. Hasil analisis dan perhitungan didapatkan nilai tingkat kepuasan yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai tingkat kepuasan atribut produk bagea di UD. Baruasa Membiri

No.	Atribut Produk	Nilai Tingkat Kepuasan	Skala Likert
1	Rasa Produk Bagea	4,775	5
2	Tekstur Produk Bagea	4,725	5
3	Warna Produk Bagea	4,875	5
4	Varian Jenis Produk Bagea	3,625	4
5	Kualitas Produk Bagea	4,900	5
6	Tidak Menggunakan Bahan Berbahaya	4,850	5
7	Desain Kemasan Menarik Produk Bagea	3,575	4
8	Informasi Nilai Gizi pada Kemasan Produk Bagea	3,300	3
9	Informasi <i>Expired</i> (Tanggal Kadaluarsa)	4,775	5
10	Sertifikat dan Label Halal Produk Bagea	4,950	5
11	Harga Jual Produk Bagea yang Terjangkau	3,975	4
12	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Bagea	4,542	5
13	Kemudahan Mendapatkan Produk Bagea	4,900	5
14	Terdapat Media Promosi	3,625	4
15	Harga Khusus Pembelian Tertentu Produk Bagea	4,600	5

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Tabel 3, nilai tingkat kepuasan atribut produk bagea di UD. Baruasa Membiri menunjukkan nilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap tiap-tiap atribut keinginan pelanggan pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kepuasan diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang penilaiannya lebih tinggi dari atribut-atribut kepuasan pelanggan produk bagea di UD. Baruasa Membiri yaitu sertifikat dan label halal produk bagea (4,950), sedangkan untuk nilai atribut penilaian terendah untuk tingkat kepuasan pelanggan yaitu informasi nilai gizi pada kemasan produk bagea (3,300). Skala *likert* menunjukkan bahwa dari atribut penilaian responden pada kuesioner tingkat kepentingan

rata-rata memberi nilai nilai 4 (puas) dan sisanya rata-rata memberi 5 (sangat puas) dan 3 (kurang puas).

Analisis Target (*Goal*)

Analisis nilai target (*goal*) bertujuan untuk melihat sasaran sejauh mana perbaikan yang ingin dicapai oleh UD. Baruasa Membiri sebagai target perbaikan produk khususnya pada produk bagea. Nilai target (*goal*) didapatkan dari hasil perbandingan nilai terbaik atau tertinggi antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap masing-masing atribut. Nilai target (*goal*) pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis target (*goal*) produk bagea di UD. Baruasa Membiri

No.	Atribut	Nilai Target (Goal)
1	Rasa Produk Bagea	4,850
2	Tekstur Produk Bagea	4,900
3	Warna Produk Bagea	4,875
4	Varian Jenis Produk Bagea	4,925
5	Kualitas Produk Bagea	4,900
6	Tidak Menggunakan Bahan Berbahaya	5,000
7	Desain Kemasan Menarik Produk Bagea	4,750
8	Informasi Nilai Gizi pada Kemasan Produk Bagea	4,825
9	Informasi <i>Expired</i> (Tanggal Kadaluarsa)	4,775
10	Sertifikat dan Label Halal Produk Bagea	4,975
11	Harga Jual Produk Bagea yang Terjangkau	4,800
12	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Bagea	4,850
13	Kemudahan Mendapatkan Produk Bagea	4,900
14	Terdapat Media Promosi	4,575
15	Harga Khusus Pembelian Tertentu Produk Bagea	4,750

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa analisis target (*goal*) produk bagea di UD. Baruasa Membiri diketahui bahwa nilai target (*goal*) dari 15 atribut adalah hasil nilai terbaik dari perbandingan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

Rasio Perbaikan (*Improvement Ratio*)

Rasio perbaikan bertujuan untuk mengetahui apakah perlu dilakukan perbaikan

atau tidak terhadap suatu atribut kebutuhan konsumen. Rasio perbaikan merupakan perbandingan antara target yang hendak dicapai dan tingkat kepuasan konsumen yang bernilai 1 atau lebih harus dilakukan perbaikan, sementara itu nilai yang lebih rendah dari 1 maka tidak perlu adanya perbaikan. Data hasil nilai rasio perbaikan produk bagea di UD. Baruasa Membiri dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rasio perbaikan (*improvement ratio*) produk bagea di UD. Baruasa Membiri

