

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Nilai Produk Sagoku dari Sagu Meambo Food Kelurahan Mata Kecamatan Kendari

Analysis of Consumer Satisfaction Levels on the Value of Sagoku Products From Sago Meambo Food, Mata output, Kendari District.

Muhammad Arif^{1*}, Rianda¹, Sakir¹

¹Department of Food Science and Technology, Faculty of Agriculture, University of Halu Oleo.
Jl. HEA. Mokodompit, Kampus Hijau Bumi Tridharma, Anduonohu, Kendari, Sulawesi Tenggara
*email: irwanenti210@gmail.com

Received: 06th January, 2022; Revision 07th February, 2022; Accepted: 08th March, 2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari proses pengolahan sagu pada usaha sagu Meambo Food dikelurahan mata Kecamatan Kendari Kota Kendari. Untuk mengetahui proses pengembangan produk dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada olahan sagu pada usaha sagu Meambo Food di Kelurahan Mata Kecamatan kendari Kota Kendari. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner, wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengolahan produk sagoku dari sagu Meambo Food Proses diawali dengan tahapan pasca panen buah sagu yang dilakukan oleh petani sagu yang telah bekerjasama; tahap berikutnya yaitu proses pengolahan sagu menajdi tepung dilakukan oleh tenaga kerja. Proses pengolahan sagu yaitu melakukan pencucian sagu, perendaman sagu, pegovenan sagu menggunakan oven, pengayakan sagu menggunakan ayakan untuk menghasilkan tepung sagu, kemudian tepung sagu digunakan dalam pembuatan produk sagu Pengembangan olahan sagu menggunakan metode QFD didapatkan bahwa yang diprioritaskan untuk dikembangkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen berturut-turut antara lain: mempunyai label halal (8.93%), tercantum tanggal kadaluwarsa (8.87%), tercantum informasi jenis rasa (8.18%), rasa manis (7.93%), varian rasa topping/isian yang baru (7.75%), topping/isian yang lebih banyak(7,75%), kemudahan dalam mendapatkan produk cokelat (7.39%), tidak terdapat rasa pahit (7.33%), cita rasa yang tidak berubah (7.28%), tekstur lembut (7.28%), Mempunyai informasi nilai gizi dalam satu kemasan (7.28%) dan warna kemasan sesuai produk (6.57%).

Kata Kunci: Sagoku, QFD, pengembangan produk.

Abstract

This study aims to study the process of sago processing at the Meambo Food Sago Business in the Mata Village, Kendari District, Kendari City, to determine the product development process using the Quality Function Deployment (QFD) method on sago processing at the Meambo Food Sago Business in the Mata Village, Kendari District, Kendari City. ". Data was collected using questionnaire, interview, documentation and observation methods. The results showed that the process of processing sago products from sago Meambo food The processing of Sagoku Meambo Food products begins with the post-harvest stage of sago fruit carried out by sago farmers who have collaborated with Meambo Food Sago Enterprises, then the next stage is the processing of sago into flour carried out by labor. The sago processing process is by washing sago, soaking sago, roasting sago using an oven, sifting sago using a sieve to produce sago flour, then using sago flour to make sago products. The needs of consumers in a row include: having a halal label (8.93%), including an expiration date (8.87%), including information on the type of taste (8.18%), sweetness (7.93%), new topping/stuffing variants (7.75%) , more toppings/filling (7.75%), easy to get chocolate products (7.39%), no bitter taste (7.33%), unchanged taste (7.28%), soft texture (7.28%) , Has information on nutritional value in one package (7.28%) and packaging color according to product (6.57%).

Keywords: Sagoku, QFD, Product Development.

PENDAHULUAN

Ketahanan pangan merupakan salah satu indikator pertumbuhan ekonomi suatu negara dan dapat mencerminkan kemakmuran serta tolok ukur tingkat kesejahteraan, khususnya dalam hal produksi dan konsumsi rakyat (Asriani dan Herdhiansyah, 2019). Indonesia memiliki areal tanaman sagu terluas di dunia, dimana sekitar 48 % dari total areal sagu dunia atau kira-kira 994.000 ha berada di Propinsi Papua dan Papua Barat.