No.	Atribut	Nilai Rasio Perbaikan (<i>Improvement Ratio</i>)
1	Rasa Produk Bagea	1,016
2	Tekstur Produk Bagea	1,037
3	Warna Produk Bagea	1,000
4	Varian Jenis Produk Bagea	1,359
5	Kualitas Produk Bagea	1,000
6	Tidak Menggunakan Bahan Berbahaya	1,031
7	Desain Kemasan Menarik Produk Bagea	1,329
8	Informasi Nilai Gizi pada Kemasan Produk Bagea	1,462
9	Informasi <i>Expired</i> (Tanggal Kadaluausa)	1,000
10	Sertifikat dan Label Halal Produk Bagea	1,005
11	Harga Jual Produk Bagea yang Terjangkau	1,208
12	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Bagea	1,068
13	Kemudahan Mendapatkan Produk Bagea	1,000
14	Terdapat Media Promosi	1,262
15	Harga Khusus Pembelian Tertentu Produk Bagea	1,033

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Tabel 5, rasio perbaikan (*improvement ratio*) produk bagea di UD. Baruasa Membiri menunjukkan hasil perhitungan rasio perbaikan (*improvement ratio*) yang diketahui bahwa dari ke 15 atribut produk bagea di UD. Baruasa Membiri bahwa semua atribut harus dilakukan perbaikan karena semua atribut mempunyai nilai yang tidak kurang dari 1.

Poin Penjualan (*Sales Point*)

Analisis poin penjualan (*sales point*) bertujuan untuk melihat keinginan pelanggan yang berpengaruh terhadap kompetisi pemasaran yang ditentukan berdasarkan nilai tingkat kepentingan. Penentuan poin penjualan dilakukan untuk mengetahui bagaimana peranan masing-masing atribut kebutuhan konsumen terhadap penjualan produk bagea. Data mengenai poin penjualan (*sales point*) pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Analisis poin penjualan (*sales point*) produk produk bagea di UD. Baruasa Membiri

No.	Atribut	Nilai Poin Penjualan (<i>Sales Point</i>)
1	Rasa Produk Bagea	1,5
2	Tekstur Produk Bagea	1,5
3	Warna Produk Bagea	1,5
4	Varian Jenis Produk Bagea	1,5
5	Kualitas Produk Bagea	1,5
6	Tidak Menggunakan Bahan Berbahaya	1,5
7	Desain Kemasan Menarik Produk Bagea	1,5
8	Informasi Nilai Gizi pada Kemasan Produk Bagea	1,5
9	Informasi <i>Expired</i> (Tanggal Kadaluausa)	1,5
10	Sertifikat dan Label Halal Produk Bagea	1,5
11	Harga Jual Produk Bagea yang Terjangkau	1,5
12	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Bagea	1,5
13	Kemudahan Mendapatkan Produk Bagea	1,5
14	Terdapat Media Promosi	1,5
15	Harga Khusus Pembelian Tertentu Produk Bagea	1,5

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Tabel 6 menunjukkan bahwa analisis poin penjualan (*sales point*) produk bagea di UD. Baruasa Membiri menunjukkan bahwa nilai poin penjualan 1,5 point tersebut diberi karena merujuk pada nilai analisis tingkat kepentingan, di mana nilai tingkat kepentingan diketahui memiliki nilai kepentingan lebih besar dari 3 sehingga dapat diberikan nilai poin penjualan tinggi 1,5. Nilai poin penjualan tinggi (*strong sales point*) menunjukkan bahwa perbaikan pada atribut tersebut akan memberikan dampak yang kuat terhadap tingkat penjualan produk bagea di UD. Baruasa Membiri.

Analisis Bobot Penjualan (*Raw Weight & Normalized Raw Weight*)

Analisis bobot absolut (*Raw Weight*) merupakan bobot kepentingan secara keseluruhan terhadap setiap atribut-atribut produk kebutuhan konsumen. Setelah dilakukan perhitungan dan didapatkan nilai bobot absolut kemudian nilai tersebut dinormalisasi dalam satuan persentase (*Normalized Raw Weight*). Nilai bobot absolut tersebut digunakan dengan tujuan sebagai fase perencanaan dari pengembangan kualitas produk bagea. Data analisis bobot penjualan dan normalisasinya pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri dapat di lihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis bobot penjualan dan normalisasinya produk bagea di UD. Baruasa Membiri

No.	Atribut	Raw Weight	Normalized Raw Weight
1	Rasa Produk Bagea	7,389	6,07%
2	Tekstur Produk Bagea	7,622	6,27%
3	Warna Produk Bagea	7,238	5,95%
4	Varian Jenis Produk Bagea	10,037	8,25%
5	Kualitas Produk Bagea	7,313	6,01%
6	Tidak Menggunakan Bahan Berbahaya	7,732	6,36%
7	Desain Kemasan Menarik Produk Bagea	9,467	7,78%
8	Informasi Nilai Gizi pada Kemasan Produk Bagea	10,582	8,70%
9	Informasi <i>Expired</i> (Tanggal Kadaluarsa)	7,163	5,89%
10	Sertifikat dan Label Halal Produk Bagea	7,500	6,16%
11	Harga Jual Produk Bagea yang Terjangkau	8,694	7,15%
12	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Bagea	7,769	6,39%
13	Kemudahan Mendapatkan Produk Bagea	7,050	5,79%
14	Terdapat Media Promosi	8,661	7,12%
15	Harga Khusus Pembelian Tertentu Produk Bagea	7,357	6,05%
Total		121,573	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa analisis bobot penjualan dan normalisasinya pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri hasil perhitungan nilai bobot absolut dan normalisasinya didapatkan 15 fokus utama yang akan dijadikan prioritas utama dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri yaitu, (1) Informasi nilai gizi pada kemasan produk bagea (8,70%), (2) Varian jenis produk bagea (8,25%), (3) Desain kemasan menarik produk bagea (7,78%), (4) Harga jual produk bagea yang terjangkau (7,15%), (5) Terdapat media promosi (7,12%), (6) Kesesuaian harga dengan kualitas produk bagea (6,39%), (7) Tidak menggunakan bahan berbahaya (6,36%), (8) Tekstur produk bagea (6,27%), (9) Sertifikat dan label halal produk bagea (6,16%), (10) Rasa produk bagea (6,07%), (11) Harga khusus

pembelian tertentu produk bagea (6,05%), (12) Kualitas produk bagea (6,01%), (13) Warna produk bagea (5,95%), (14) Informasi *expired* (tanggal kadaluarsa) (5,89%), dan (15) kemudahan mendapatkan produk bagea (5,79%). Nilai kepentingan pelanggan pada atribut kebutuhan dengan nilai yang tertinggi terdapat pada atribut informasi nilai gizi pada kemasan produk bagea dengan nilai sebesar 10,582 sedangkan untuk nilai kepentingan pelanggan pada atribut kebutuhan dengan nilai yang terendah terdapat pada atribut kemudahan mendapatkan produk bagea dengan nilai sebesar 7,050.

Persyaratan Teknik (*Technical Requirements*)

Persyaratan teknik merupakan respon teknis dari perusahaan terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan yang diperoleh dari UD.

Baruasa Membiri. Daftar persyaratan teknis untuk produk bagea di UD. Baruasa Membiri disusun dengan merujuk pada hasil wawancara secara langsung kepada pemilik UD. Baruasa Membiri untuk memperoleh data yang diinginkan. Berikut adalah persyaratan teknik yang dapat dilakukan oleh UD. Baruasa Membiri dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Daftar persyaratan teknik produk bagea di UD. Baruasa Membiri

No.	Daftar Persyaratan Teknik
1	Penyediaan bahan baku
2	Proses pengkerasan adonan
3	Proses pengovenan
4	Proses pengemasan
5	Pencantuman informasi produk bagea pada kemasan
6	Pemasaran langsung produk bagea

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa daftar persyaratan teknik produk bagea di UD. Baruasa Membiri didapatkan 6 persyaratan teknik dari perusahaan sebagai respon teknis untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri. Daftar persyaratan teknik ini akan ditempatkan pada bagian atas matriks HOQ, berikut penjelasan tiap persyaratan teknik.