Diperkirakan potensi sagu di Propinsi paling timur ini sekitar 4.75 juta ton pati kering setiap tahunnya, namun realisasi produksinya hanya sekitar 200 ribu ton. Ini berarti 4.55 juta ton pati kering terbuang percuma karena tidak sempat dipanen (Aceng, 2012). Berdasarkan penelitian Tirta et al. (2013) areal hutan sagu di Indonesia sekitar 1,25 juta hektar dengan kepadatan anakan 1.480 per hektar. Dari luasan tersebut hanya sekitar 40 persen merupakan areal penghasil pati produktif dengan produktivitas pati 7 ton per hektar per tahun.

Salah satu komoditi lokal yang berpotensi adalah tanaman sagu. Kebutuhan karbohidrat nasional tahun 2012 sebanyak 34 juta ton sementara produktivitas sagu mencapai 20-40 ton, maka 1 juta ha tanaman sagu mampu mencukupi seluruh kebutuhan karbohidrat bangsa Indonesia (Bintoro, 2010). Tanaman sagu yang ada saat ini dibiarkan tumbuh hingga siap untuk diambil patinya, dan upaya untuk membudidayakan sagu masih sangat kurang khususnya di Sulawesi. Pertumbuhan dan perkembangan sagu harus optimal untuk memperoleh produktivitas yang tinggi (Listio, 2016).

Sagu (*Metroxylon sp.*) adalah tanaman asli Indonesia, dan merupakan sumber pangan yang paling tua bagi masyarakat di berbagai daerah. Sagu diduga berasal dari Maluku dan Irian; karena itu sagu mempunyai arti khusus sebagai pangan tradisional bagi penduduk setempat. Hingga saat ini belum ada data pasti yang mengungkapkan kapan awal mula sagu ini dikenal. Diduga, budidaya sagu di kawasan Asia Tenggara dan Pasifik Barat sama kunonya dengan pemanfaatan kurma di Mesopotamia. Di wilayah Indonesia Bagian Timur, sagu sejak lama dipergunakan sebagai makanan pokok oleh sebagian penduduknya, terutama di Maluku dan Irian Jaya. Teknologi eksploitasi, budidaya

dan pengolahan sagu yang paling maju saat ini adalah di Malaysia (Kindangen dan Malia, 2006). Sagu merupakan produk pangan lokal unggulan yang perlu dikembangkan (Asriani dan Herdhiansyah, 2021).

Usaha Sagu Meambo Food merupakan salah satu usaha yang bisnis utamanya bergerak dalam produksi makanan. Usaha Sagu Meambo Food berdiri pada tahun 2010 dan berlokasi di Kelurahan Mata Kecamatan Kendari Kota Kendari dengan hanya memproduksi makanan Sagu dalam kemasan aluminium foil yang disuplai keberbagai toko-toko, dengan nama produk Saguku Chips Sagu dan Saguku Biskuit Sagu Coklat.

Jumlah permintaan konsumen terhadap produk sagu dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mengakibatkan wilayah pemasarannya juga masih terbatas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Isabel Buil, Eva Martinez dan Chematony (2013) permintaan konsumen terhadap suatu produk di dasarkan pada tiga indikator, ketiga indikator tersebut adalah: percaya kualitas produk, kualitas produk konsisten dan fitur yang ditawarkan baik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2014) kesadaran merek berpengaruh besar terhadap jumlah permintaan produk. Permintaan konsumen dapat meningkatkan apabila kepuasan konsumen sudah tercapai oleh karena itu fokus kepuasan dilakukan dengan membrikan pelayanan yang sesuai dengan konsumen (Wicaksono, 2013). Salah satu metode pengembangan yang dapat dilakuakn untuk memenuhi keinginan konsumen yaitu dengan metode QFD (*Quality Function Deployment*).

Metode QFD merupakan salah satu metode yang mengutamakan pendekatan sistematis dengan cara menentukan tuntutan atau permintaan konsumen, kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam perencanaan pengembangan yang tepat (Wijaya, 2011). Menurut Wijaya (2011) QFD adalah suatu metode pemenuhan harapan konsumen terhadap suatu produk yang mengedepankan efisiensi waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan metode lain. Metode QFD dapat mengurangi waktu desain sebesar 40% dan biaya desain sebesar 60% secara bersamaan namun tetap mempertahankan aspek kualitas desain. Anwar et al., (2014) melaporkan bahwa peningkatan

produk Sagu dengan menerapkan metode QFD perlu memperhatikan aspek; cita rasa, variasi rasa, tampilan dan informasi pada kemasan, dan kemudahan mendapatkan. Respon teknis dari perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dimulai dari sortasi sagu, proses pengolahan hingga proses pengemasan produk, juga upaya peningkatan promosi dan pemasaran produk.

Berdasarkan Uraian diatas penulit melakukan Perencanaan dan pengembangan produk olahan sagu dengan studi kasus pada UKM Sagu Meambo Food dengan menggunakan metode QFD, yang diharapkan dapat meningkatkan produktivitas usahan berdasarkan kebutuhan konsumen.

METODE PENELITIAN

Subjek penelitian ini adalah pemilik usaha Sagu Meambo Food Kelurahan Mata Kecamatan Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara dengan rencana pengembangan produk sagu menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang ditentukan menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2010). Dengan memperhatikan pengetahuan responden tentang produk olahan coklat batang. Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal disekitar UKM Sagu meambo.

Penarikan sampel dilakukan kepada masyarakat sekitar sebanyak 30 orang dengan menggunakan *judgmental sampling metode sampling*, pemilihan metode ini dikarenakan tidak semua masyarakat yang tinggal disekitar UKM sagu meambo memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Objek penelitian ini adalah produk olahan sagu di UKM Sagu Meambo Food yang terdiri dari variasi rasa pada produk saguku, mempunyai label halal, mempunyai informasi nilai gizi pada setiap kemasan, tercantumnya tanggal kadaluarsa, kemasan produk yang lebih menarik, tersedian dalam berbagai ukuran kemasan produk.

Tahapan dalam penelitian adalah sebagai berikut: (a) observasi; (b) kusioner; (c) wawancara ditunjukkan untuk, pelaku usaha; (d) dokumentasi; dan (e) pengujian Instrumen.

Analisis *Quality Function Deployment* (QFD) meliputi:

1. Analisis *customer requirements*: kebutuhan pelanggan atau *customer requirements* merupakan pendapat pelanggan tentang karakteristik yang disyaratkan atau dibutuhkan oleh pelanggan pada produk atau jasa.
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* lima skala dengan menggunakan simbol angka 1-5 (1= Sangat Tidak Setuju, 2= Tidak Setuju, 3= Cukup, 4= Setuju, 5= Sangat Setuju), skala *Likert* digunakan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010).
3. Analisis tingkat kepuasan: untuk mengetahui bobot kepuasan yang diberikan oleh produk kita yaitu skala yang diberikan 1-5 (1= Sangat Tidak Setuju, 2= Tidak Setuju, 3= Cukup, 4= Setuju, 5= Sangat Setuju) 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* = $\text{Importance Weight} / \text{total jumlah responden}$.
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 konsumen.
5. Analisis *improvement ratio*: nilai ratio perbaikan didapatkan dari nilai perbandingan antara target (sasaran yang ingin dicapai) dengan tingkat kepuasan konsumen. Rasio perbaikan = $\text{nilai target} / \text{tingkat kepuasan konsumen}$.
6. Analisis *sales point*: Penentuan poin penjualan dilakukan untuk mengetahui bagaimana peranan masing-masing atribut kebutuhan konsumen terhadap penjualan produk yang ditentukan berdasarkan nilai kebutuhan pelanggan.
7. Analisis *Raw Weight*: *Raw weight* merupakan kepentingan keseluruhan konsumen 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 peresentase yaitu nilai *raw weight* / Σ *raw weight*.
 9. Analisis *technical requirements*: Analisis ini bertujuan untuk mencari tahu apa yang akan dilakukan pihak Pelaku usaha terhadap permintaan pelanggan melalui wawancara dengan pihak pelaku usaha.
 10. Analisis *Technical Requirement score*: Analisis ini bertujuan untuk mengetahui *Technical Requirements* yang paling penting dan memerlukan lebih banyak perhatian untuk di tindak lanjuti.
 11. Analisis *customer requirement score*: Analisis *Customer Requirement Score* bertujuan untuk mengetahui atribut yang dianggap penting untuk perencanaan dan pengembangan suatu produk.
 12. Analisis *technical correlation*: Analisis ini bertujuan untuk mengetahui antara hubungan persyaratan teknik yang saling berhubungan yang di dapatkan dengan melalui wawancara langsung dengan pihak pelaku usaha.
 13. Analisis *technical correlation score*: Analisis ini bertujuan untuk mengetahui *Technical Correlation* yang paling penting dan memerlukan lebih banyak perhatian untuk di tindak lanjuti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Customer Requirements