1. Penyediaan bahan baku merupakan faktor penting yang ikut menentukan tingkat harga pokok dan kelancaran proses produksi usaha. Pengertian bahan baku adalah barang-barang yang akan menjadi bagian dari produk jadi yang dengan mudah mudah dapat diikuti biayanya. Penyediaan bahan baku produk bagea di UD. Baruasa Membiri yaitu berupa bahan baku utama tepung sagu dan bahan baku penunjang seperti kelapa santan, gula pasir, telur, dan soda kue yang telah melewati proses sortasi dan terdapat label halal pada beberapa bahan penunjang yang dibutuhkan.
2. Proses pengkerasan adonan merupakan proses pencampuran antara bahan baku utama dan bahan penunjang. Di mana pada tahap ini pencampuran yang dilakukan secara bertahap dicampurkan sedikit demi sedikit untuk menjaga testur dan tingkat kekerasan dari adonan bagea sehingga menghasilkan adonan yang baik digunakan untuk produk bagea. Dalam tahap ini sangat penting karena akan mempengaruhi rasa

dan tekstur dari produk bagea, sehingga pada proses ini karyawan yang dibutuhkan telah terlatih.

3. Proses pengovenan merupakan proses pemanggaan pada adonan bagea yang telah dicetak. Pada tahap proses pengeovenan UD. Baruasa Membiri masih melakukan secara manual menggunakan alat oven yang membutuhkan panas api dari kompor gas elpiji, sehingga pada tahap ini karyawan yang ditugaskan akan selalu melakukan pengecekan secara berskala yang bertujuan untuk menjaga warna dan tekstur dari produk bagea.
4. Proses pengemasan merupakan tahap akhir pada proses produksi yang bertujuan untuk menjaga kualitas dan umur simpan produk bagea. Selain itu pembuatan desain kemasan yang menarik juga dapat menambah daya tarik pelanggan pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri.
5. Pencantuman informasi pada produk bagea di UD. Baruasa Membiri, harus memberikan informasi pada kemasan produk bagea seperti informasi komposisi bahan yang digunakan, informasi nilai gizi, terdapat label halal dan harga pada kemasan, sehingga memudahkan pelanggan mengetahui informasi yang tercantum pada produk bagea yang dijual. Selain itu fungsi lain pencantuman informasi pada produk bagea yaitu untuk menghilangkan keraguan pelanggan pada saat membeli produk bagea di UD. Baruasa Membiri.
6. Pemasaran langsung produk bagea, merupakan proses penjualan langsung yang dilakukan oleh UD. Baruasa Membiri di mana produk yang telah di kemas kemudian dipajang di etalase penjualan dan di distribusikan ke tokoh-tokoh dan swalayan untuk memudahkan pelanggan untuk mencari berbagai produk bagea yang dijual.

Hubungan Persyaratan Konsumen dan Persyaratan Teknik (*Relationship*)

Penyusunan hubungan persyaratan konsumen dan persyaratan teknik (*Relationship*) yang berada ditengah matriks HOQ bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persyaratan pelanggan dan persyaratan teknik dari produk bagea di UD. Baruasa Membiri. Penilaian hubungan pada matriks ini menggunakan simbol angka sebagai berikut yaitu: 0 = tidak ada hubungan, 1 = hubungan lemah, 3 = hubungan

sedang dan 9 = hubungan kuat (Halim dan Ekawati, 2014).

Hubungan antara kebutuhan pelanggan dan persyaratan teknik produk bagea di UD. Baruasa Membiri didapatkan 13 yang memiliki hubungan kuat pada atribut rasa produk bagea, tekstur produk bagea, warna produk bagea, varian jenis produk bagea, kualitas produk bagea, tidak menggunakan bahan berbahaya, desain kemasan menarik produk bagea, informasi nilai gizi pada kemasan produk bagea, informasi *expired* (tanggal kadaluarsa), sertifikat dan label halal produk bagea, kemudahan mendapatkan produk bagea, terdapat media promosi, dan harga khusus pembelian tertentu produk bagea yang diberi poin 9. Sedangkan 15 hubungan sedang terdapat pada atribut yaitu rasa produk bagea, warna produk bagea, varian jenis produk bagea, kualitas produk bagea, tidak menggunakan bahan berbahaya, desain kemasan menarik produk bagea, informasi nilai gizi pada kemasan produk bagea, informasi *expired* (tanggal kadaluarsa), sertifikat dan label halal produk bagea, harga jual produk bagea yang terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk bagea, kemudahan mendapatkan produk bagea, terdapat media promosi, dan harga khusus pembelian tertentu produk bagea yang diberi poin 3.