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

Untuk mengetahui persyaratan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk yaitu dengan mulai membuat daftar tujuan, daftar tujuan ini di sebut dengan apa yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen terhadap suatu produk khususnya pada produk olahan sagu. Data

persyaratan kebutuhan konsumen tentang apa saja yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen terhadap produk olahan sagu dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut kebutuhan konsumen produk Saguku Biskuit Sagu Coklat

No.	Atribut Produk
1	Rasa manis
2	Cita rasa yang tidak berubah
3	Varian rasa toping/isian yang baru
4	Tidak terdapat rasa pahit
5	Tekstur lembut
6	Topping/isian yang lebih banyak
7	Mempunyai label halal
8	Mempunyai informasi nilai gizi dalam satu kemasan
9	Warna kemasan sesuai produk
10	Tercantum informasi jenis rasa
11	Tercantum tanggal kadaluwarsa
12	Kemudahan dalam mendapatkan produk

Tabel 1 menunjukkan hasil Atribut kebutuhan konsumen produk saguku menunjukkan hasil yang didapatkan berdasarkan pengisian kuesioner pertama yaitu, jenis kuesioner campuran (terbuka dan tertutup) oleh 30 orang responden potensial yang dipilih secara sengaja dengan memperhatikan pengetahuan responden terhadap produk produk saguku.

Data dari hasil kuesioner pertama didapatkan 13 atribut tentang keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk olahan sagu diantaranya yaitu rasa manis, cita rasa yang tidak berubah, varian rasa toping/isian baru, tidak terdapat rasa pahit, tekstur lembut, toping atau isian yang lebih banyak, mempunyai label halal, mempunyai informasi nilai gizi dalam satu kemasan, warna kemasan sesuai produk, tercantum informassi jenis rasa, tercantum tanggal kadaluwarsa, dan kemudahan dalam memdapatkan produk saguku. Jika persyaratan kebutuhan konsumen terhadap atribut-atribut produk saguku telah didapatkan maka selanjutnya yaitu akan dilakukan penyusunan matriks perencanaan (*Planing Matriks*).

Analisis Tingkat Kepentingan

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

kepentingan bertujuan untuk memprioritaskan dalam membuat keputusan *trade off* dan juga sejauh mana keinginan atau kebutuhan konsumen 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 30 orang responden berbeda dengan responden kuesioner yang pertama dengan tetap memperhatikan pengetahuan responden terhadap produk saguku batang. Hasil analisis dan perhitungan yang didapatkan untuk nilai tingkat kepentingan sebagai berikut yang dapat di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai tingkat kepentingan atribut produk Saguku

No.	Atribut	Nilai
1	Rasa manis yang Pas	2.87
2	Rasa produk yang konsisten	3.40
3	Tambahan rasa baru	3.13
4	Tekstur Chips yang Kranci/Garing	3.07
5	Topping baru	2.93
6	Label halal	2.87
7	Informasi nilai gizi pada kemasan	3.13
8	Warna kemasan sesuai produk chips	3.40
9	Gambar produk chips sagu pada kemasan	3.13
10	Informasi tanggal expaer	2.00
11	Kemudahan akses untuk membeli produk sagu chips	2.93

Tabel 2. menunjukkan hasil Nilai tingkat kepentingan atribut produk Saguku menunjukan nilai tingkat kepentingan merupakan hasil perhitungan dari kuesioner yang menunjukan nilai tingkat kepentingan konsumen terhadap tiap-tiap atribut keinginan konsumen pada produk Saguku.

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai tingkat kepuasan pada produk Saguku. Menunjukan bahwa hasil perhitungan diketahui konsumen lebih merasa puas pada atribut Rasa Manis yang Konsisten dengan nilai (3.40), Warna Kemasan Sesuai Produk Chips (3.40), Tambahan Rasa Baru (3,13), dan juga Gambar Produk Chips Pada Kemasan (3.13). Mempunyai dan memperthankan Rasa yang Konsisten menjadi kepuasan yang utama menurut konsumnen dikarenakan rasa yang

konsisten dapat membuat pelanggan bertahan terus menerus untuk selalu mengkonsumsi produk chips sagu.

Menurt (Syafrida, 2015) Untuk memenuhi syarat halal pelaku usaha harus mempersiapkan Sistem Jaminan Halal (SJH) yang merujuk pada buku Panduan Penyusunan SJH yang diterbitkan oleh LP-POM MUI, selanjutnya produsen mengajukan permohonan sertifikat halal ke LPPOM MUI dan mendaftarkan semua produk yang ada termasuk lokasi produksi perusahaan, setelah berkas lengkap selanjutnya LPPOM MUI melakukan audit ke lokasi perusahaan, hasil dari pemeriksaan kemudian dievaluasi jika perusahaan telah memenuhi persyaratan maka auditor akan membuat laporan tentang hasil audit ke Komisi Fatwa MUI.

Sertifikasi halal akan dikeluarkan MUI setelah ditetapkan kekehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI dan sertifikasi halal akan berlaku selama 2 tahun. Pada produk Biskuit Sagu Coklat sudah memenuhi standar penetapan sertifikasi label halal, sertifikasi label halal pada produk Biskuit Sagu Coklat

Analisis Tingkat Kepuasan

Analisis tingkat kepuasan konsumen adalah hasil penilaian terhadap konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan atau di harapkan konsumen. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat mengetahui kepentingan apa saja yang di rasa puas atau kurang puas oleh konsumen terhadap atribut-atribut yang diinginkan terhadap produk olahan Sagu

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 30 orang responden. Hasil analisis dan perhitungan didapatkan nilai tingkat kepuasan yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai tingkat kepuasan atribut produk Saguku

No.	Atribut	Nilai
1	Rasa Manis yang Pas	3.53
2	Rasa Produk yang Konsisten	3.80
3	Tambahan rasa baru	3.27
4	Tekstur Chips yang Kranci/Garing	3.20
5	Topping baru	3.13
6	Label halal	3.47
7	Informasi nilai gizi pada kemasan	3.47
8	Warna kemasan sesuai produk chips	3.80
9	Gambar produk chips sagu pada kemasan	4.00
10	Informasi tanggal expaer	3.53
11	Kemudahan akses untuk membeli produk sagu chips	3.27

Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil nilai tingkat kepuasan atribut produk Saguku menunjukkan nilai tingkat kepuasan konsumen terhadap tiap-tiap atribut keinginan konsumen pada produk Saguku. Berdasarkan hasil perhitungan kepentingan pada produk chips sagu. Menunjukkan bahwa hasil perhitungan diketahui konsumen lebih merasa penting pada atribut kemasan yaitu gambar produk saguku pada kemasan (4,00), rasa chips sagu yang konsisten (3,80), dan warna kemasan sesuai produk chips (3,80). Mempunyai gambar produk Saguku pada kemasan menjadi kepentingan yang utama menurut konsumnen dikarenakan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi orang yang melihatnya.

Kemudahan dalam mendapatkan produk Saguku dapat dilakukan dengan meningkatkan promoasi produk dan membuat sistem pemasaran. Perusahaan harus lebih meningkatkan kapasitas produk Saguku dan mendistribusikan produk Saguku tersebut ke berbagai toko contohnya pada toko khas oleh-oleh, berbagai swalayan setempat dan penjualan secara online.