Hasil hubungan antara persyaratan konsumen dan persyaratan teknik produk bagea di UD. Baruasa Membiri selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 1.

Matriks Korelasi Teknik (*Technical Correlation*)

Matriks korelasi teknik adalah matriks hubungan antar persyaratan teknik. Matriks ini terletak pada bagian sisi atas setelah matriks persyaratan teknik yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara persyaratan teknik saling berhubungan (Wang, 2013). Penilaian hubungan pada matriks ini menggunakan simbol angka sebagai berikut yaitu: 0 = tidak ada hubungan, 1 = hubungan lemah, 3 = hubungan sedang dan 9 = hubungan kuat (Halim dan Ekawati, 2014).

Hasil hubungan antara persyaratan teknik didapatkan 4 persyaratan teknik yang saling berhubungan kuat pada persyaratan teknik yaitu penyediaan bahan baku, proses pengkerasan adonan, proses pengemasan, pencantuman informasi produk bagea pada kemasan, dan pemasaran langsung produk bagea yang diberi poin 9. 2 hubungan sedang pada atribut teknik

yaitu proses pengovenan, proses pengemasan, pencantuman informasi produk bagea pada kemasan, dan pemasaran langsung produk bagea yang diberi poin 3 dan sisanya tidak mempunyai hubungan. Hasil hubungan antara persyaratan teknik produk bagea di UD. Baruasa Membiri selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 1.

Matriks Pengembangan Prioritas Persyaratan Teknik

Setelah dilakukan pembobotan pada matriks korelasi selanjutnya menentukan nilai prioritas persyaratan teknik. Penentuan prioritas teknik bertujuan untuk melihat seberapa penting suatu persyaratan teknik untuk dikembangkan semakin tinggi nilai prioritas yang didapatkan maka akan semakin tinggi prioritas persyaratan teknik tersebut untuk dikembangkan. Nilai prioritas persyaratann teknik dapat dilihat pada Tabel 9.

Berdasarkan Tabel 9, nilai prioritas persyaratan teknik produk bagea di UD. Baruasa Membiri didapatkan 7 urutan prioritas persyaratan teknik yang harus menjadi perhatian dalam melakukan pengembangan kualitas terhadap produk bagea diantaranya yaitu (1) Penyediaan bahan baku, (2) Pemasaran langsung produk bagea, (3) Pencantuman informasi produk bagea pada kemasan, (4) Proses pengkerasan adonan, (5) Proses pengemasan, (6) Proses pengovenan.

Pada prioritas persyaratan teknik UD. Baruasa Membiri harus memperhatikan pengembangan produk di antaranya, (1) Penyediaan bahan baku, hal yang harus diperhatikan yaitu : a. Tidak menggunakan bahan berbahaya, b. varian jenis produk bagea, c. Kualitas produk bagea . (2) Pemasaran langsung produk bagea, hal yang harus diperhatikan yaitu : a. Harga jual produk bagea yang terjangkau, b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk bagea, c. Kemudahan mendapatkan produk bagea, d. Terdapat media promosi, dan e. Harga khusus pembelian tertentu produk bagea. (3) Pencantuman informasi produk bagea pada kemasan, hal yang harus diperhatikan yaitu : a. Informasi nilai gizi pada kemasan produk bagea, b. informasi *expired* (tanggal kadaluarsa), dan c. terdapat sertifikat dan label halal produk bagea. (4) Proses pengkerasan adonan, hal yang harus diperhatikan yaitu : a. Rasa produk bagea, dan b. tekstur produk bagea. (5) Proses pengemasan, hal yang harus di perhatikan yaitu . a. desain kemasan menarik produk bagea, (5) proses

pengovenan, hal yang harus diperhatikan yaitu :
a Warna produk bagea. Matriks *House Of Quality* (HOQ) pada pengembangan produk

mete dengan menggunakan *Quality Fuction Deployment* (QFD) secara lengkap dapat dilihat pada Gambar 1.

Tabel 9. Nilai prioritas persyaratan teknik produk bagea di UD. Baruasa Membiri

No.	Daftar Persyaratan Teknik	Nilai Prioritas	Kontribusi (%)	Urutan Prioritas
1	Penyediaan bahan baku	204	19,84%	1
2	Proses pengkerasan adonan	166	16,15%	4
3	Proses pengovenan	146	14,20%	6
4	Proses pengemasan	163	15,86%	5
5	Pencantuman informasi produk bagea pada kemasan	174	16,93%	3
6	Pemasaran langsung produk bagea	175	17,02%	2
Total		1028	100%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

	Penyediaan bahan baku	Proses Pengkerasan Adonan	Proses Pengovenan	Proses pengemasan	Pencantuman Informasi Produk Bagea pada Kemasan	Pemasaran langsung produk Bagea	Tingkat kepentingan	Tingkat Keputusan	Target (goal)	Rasio Perbaikan	Poin penjualan (sales point)	Raw Weight	Normalized Raw Weight
Rasa Produk Bagea		9	3				4,850	4,7750	4,850	1,0160	1,5	7,389	6,078
Tekstur Produk Bagea		9	9				4,900	4,7250	4,900	1,0370	1,5	7,622	6,270
Warna Produk Bagea		3	9				4,825	4,8750	4,875	1,0000	1,5	7,238	5,953
Varian Jenis Produk Bagea	9				3		4,925	3,6250	4,925	1,3590	1,5	10,037	8,256
Kualitas Produk Bagea	3	3	3	3			4,875	4,9000	4,900	1,0000	1,5	7,313	6,015
Tidak Menggunakan Bahan Berbahaya	9	3					5,000	4,8500	5,000	1,0310	1,5	7,732	6,360
Desain Kemasan Menarik Produk Bagea				9	3		4,750	3,5750	4,750	1,3290	1,5	9,467	7,787
Informasi Nilai Gizi pada Kemasan Produk Bagea				3	9		4,825	3,3000	4,825	1,4620	1,5	10,582	8,704
Informasi <i>Expired</i> (Tanggal Kadaluarsa)				3	9		4,775	4,7750	4,775	1,0000	1,5	7,163	5,892
Sertifikat dan Label Halal Produk Bagea				3	9		4,975	4,9500	4,975	1,0050	1,5	7,500	6,169
Harga Jual Produk Bagea yang Terjangkau	3			3		3	4,800	3,9750	4,800	1,2080	1,5	8,694	7,152
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk Bagea	3					3	4,850	4,5420	4,850	1,0680	1,5	7,769	6,390
Kemudahan Mendapatkan Produk Bagea						9	4,700	4,9000	4,900	1,0000	1,5	7,050	5,799
Terdapat Media Promosi						9	4,575	3,6250	4,575	1,2620	1,5	8,661	7,124
Harga Khusus Pembelian Tertentu Produk Bagea						3	4,780	4,6000	4,750	1,0330	1,5	7,357	6,052
Nilai prioritas	190	166	146	163	174	175							
Kontribusi (%)	18,74%	16,37%	14,41%	16,05%	17,18%	17,25%							
Urutan prioritas	1	4	6	5	3	2							

Gambar 1. Matriks *House Of Quality* (HOQ) produk bagea UD. Baruasa Membiri

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pengembangan kualitas produk bagea di UD. Baruasa Membiri menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dapat disimpulkan bahwa pengembangan kualitas produk bagea di UD. Baruasa Membiri menggunakan metode QFD didapatkan bahwa yang diprioritaskan untuk dikembangkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan berturut-turut antara lain: (1) informasi nilai gizi pada kemasan produk bagea (8,70%), (2) varian jenis produk bagea (8,25%), (3) desain kemasan menarik produk bagea (7,78%), (4) harga jual produk bagea yang terjangkau (7,15%), (5) terdapat media promosi (7,12%), (6) kesesuaian harga dengan kualitas produk bagea (6,39%), (7) tidak menggunakan bahan berbahaya (6,36%), (8) tekstur produk bagea (6,27%), (9) sertifikat dan label halal produk bagea (6,16%), (10) rasa produk bagea (6,07%), (11) harga khusus pembelian tertentu produk bagea (6,05%), (12) kualitas produk bagea (6,01%), (13) warna produk bagea (5,95%), (14) informasi *expired* (tanggal kadaluarsa) (5,89%), dan (15) kemudahan mendapatkan produk bagea (5,79%).

Daftar Pustaka

- Agusyana, Y. (2011). *Olah Data Skripsi dan Penelitian dengan SPSS 19*. Jakarta: Alfaosffet.
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Rieneka Cipta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Batseba A. (2016). *Pertumbuhan Sagu (Metroxylon SP) di Hutan Alam Papua*. *Jurnal AGROTEK*, 3 (8) : 151-159.
- Bintoro, H. (2016). *Karakter Morfologi dan Potensi Produksi Beberapa Aksesori Sagu (Metroxylon spp.) di Kabupaten Sorong Selatan, Papua Barat*. *Jurnal Agron*, 44 (1): 91 – 97.
- Bunta, A.S.N dan Nikmawati, S.F. (2013). *Pengaruh Penambahan Tepung Tulang Ikan Tuna terhadap Karakteristik Hedonik Kue Bagea Khas Gorontalo*. *Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan*. 5 (2): 81-88.
- Halim. V dan Ekawati, Y. (2014). *Perencanaan Produk Olahan Wortel Menggunakan Metode Quality Function Deployment(QFD)* *Jurnal Teknik Industri*. 5 (2): 57-68.
- Hardiyanti, W. (2020). *Impact Analysis of Capital Adequacy Ratio (Car) and Return on Asset (Roa) on Financing of Murabaha on Sharia Bank in Indonesia Period Year 2014-2018*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8 (3): 323–334.
- Herdhiansyah, Dhian, Gustina, Ab Patadja, dan Asriani. (2021). *Kajian Penerapan Good Manufacturing Practices (GMP) pada Pengolahan Keripik Pisang* *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 15 (3): 845-853.
- Herdhiansyah, Dhian, Fitrawaty, Tamrin dan Asriani. (2022). *Penerapan Sistem GMP (Good Manufacturing Practices) pada Usaha Mikro Tahu Tempe Benjo di Desa Lambusa Kabupaten Konawe Selatan*. *Jurnal Warta Industri Hasil Pertanian*, 39(1) 9 – 15.
- Ibrahim, K. & Gunawan, H. (2015). *Dampak kebijakan konversi lahan sagu sebagai upaya mendukung Program Pengembangan Padi Sawah di Kabupaten Halmahera Barat, Maluku Utara*. *Jurnal AGRIPPLUS*, 21(1) :30-35.
- Nana, S. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Roska Karya.
- Sabrin, M. Tamrin, dan Syukri, M. (2020). *Analisis Pengolahan SWOT Kepiting (Portunus pelagicus) di Watolo Kecamatan Mawasangka Kabupaten Buton Tengah*. *Tekper: Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Pertanian*, 1 (1): 1-10
- Sri, W. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Mempengaruhi Turnover Intention (keinginan berpindah) karyawan pada Perusahaan Jasa Konstruksi*. *Jurnal Rekayasa Sipil*. 8 (2): 89-96.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Arikunto Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Supriyono. (2013). Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja (Performance Appraisal) Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Otonomi*, 13 (3): 205-212.
- Wicaksono, A. W. (2013). Penerapan Metode QFD (Quality Function Deployment) pada Rencana Pengembangan Sekolah di SMKN 2 Yogyakarta. Skripsi. Program Studi Pendidikan Teknik Elektro: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wijaya, T. (2011). Manajemen Kualitas Jasa, Cetakan ke-1. Kelembagaan Jakarta Barat. PT. Indeks
- Wiyandani, S. N. W. (2008). Analisis Efisiensi Layout Proses Produksi Studi Kasus pada PT. Pabrik Gula Madu Baru Madukismo Kasihan Bantul Yogyakarta. *Jurnal AGRIFOR*. 12 (1): 12-21.