Analisis Target (Goal)

Analisis nilai target (*goal*) bertujuan untuk melihat sasaran sejauh mana perbaikan yang ingin dicapai oleh perusahaan sebagai target perbaikan produk khususnya pada produk olahan sagu. Nilai target (*goal*) didapatkan dari hasil perbandingan nilai terbaik atau tertinggi antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap masing-masing atribut. Nilai

target (*goal*) pada produk olahan sagu dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis target (*goal*)

No.	Atribut	Nilai (Goal)
1	Rasa Manis yang Pas	3.53
2	Rasa Produk yang Konsisten	3.80
3	Tambahan rasa baru	3.27
4	Tekstur Chips yang Kranci/Garing	3.20
5	Topping baru	3.13
6	Label halal	3.47
7	Informasi nilai gizi pada kemasan	3.47
8	Warna kemasan sesuai produk chips	3.80
9	Gambar produk chips sagu pada kemasan	4.00
10	Informasi tanggal expaer	3.53
11	Kemudahan akses untuk membeli produk sagu	3.27

Tabel 4. menunjukkan bahwa hasil analisis target (*goal*) produk Saguku di ketahui bahwa nilai target (*goal*) dari 11 atribut adalah hasil nilai terbaik dari perbandingan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. 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 dar 1 maka tidak perlu adanya perbaikan. Data hasil nilai rasio perbaikan produk olahan sagu dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rasio perbaikan (*Improvement Ratio*)

No.	Atribut	Rasio Perbaikan
1	Rasa Manis yang Pas	1.23
2	Rasa Produk yang Konsisten	1.12
3	Tambahan rasa baru	1.04
4	Tekstur Chips yang Kranci/Garing	1.04
5	Topping baru	1.07
6	Label halal	1.21
7	Informasi nilai gizi pada kemasan	1.11
8	Warna kemasan sesuai produk chips	1.12
9	Gambar produk chips sagu pada kemasan	1.28
10	Informasi tanggal expaer	1.77
11	Kemudahan akses untuk membeli produk sagu chips	1.11

Tabel 5 menunjukkan bahwa hasil rasio perbaikan (*improvement ratio*) produk Saguku memperlihatkan hasil analisis rasio perbaikan (*improvement ratio*) yang dapat diketahui bahwa dari ke 11 atribut tersebut semuanya harus dilakukan perbaikan yang memiliki nilai rendah dari 1. Atribut-atribut tersebut perlu untuk dilakukan perbaikan agar lebih meningkatkan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Analisis Poin Penjualan (*Sales Point*)

Analisis poin penjualan (*sales point*) bertujuan untuk melihat ke inginan konsumen 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. Data mengenai poin penjualan (*sales point*) pada produk sagu dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Analisis poin penjualan (*sales point*)

No.	Atribut	Nilai poin penjualan
1	Rasa Manis yang Pas	1.5
2	Rasa Produk yang Konsisten	1.5
3	Tambahan rasa baru	1.5
4	Tekstur Chips yang Kranci/Garing	1.5
5	Toping baru	1.5
6	Label halal	1.5
7	Informasi nilai gizi pada kemasan	1.5
8	Warna kemasan sesuai produk chips	1.5
9	Gambar produk chips sagu pada kemasan	1.5
10	Informasi tanggal expaer	1.5
11	Kemudahan akses untuk membeli produk sagu chips	1.5

Tabel 6. menunjukkan bahwa hasil Analisis poin penjualan (*sales point*) produk Saguku menunjukkan memperlihatkan bahwa nilai poin penjualan memiliki nilai tingkat kepentingan lebih besar dari 3 sehingga dapat diberikan nilai poin penjualan tinggi 1,5 yaitu nilai poin penjualan tinggi (*strong sales point*) menunjukkan bahwa perbaikan pada atribut tersebut akan memberikan dampak yang signifikan dan efektif terhadap tingkat penjualan Sagu Chips.

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

Analisis bobot absolut (*Raw Weight*) merupakan bobot kepentingan secara keseluruhan terhadap setiap atribut-atribut produk kebutuhan konsmen. 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. Data analisis bobot penjualan dan normalisainya pada produk olahan coklat dapat di lihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis bobot penjualan dan normalisasinya

No.	Atribut	Nilai Poin Penjualan (Sales Poin)	Normalized Raw Weight
1	Rasa Manis yang Pas	6.53	9.48%
2	Rasa Produk yang Konsisten	6.37	9.24%
3	Tambahan Rasa Baru	5.11	7.41%
4	Tekstur Chips yang Kranci/Garing	5.01	7.27%
5	Toping Baru	5.02	7.28%
6	Label Halal	6.29	9.12%
7	Informasi Nilai Gizi Pada Kemasan	5.75	8.35%
8	Warna Kemasan Sesuai Produk Chips	6.37	9.24%
9	Gambar Produk Chips Sagu Pada Kemasan	7.66	11.11%
10	Informasi Tanggal Expaer	9.36	13.58%
11	Kemudahan Akses Untuk Membeli Produk Sagu Chips	5.46	7.92%
Total		68.93	100.00%

Tabel 7. menunjukkan bahwa hasil analisis nilai raw weight dan normalisasi raw weight yang akan dijadikan prioritas utama dalam memenuhi kebutuhan konsumen pada Produk Saguku yaitu Informasi Tanggal Expaer (13.58%), Gambar produk chips (11.11%), rasa manis yang pas (9.48%), rasa produk yang konsisten (9.24%), warna kemasan sesuai produk chips (9.24%), label halal (9.12%), informasi nilai gizi pada kemasan (8.35%), kemudahan akses untuk membeli produk saguku (7.92%), tambahan Sagu rasa baru (7.41%), toping baru (7.28%), tekstur produk saguku yang kranci/garing (7,27%). Urutan kebutuhan konsumen pada Produk Saguku Chips dimulai yaitu pada kebutuhan konsumen yang memiliki nilai terbesar sampai dengan nilai yang terkecil.

Persyaratan Teknik (*Technical Requirements*)

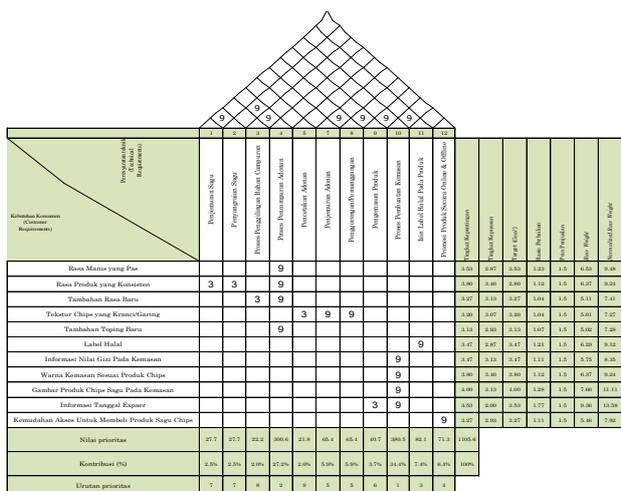
Persyaratan teknik merupakan respon teknis dari perusahaan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen yang di peroleh dari

pelaku usaha. Daftar persyaratan teknis untuk produk olahan coklat batang disusun dengan merujuk pada hasil penelitian Anwar *et al.*, (2014) dan wawancara secara langsung kepada pelaku usaha untuk memperoleh data yang diinginkan. Persyaratan teknik yang dapat dilakukan oleh produk Sagu Chips dapat dilihat pada Tabel 8

Tabel 8. Daftar persyaratan teknik

No.	Atribut	Nilai Poin Penjualan (Sales Poin)	Normalized Raw Weight	Urutan Prioritas
1	Penjemuran Sagu	27.72	2.5%	7
2	Penyangraian Sagu	27.72	2.5%	7
3	Proses Penggilingan Bahan Campuran	22.23	2.0%	8
4	Proses Pencampuran Adonan	300.60	27.2%	2
5	Pencetakan Adonan	21.81	2.0%	9
6	Penjemuran Adonan	65.43	5.9%	5
7	Penggorengan/Pemanggang	65.43	5.9%	5
8	Pengemasan Produk	40.74	3.7%	6
9	Proses Pembuatan Kemasan	380.52	34.4%	1
10	Izin Label Halal Pada Produk	82.08	7.4%	3
11	Promosi Produk Secara Online dan Offline	71.28	6.5%	4
Total		1105.56	100.0%	

Tabek 8 menunjukkan bahwa 11 persyaratan teknik dari usaha Produk Saguku sebagai respon teknis dari yang mempunyai usaha untuk mencapai dari atribut yang diinginkan dan di butuhkan konsumen Produk Saguku. Daftar persyaratan teknik ini akan ditempatkan pada bagian atas matriks HOQ. *Matriks House Of Quality* (HOQ) pada pengembangan Produk Saguku dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) secara lengkap dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Matriks *House Of Quality* (HOQ) pada pengembangan Produk Saguku dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD)

KESIMPULAN

Pengembangan olahan sagu menggunakan metode QFD didapatkan bahwa yang diprioritaskan untuk dikembangkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen berturut-turut antara lain: mempunyai label halal (8.93%), tercantum tanggal kadaluwarsa (8.87%), tercantum informasi jenis rasa (8.18%), rasa manis (7.93%), varian rasa toping/isian yang baru (7.75%), toping/isian yang lebih banyak(7,75%), kemudahan dalam mendapatkan produk coklat (7.39%), tidak terdapat rasa pahit (7.33%), cita rasa yang tidak berubah (7.28%), tekstur lembut (7.28%), Mempunyai informasi nilai gizi dalam satu kemasan (7.28%) dan warna kemasan sesuai produk (6.57%).

Daftar Pustaka

Aceng, K. (2012). Pengembangan Agroindustri Pengolahan Sagu di Provinsi Papua untuk Mendukung Ketahanan dan Disversifikasi Pangan. Prosiding Insinas.

Anwar, S., Jasril., Yunizurwan dan I. R. Palba. (2014). Penerapan Metode *Quality Function Deployment* untuk Peningkatan Kualitas Produk Coklat Lokal. Jurnal Seminar Nasional Teknik Industri. BKSTI 2014.

Asriani, dan Herdhiansyah, D. (2019). Factors Affecting The Economic Policy Of Food In Indonesia. Mega Aktivita: Jurnal Ekonomi dan Manajemen 8 (1), 11-17. DOI: <http://dx.doi.org/10.32833/majem.v8i1.76>.

Asriani dan Herdhiansyah, D. (2021) Teknologi Pengolahan Sagu. Penerbit NEM

Isabel Buil, Eva Martinez dan Leslie de Chernatony. (2013). *The Influence of Brand Equity on Consumer Responses*.1.(1).62-74.

Kindangan, J. G. dan I. E. Malia. (2006). Pengembangan Potensi dan Pemberdayaan Petani Sagu di Sulawesi Utara. Prosiding Seminar Sagu Nasional Sagu untuk Ketahanan Pangan. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. Bogor.

Listio. (2016). Budidaya Tanaman Kakao (*Theobroma cacao* L.). Seri Perkebunan. Skripsi. Fakultas Pertanian. UGM. 112-120.

Pratama, K. A. (2014). Pengaruh Kualitas yang Dirasa, Kesadaran Merek, dan Kepercayaan

Merek Terhadap Loyalitas Merek Penikmat Coklat Silverqueen di Surabaya. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Perbanas. Surabaya.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Syafrida. (2015). Sertifikasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *Jurnal Hukum* 7(2).12-13

Tirta, P.W.W.K., Indrianti, N. dan Ekafitri, R. (2014). Potensi Tanaman Sagu (*Metroxylon sp.*) dalam Mendukung Ketahanan Pangan di Indonesia. *Pangan*. 22.(1). 61 – 76.

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, Tony. (2011). Manajemen Kualitas Jasa. Yogyakarta: