

Strategi Peningkatan Mutu Produk Dodol Salak Bali Pada UD. Nantafood Denpasar

Quality Improvement Strategy for Dodol Snake Fruit Bali in UD. Nantafood Denpasar

Rizky Mubarok, I Wayan Widia*, Ida Bagus Putu Gunadnya

Program Studi Teknik Pertanian dan Biosistem, Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Udayana, Badung, Bali, Indonesia

*email: wayanwidia@unud.ac.id

Abstrak

UD. Nantafood merupakan perusahaan yang bergerak di dalam bidang pengolahan makanan dengan bahan utama buah salak salah satunya yaitu produk dodol salak Bali. Produk dodol yang dihasilkan mampu masuk ke pusat pembelanjaan oleh - oleh di Bali. Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan utama yaitu: (1) menentukan atribut produk dodol salak Bali yang dirasa penting bagi konsumen, (2) menentukan nilai kepentingan konsumen untuk penilaian kualitas produk dodol salak Bali, (3) menentukan nilai kepuasan konsumen untuk penilaian kualitas produk dodol salak Bali. (4) menentukan strategi yang tepat untuk peningkatan kualitas produk. Hasil dari penelitian menunjukkan ada 10 poin atribut produk yang dinilai penting bagi konsumen, yaitu cita rasa dodol yang manis legit, tekstur dodol yang lengket dan kenyal, aroma wangi buah/ketan pada dodol, warna dodol yang kecokelat- cokelatan, Masa simpan berkisar 3-5 bulan, harga jual produk berkisar Rp. 10.000- Rp. 20.000, bentuk dodol persegi dan memiliki ukuran 2 x 1 x 3 cm, kemasan produk yang rapi dan aman dari benturan serta tekanan, Jumlah isi dodol produk 10 sampai 15 dodol dan Informasi produk berupa nama perusahaan tanggal kadaluarsa, komposisi bahan dan label halal. Nilai kepuasan terendah pada tekstur dodol yang lengket dan kenyal sebesar 3,79. Metode QFD digunakan untuk menentukan strategi peningkatan mutu produk dodol salak Bali di UD. Nantafood Denpasar. Strategi yang dapat dilakukan oleh pihak UD. Nantafood untuk meningkatkan kualitas mutu produk dodol salak Bali adalah menggunakan pemilihan bahan yang tepat, memperhatikan rasio bahan yang digunakan, melakukan proses pemasakan yang tepat, dinginkan dan simpan ditempat yang baik.

Kata kunci: *Quality Function Deployment, dodol salak, kualitas produk, kepuasan pelanggan.*

Abstract

UD. Nantafood is a company engaged in the field of food processing with the main ingredient of zalacca fruit, one of which is the Bali salak dodol product. The dodol products produced are able to enter souvenir shopping centers in Bali. This study has several main objectives, namely: (1) to determine the attributes of Balinese salak dodol products that consumers feel are important, (2) to determine the value of consumer interest for evaluating the quality of Balinese salak dodol products, (3) to determine the value of consumer satisfaction for evaluating the quality of Balinese dodol salak products. (4) determine the right strategy to improve product quality. The results of the study showed that there were 10 product attribute points that were considered important for consumers, namely the sweet and legit taste of dodol, the sticky and chewy texture of dodol, the fruity/glutinous aroma of dodol, the color of dodol which was brownish, the shelf life was around 3-5 months, the selling price of the product was around Rp. 10.000 -Rp. 20.000, the shape of the dodol is square and has a size of 2 x 1 x 3 cm, the product packaging is neat and safe from impact and pressure, the number of contents of the dodol product is 10 to 15 dodol and product information in the form of company name, expiration date, ingredient composition, and halal label. The lowest satisfaction score is on the sticky and chewy dodol texture of 3.79. The QFD method was used to determine the strategy for improving the quality of Balinese salak dodol products at UD. Nantafood Denpasar. The strategy that can be carried out by UD. Nantafood to improve the quality of the Balinese salak dodol product is to use the right selection of ingredients, pay attention to the ratio of ingredients used, carry out the proper cooking process, chill and store in a good place.

Keywords: *Quality Function Deployment, salak lunthead, product quality, customer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Dodol merupakan salah satu produk olahan pangan berbasis bahan baku tepung ketan, gula merah aren

dan santan kelapa yang di produksi secara komersial oleh UMKM di Indonesia. Produk dodol memiliki rasa manis, gurih, berwarna coklat, teksturnya lunak

dan digolongkan sebagai produk makanan semi basah. Ketersediaan produk ini di berbagai pasar kuliner di Indonesia menunjukkan bahwa produk ini sangat digemari oleh masyarakat konsumen baik itu konsumen domestik maupun konsumen wisatawan mancanegara. Hal ini tentunya menjadi peluang dan sekaligus tantangan bagi keberlangsungan usaha bagi UMKM yang memproduksi produk dodol di Indonesia.

Produk dodol di Indonesia cukup beragam salah satu yang paling terkenal yaitu dodol khas Garut. Selain dodol Garut terdapat beberapa jenis olahan dodol khas daerah lainnya yaitu dodol Betawi khas Jakarta, dodol nanas khas Subang, dodol rumput laut khas daerah Nusa Tenggara Barat dan lain sebagainya. Bahan baku pembuatan dodol juga cukup mudah di dapat yaitu ketan, kelapa, gula, buah - buahan maupun sayur – sayuran segar. Masing – masing daerah memiliki ciri khas rasa maupun keunikan tersendiri dalam pembuatan produk dodol salah satunya di daerah Bali. Produk olahan dodol sering ditemui di pasar - pasar bahkan pusat pembelanjaan oleh – oleh Bali salah satu produk dodol yang cukup terkenal di Bali yaitu dodol Buleleng.

Menurut data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Wilayah Bali Tahun 2018 jumlah UMKM di wilayah Bali telah mencapai 326.009 pelaku usaha yang tersebar di seluruh wilayah/masyarakat perkotaan. Akan sulit bagi sebuah bisnis untuk meningkatkan kualitas produknya seiring bertambahnya jumlah UMKM. UD. Nantafood merupakan salah satu perusahaan yang mengolah beberapa produk makanan dengan bahan baku buah salak seperti keripik salak, manisan salak dan dodol salak. Produk dodol salak Bali dipilih karena UD. Nantafood baru memproduksi produk dodol salak Bali pada tahun 2014, namun sudah masuk ke beberapa outlet pusat perbelanjaan oleh-oleh khas Bali, antara lain oleh-oleh Krisna, keranjang, dan oleh-oleh Larisa. Hingga kini belum ditemukan apakah produk dodol yang dihasilkan oleh UD. Nantafood sudah sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan.

Strategi dapat didefinisikan sebagai sesuatu langkah atau tindakan yang mempunyai sifat penambahan dan secara berulang-ulang serta dilakukan berlandaskan *point of view* tentang apa yang akan dicapai oleh konsumen di masa yang akan datang (Effendi, 2005). Perencanaan strategi peningkatan kualitas pelayanan adalah suatu penyusunan dan perumusan perbaikan terhadap kinerja pelayanan (González et al., 2008). Semakin banyaknya pesaing dodol maka perusahaan harus melakukan langkah strategi agar mampu bertahan dan berkembang seperti strategi untuk meningkatkan kualitas produk. Atas dasar pertimbangan yang sudah dijelaskan atau

dijabarkan maka perlu melakukan suatu proses penelitian lebih dalam untuk mendapatkan kepuasan yang diinginkan konsumen didalam produk dodol yang diproduksi oleh UD. Nantafood.

Analisis kepuasan konsumen dapat ditakar menggunakan berbagai macam metode yaitu Quality function deployment (QFD, *Importance and Performance Analysis* (IPA), *Service Quality* dan Metode Kano. *Quality Function Deployment* (QFD) adalah suatu sistem tatacara yang tersusun atau terintegral yang digunakan melalui tahapan perencanaan dan peningkatan kualitas yang tinggi suatu produk untuk menetapkan poin-poin kebutuhan dan kepuasan serta mengevaluasi terstruktur kapabilitas suatu produk atau jasa dalam mendapatkan peningkatan kebutuhan dan keinginan konsumen (Puji Priyono & Yuamita, 2022). Sasaran inti dari metode QFD adalah mengimplikasikan konsumen pada tata cara atau proses pertumbuhan jenis produk secepat mungkin (Alfredo Tutuhatunewa, 2010)

Beberapa macam atau jenis penelitian yang menggunakan teknik QFD adalah penelitian Tyasdela (2015) yang menerapkan strategi QFD sebagai pengetahuan atau *knowledge* kepuasan konsumen dengan terhadap jasa pengiriman pizza pada restoran pizza S2. Penelitian Ganantrya (2019) yang memanfaatkan teknik QFD untuk membantu meningkatkan kualitas produk fried chicken di tempat makan ayam goreng Prambanan. Suwana (2012) yang memanfaatkan strategi QFD untuk mengukur kepuasan konsumen di CV Tirta Taman Bal – Bangli. Dilihat dari gambaran pokok permasalahannya, maka strategi QFD digunakan sebagai suatu cara untuk meningkatkan kualitas produk. Berdasarkan uraian permasalahan latar belakang tersebut metode QFD dipakai sebagai teknik untuk meningkatkan daya saing dan menambah kualitas mutu pada suatu produk. adapun judul penelitian yang dilaksanakan yaitu strategi peningkatan mutu produk dodol salak Bali di UD. Nantafood Denpasar. Penelitian ini akan dilaksanakan di UD. Nantafood sebagai perusahaan yang mengolah beberapa jenis olahan salak di Bali salah satunya yaitu produk dodol salak Bali

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan di tempat atau lokasi UD. Nantafood yang berlokasi di Jalan. Cekomaria, Gang Intan Blok 1A no 3 Denpasar Utara. Perusahaan ini dipilih dengan menerapkan system puRp.osive sampling yaitu memilih dengan sengaja yang berdasarkan beberapa parameter tertentu yaitu perusahaan ini baru memproduksi dodol salak Bali

pada tahun 2014, produk dodol salak Bali yang dijual telah memasuki pasar oleh-oleh di wilayah Denpasar, banyaknya pesaing produk dodol di Bali sehingga perlu meningkatkan kualitas produk. Serta tidak terdapat penelitian yang serupa dan telah dilaksanakan di perusahaan tersebut. Proses penelitian ini dilaksanakan dengan waktu 2 bulan yaitu dari bulan Januari sampai bulan Februari 2020 untuk pengumpulan data. Dilanjutkan dengan analisis data dan penulisan skripsi.

Populasi dan Sampel Penelitian

Pada proses dalam penelitian ini yang menjadi populasi terbanyak adalah konsumen yang sering membeli dodol di krisna oleh-oleh Bali. Pengambilan sample pada proses yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan purposive sampling. Responden dipilih untuk penelitian berdasarkan kesediaan konsumen untuk mengisi kuesioner online dengan mencicipi langsung dodol salak Bali dan produk pesaing. Peneliti memiliki kesempatan untuk memilih responden mana saja yang ditemui di kawasan pusat perbelanjaan Bali. Usia objektif responden yang dipilih adalah usia 18 tahun sampai dengan 50 tahun, dengan mempertimbangkan pada usia tersebut telah mampu menjawab variable pertanyaan yang diajukan dan dapat memberikan penilaian hasil secara objektif produk yang akan diberikan. Responden dipilih dalam penelitian ini dilihat dari banyaknya pembeli yang berbelanja pada satu hari di Krisna oleh-oleh Bali yang berjumlah 650 orang. Total jumlah responden ialah delapan puluh tiga orang dengan menggunakan rumus slovin dan derajat kritis sebesar 10% (Fitria Alfiana 2020). Responden pada penelitian ini sudah sesuai aturan bahwa jumlah responden lebih besar dari 30 ($n > 30$) (Ranitaswari 2018).

Jenis Data

Dalam proses atau tahapan penelitian ini macam jenis data yang digunakan oleh peneliti ialah data kuantitatif adalah suatu data yang berjenis sederet angka-angka yang berisikan data keperluan pelanggan, *competitor product data*, data konsep uji dan *economic analysis data*. Adapun sumber data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah penelitian ini adalah data primer merupakan data yang berada dari sumbernya yang meliputi data yang digunakan untuk penelitian yang berupa informasi hasil tanya jawab, *company general data*, dan data tambahan yang relevan dengan penelitian ini diantaranya diperoleh dari pustaka, hasil penelitian sebelumnya, jurnal dan sumber lain yang dimaksudkan untuk mendapatkan landasan teori yang mengarah pada kelengkapan penjelasan atau

topik penelitian sehingga kesimpulan yang diperoleh memiliki bobot ilmiah.

Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan beberapa tahapan yaitu pada minggu pertama melakukan studi pustaka, menentukan lokasi penelitian dan kompetitor. Selanjutnya melakukan diskusi dengan pihak manajemen UD. Nantafood dan mengidentifikasi atribut produk yang akan diteliti. Minggu kedua dilakukan pembuatan kuisisioner pendahuluan sekaligus melakukan penyebaran kuisisioner di krisna oleh-oleh Bali. Pada minggu ketiga dan keempat melakukan analisis data dari hasil kuisisioner yang telah diperoleh serta mengolah data sampai selesai.

Analisis Data

Metode yang perlu dipakai dalam penelitian ini yaitu Quality Function Deployment. Analisis data di awal adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuisisioner. Jika kuisisioner dinyatakan valid dan reliabel maka dilanjutkan dengan tahapan berikutnya yaitu penyebaran kuisisioner utama pada responden di krisna oleh-oleh Bali. Setelah mendapatkan data dari kuisisioner maka dilanjutkan dengan analisis tingkat harapan disandingkan dengan tingkat kebahagiaan konsumen terhadap produk dodol salak Bali. Menentukan target produk, menentukan nilai perbaikan kualitas produk, membuat rancangan *technic params*, membuat analisis hubungan antara kepentingan konsumen dan parameter teknis, membuat analisis keterkaitan parameter teknis, Membuat kalkulasi dan menganalisa HOQ lalu tahap terakhir yaitu membuat diagram HOQ produk dodol salak Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Atribut Kualitas Produk

Atribut kualitas produk dihasilkan melalui musyawarah kebersamaan pihak manajemen UD. Nantafood pentingnya atribut kualitas digunakan untuk mengidentifikasi atribut kualitas produk dodol salak Bali.

Temuan ini didukung dengan wawancara dengan pakar dodol dan literatur penelitian sebelumnya. Menurut (Sangadji, 2013), penilaian umum seseorang terhadap signifikansi atribut produk atau jasa tertentu merupakan definisi pentingnya atribut kualitas produk. Pendekatan bauran pemasaran 7P digunakan untuk mengetahui karakteristik mutu produk dodol salak Bali. Karakteristik ini meliputi *product, price, place, promotion, human, physical evidence, and process*. Namun, fokusnya lagi pada product (produk) dan price (harga). Atribut kualitas produk dodol salak Bali yang digunakan yaitu cita

rasa dodol yang manis legit, tekstur dodol yang lengket dan kenyal, aroma wangi buah/ketan pada dodol yang khas, warna dodol yang kecokelat-cokelatan, memiliki masa simpan yang cukup lama berkisar 3 – 5 bulan, harga jual produk yang terjangkau berkisar Rp. 10.000 – Rp. 20.000, bentuk dodol persegi dan memiliki ukuran kecil 2 x 1 x 3 cm, kemasan produk yang rapi dan aman dari benturan serta tekanan, Jumlah isi dodol dalam produk sekitar 10 sampai 15 dodol dan Informasi produk berupa nama perusahaan tanggal kadaluarsa, komposisi bahan dan label halal.

Uji Validitas Dan Reliabilitas Produk

Menurut Pradnyasuari (2020) berdasarkan kondisi uji validitas dinyatakan valid atau bisa digunakan apabila r -hitung lebih besar daripada r -tabel. Hasil perhitungan uji validitas produk dodol salak Bali dapat dilihat pada Tabel 1. Karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (r tabel = 0,316), maka hasil uji validitas penelitian terkait produk dodol salak Bali menunjukkan bahwa semuanya valid dan dapat dimanfaatkan. Selain pengujian validitas data, pengujian reliabilitas data juga digunakan untuk mengukur instrumen penelitian. Menurut Dwipayana (2020) pengujian validitas dilakukan untuk menilai seberapa baik instrument dapat diukur dengan tepat. Pengujian reliabilitas data dengan melihat rata-rata integritas (*Cronbach's Alpha*). Hasil uji reliabilitas didapatkan hasil hilai korelasi alpha sebesar (= 0,767) berdasarkan nilai uji reliabilitas pada tingkat kepentingan minat konsumen terhadap produk dodol salak Bali, dan diperoleh nilai korelasi alpha sebesar (= 0,863).

Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Produk Dodol Salak Bali

Kebutuhan dan keinginan konsumen tentu berbeda-beda, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen produk dodol salak Bali UD. Nantafood perlu menyusun prioritas atau urutan tingkat kepentingan konsumen sehingga dapat dianalisa kepentingan konsumen dan dibandingkan dengan kepuasan konsumen. Nilai tingkat kepentingan konsumen dapat dilihat pada Tabel 2.

Data diatas menunjukkan nilai kepentingan konsumen produk dodol salak Bali terhadap 10 atribut produk dodol salak Bali, data tersebut menunjukkan ada 4 variabel atribut dodol yang mendapatkan penilaian sangat penting dan 6 variabel atribut yang mendapatkan penilaian penting oleh responden. Tingkat kepentingan tertinggi ada pada atribut produk cita rasa dodol yang manis legit 74,0 sedangkan untuk tingkat kepentingan terendah yaitu pada atribut bentuk dodol persegi dan memiliki ukuran kecil 2 x 1 x 3 cm yaitu sebesar 56,4 Hal ini

menyatakan bahwasanya cita rasa dodol yang manis dan legit merupakan kebutuhan dan keinginan utama konsumen yang harus dipenuhi dan perlu ditingkatkan untuk *company* dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan apa yang diinginkan konsumen.

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Dodol Salak Bali

Kepuasan konsumen adalah tahap tingkatan kepuasan seseorang setelah melihat hasil yang dirasakan dengan apa yang diharapkan konsumen. (Ajis Setiawan, 2020). Penilaian kepuasan konsumen pada produk dodol salak Bali dilakukan setelah konsumen mencicipi produk yang disediakan oleh peneliti. Dengan mengetahui penilaian kepuasan konsumen, UD. Nantafood dapat mengetahui atribut produk yang menurut pembeli dianggap perlu diperbaiki kembali. Nilai kepuasan konsumen diperoleh dari rata-rata keseluruhan responden. Hasil nilai kepuasan konsumen terhadap produk dodol salak Bali dapat ditinjau pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan nilai kepuasan konsumen tertinggi yaitu pada informasi produk berupa nama perusahaan tanggal kadaluarsa, komposisi bahan dan label halal sebesar 4,40 dengan tingkat kepuasan sebesar 73,2. Sedangkan nilai kepuasan terendah adalah atribut tekstur dodol yang lengket dan kenyal dengan nilai 3,79 dan tingkat kepentingan sebesar 63,0. Hal ini menunjukkan bahwa tekstur dodol yang lengket dan kenyal perlu mendapat prioritas perbaikan produk oleh UD. Nantafood. Perbandingan nilai kepuasan pada produk dodol salak Bali terhadap kompetitor produk dodol singlaraja dan produk dodol tape wijen dapat ditinjau pada Tabel 4.

Hasil perbandingan produk dodol salak Bali dengan kompetitornya menunjukkan terdapat perbedaan nilai kepuasan konsumen pada atribut produk dodol masing-masing. Pada produk dodol salak Bali penilaian atribut tertinggi terdapat pada masa simpan produk dan informasi produk. sedangkan untuk atribut tekstur dodol yang lengket dan kenyal nilai kepuasan untuk produk dodol salak Bali memiliki nilai terendah dibandingkan dengan produk kompetitor lainnya. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi UD. Nantafood untuk meningkatkan mutu dari produk dodol salak Bali demi memenuhi kepuasan konsumennya.

Hasil Rasio Perbaikan Kualitas

Menurut Pane (2013), *repair ratio* adalah suatu nilai yang mencitrakan nilai suatu ukuran upaya manajemen untuk meningkatkan *service of quality* pada setiap variabel kebutuhan pelanggan. Berdasarkan nilai *repair ratio* tersebut, manajemen UD. Nantafood dapat menentukan kemampuan perusahaan untuk memuaskan konsumen dan

memprioritaskan kebutuhan konsumen. Semakin tinggi nilai kepuasan konsumen semakin rendah nilai perbaikannya. Semakin rendah nilai kepuasan semakin rendah nilai perbaikannya. Atribut produk dodol yang memiliki rasio perbaikan tertinggi harus menjadi perhatian utama bagi perusahaan UD. Nantafood untuk meningkatkan mutu produk. Sedangkan atribut produk yang memiliki nilai perbaikan peningkatan yang paling rendah tidak perlu diperbaiki. Hasil perhitungan nilai perbaikan kualitas produk dodol salak Bali dapat dilihat pada Tabel 5.

Dari tabel rasio perbaikan kualitas menunjukkan setiap atribut produk dodol memiliki *repair value* kualitas lebih tinggi dari nilai 1. Hal ini menunjukkan salak Bali belum mencapai potensi maksimalnya. Oleh karena itu UD. Nantafood membutuhkan peningkatan untuk atribut yang dianggap penting

bagi konsumen. Hasil penilaian menunjukkan bahwa nilai perbaikan tertinggi ada pada tekstur dodol yang lengket dan kenyal dengan nilai perbaikan sebesar 1,31. Dilanjutkan dengan atribut atribut produk dodol lainnya yaitu warna dodol yang kecokelat-cokelatan, cita rasa dodol yang manis legit, jumlah isi dodol dalam produk sekitar 10 – 15 dodol, Aroma wangi buah/ketan pada dodol yang khas, Bentuk dodol persegi dan memiliki ukuran kecil 2 x 1 x 3 cm atau seukuran jari kelingking, Harga jual produk yang terjangkau berkisar Rp. 10.000 – Rp. 20.000, Kemasan produk yang rapi dan aman dari benturan serta tekanan, Memiliki masa simpan yang cukup lama berkisar 3 – 5 bulan dan terakhir Informasi produk berupa nama perusahaan tanggal kadaluarsa, komposisi bahan dan label halal.

Tabel 1. Uji Validitas Produk dodol Salak Bali.

No	Atribut	Tingkat Kepentingan	Keterangan
1	Cita rasa dodol yang manis legit	0,420	Valid
2	Tekstur dodol yang lengket dan kenyal	0,594	Valid
3	Aroma wangi buah/ketan pada dodol yang khas	0,570	Valid
4	Warna dodol yang kecokelat – cokelatan	0,615	Valid
5	Memiliki masa simpan yang cukup lama berkisar 3 – 5 bulan	0,657	Valid
6	Harga jual produk yang terjangkau berkisar Rp. 10.000 – Rp. 20.000	0,636	Valid
7	Bentuk dodol persegi dan memiliki ukuran kecil 2 x 1 x 3 cm	0,540	Valid
8	Kemasan produk yang rapi dan aman dari benturan serta tekanan	0,679	Valid
9	Jumlah isi dodol dalam produk sekitar 10 – 15 dodol	0,585	Valid
10	Informasi Produk berupa nama perusahaan tanggal kadaluarsa, komposisi bahan dan label halal	0,399	Valid

Tabel 2. Nilai Tingkat Kepentingan Konsumen Produk Dodol Salak Bali

No	Atribut	Nilai kepentingan	Tingkat kepentingan	Kriteria
1	Cita rasa dodol yang manis legit	4,45	74,0	Sangat Penting
2	Tekstur dodol yang lengket dan kenyal	4,08	67,8	Penting
3	Aroma wangi buah/ketan pada dodol yang khas	4,15	69,0	Penting
4	Warna dodol yang kecokelat – cokelatan	3,56	59,2	Penting
5	Memiliki masa simpan yang cukup lama berkisar 3 – 5 bulan	4,22	70,2	Sangat Penting
6	Harga jual produk yang terjangkau berkisar Rp.. 10.000 – Rp.. 20.000	3,92	65,2	Penting
7	Bentuk dodol persegi dan memiliki ukuran kecil 2 x 1 x 3 cm	3,39	56,4	Penting
8	Kemasan produk yang rapi dan aman dari benturan serta tekanan	4,40	73,2	Sangat Penting
9	Jumlah isi dodol dalam produk sekitar 10 – 15 dodol	3,71	61,6	Penting
10	Informasi produk berupa namaperusahaan tanggal kadaluarsa, komposisi bahan dan label halal	4,25	70,6	Sangat Penting

Tabel 3. Nilai Kepuasan Terhadap Dodol Salak Bali

No	Atribut	Nilai Kepuasan	Tingkat Kepuasan	Kriteria
1	Cita rasa dodol yang manis legit	3,98	66,2	Baik
2	Tekstur dodol yang lengket dan kenyal	3,79	63,0	Baik
3	Aroma wangi buah/ketan pada dodol yang Khas	3,89	64,6	Baik
4	Warna dodol yang kecokelat – cokelatan	3,80	63,2	Baik
5	Memiliki masa simpan yang cukup lama berkisar 3 – 5 bulan	4,26	70,8	Sangat Baik
6	Harga jual produk yang terjangkau berkisar Rp. 10.000 – Rp. 20.000	4,08	67,8	Baik
7	Bentuk dodol persegi dan memiliki ukuran kecil 2 x 1 x 3 cm	3,98	65,8	Baik
8	Kemasan produk yang rapi dan aman dari benturan serta tekanan	4,21	70,0	Sangat Baik
9	Jumlah isi dodol dalam produk sekitar 10 – 15 dodol	3,97	66,0	Baik
10	Informasi produk berupa nama perusahaantanggal kadaluarsa, komposisi bahan dan label halal	4,40	73,2	Sangat Baik

Tabel 4. Nilai Kepuasan Konsumen Terhadap Dodol Salak Bali dan Kompetitor

No	Atribut	Nilai Kepuasan Konsumen		
		Dodol salak Bali	Dodol Singaraja	Dodol Tape Wijen
1	Cita rasa dodol yang manis legit	3,98	4,16	4,08
2	Tekstur dodol yang lengket dan kenyal	3,79	4	3,91
3	Aroma wangi buah/ketan pada dodol yang Khas	3,89	4,09	4,03
4	Warna dodol yang kecokelat – cokelatan	3,80	3,91	3,87
5	Memiliki masa simpan yang cukup lama berkisar 3 – 5 bulan	4,26	4,04	3,95
6	Harga jual produk yang terjangkau berkisar Rp. 10.000 – Rp. 20.000	4,08	3,96	3,87
7	Bentuk dodol persegi dan memiliki ukuran kecil 2 x 1 x 3 cm	3,98	3,78	3,83
8	Kemasan produk yang rapi dan aman dari benturan serta tekanan	4,21	3,83	4,10
9	Jumlah isi dodol dalam produk sekitar 10 – 15 dodol	3,97	4,00	3,93
10	Informasi produk berupa nama perusahaan tanggal kadaluarsa, komposisi bahan dan label halal	4,40	3,93	4,08

Tabel 5. Nilai Perbaikan kualitas Produk

No	Atribut kepentingan	Kondisi saat ini	Target	IR	Prioritas
1	Cita rasa dodol yang manis legit	3,98	5	1,25	3
2	Tekstur dodol yang lengket dan kenyal	3,79	5	1,31	1
3	Aroma wangi buah/ketan pada dodol yang khas	3,89	5	1,28	5
4	Warna dodol yang kecokelat – cokelatan	3,85	5	1,29	2
5	Memiliki masa simpan yang cukup lama berkisar 3 – 5 bulan	4,26	5	1,17	9
6	Harga jual produk yang terjangkau berkisar Rp. 10.000 – Rp. 20.000	4,08	5	1,22	7
7	Bentuk dodol persegi dan memiliki ukuran kecil 2 x 1 x 3 cm	4,11	5	1,21	6
8	Kemasan produk yang rapi dan aman dari benturan serta tekanan	4,21	5	1,18	8
9	Jumlah isi dodol dalam produk sekitar 10 – 15 dodol	3,97	5	1,25	4
10	Informasi produk berupa nama perusahaan tanggal kadaluarsa, komposisi bahan dan label halalt	4,40	5	1,13	10

Target Produk Untuk Masa yang Akan Datang

Menurut (Yuarini, 2015) penentuan target perusahaan harus mengalkulasi keterbatasan *company source*, namun *company* dapat mematok target tertinggi jika *source* yang dimiliki oleh *company* memang menunjang untuk mencapai nilai-nilai dari kepuasan suatu produk. Target kualitas produk dilakukan dengan melalui diskusi dengan pihak manajemen UD. Nantafood. Berdasarkan hasil diskusi dengan pihak manajemen UD. Nantafood target nilai produk dodol salak Bali yang diinginkan yaitu 5 (Sangat Baik) dengan prioritas utama perbaikan pada produk pada atribut tekstur dodol yang lengket dan kenyal.

Menentukan Parameter Teknis

Tahapan selanjutnya yang dilakukan yaitu menentukan parameter teknis dalam pembuatan *House of Quality*. Parameter teknis merupakan *inteRp.retator* atau pengalih bahasa keperluan konsumen dalam bentuk skema agar sebuah produk dapat diwujudkan secara langsung dari *customer's need* kemudian dapat dimaknai ke dalam teknik bahasa yang dapat ditakar untuk menentukan target yang akan dituju dan untuk menentukan suatu nilai naik atau turun. kebutuhan konsumen dapat *teRp.enuhi* apabila pihak perusahaan dapat mengidentifikasi parameter teknis yang mempengaruhi proses pembuatan dodol salak. Parameter teknis pada produk dodol salak Bali disusun berdasarkan wawancara dan diskusi dengan pihak manajemen perusahaan. dari hasil wawancara diperoleh 11 teknis yang dikembangkan dari proses pembuatan dodol.

Analisis Hubungan Antara Kepentingan Konsumen dan Technic Params

Melalui proses ini dilakukan analisis terhadap sambungan ketersangkutan antara *Customer Needs* dan Parameter teknis (*Technic Params*), sehingga dapat diidentifikasi apakah kebutuhan konsumen memiliki keterkaitan yang tahanan, sedang atau kurang dengan parameter teknisnya. Keterhubungan yang besar atau kuat ialah jika suatu perilaku teknis ialah suatu eksplanasi *live* dari *customer's need*. Sedangkan keterhubungan suatu nilai sedang dan lemah ialah jika *param's technical* bukan suatu penjabaran *live* dari kebutuhan konsumen. Dari setiap keterkaitan yang besar atau kuat, sedang dan lemah memiliki simbol dan proporsi penilaian yang tidak sama. Keterkaitan yang besar atau kuat memiliki simbol (□) dengan nilai 9, keterkaitan sedang memiliki simbol (O) dengan nilai 3, hubungan yang *down* atau lemah memiliki simbol (Δ) dengan nilai 1.

Analisis Korelasi Antar Parameter Teknis

Matrik korelasi adalah sebuah tabulasi yang dimana tabulasi tersebut berbentuk segitiga yang dibuat petunjuk keterkaitan antar satu tolak ukur teknis dengan tolak ukur teknis yang lainnya. Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui parameter yang memiliki hubungan dan mengetahui seberapa pengaruh parameter satu dengan yang lainnya. Simbol yang dipakai sebagai petunjuk keterkaitan antar parameter teknis adalah simbol (++) menunjukkan korelasi kuat positif, simbol (+) menunjukkan korelasi sedang dan simbol (-) menunjukkan korelasi negatif. Penilaian pada matriks korelasi didapatkan berdasarkan hasil diskusi dengan pihak manajemen UD. Nantafood Hubungan antar parameter teknis pada produk dodol salak Bali dapat dilihat pada tabel matrik korelasi.

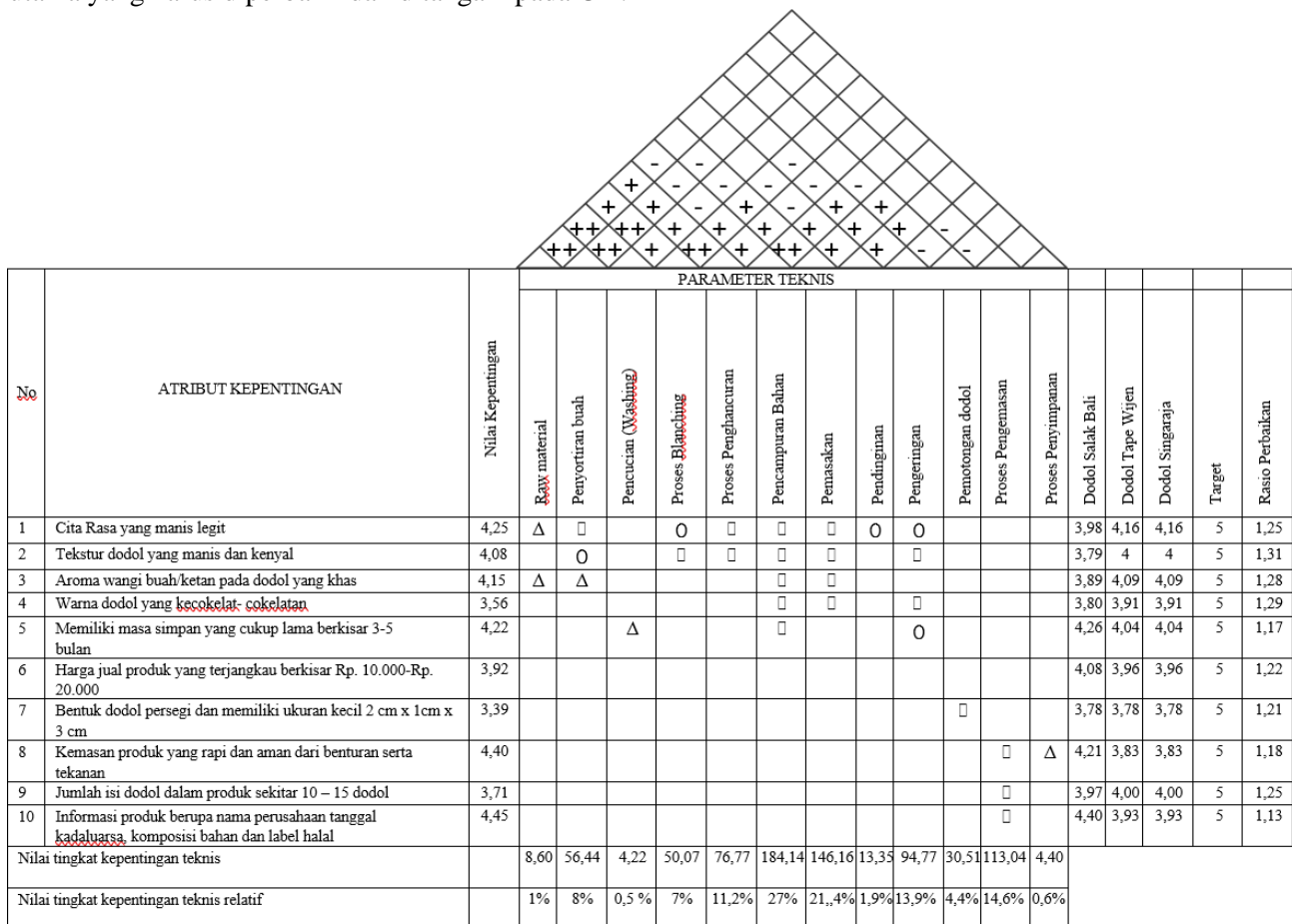
Bentuk House of Quality

Menurut (Suprihatini, 2005) HOQ berfungsi untuk mengetahui kebutuhan konsumen, hasil riset, dan data benchmarking ke dalam hasil target sasaran. HOQ dirancang melalui beberapa tahapan yaitu identifikasi atribut produk, nilai kepentingan konsumen, nilai kepuasan konsumen, nilai perbaikan produk, parameter teknis, matrik korelasi dan matriks interaksi, yaitu *House of Quality*. Dengan menggunakan rumus penjumlahan hasil *multiplication* antara *importance value* dan nilai matriks keterkaitan, maka tingkat kepentingan teknis dapat ditentukan.

Hasil dari gambar HOQ menunjukkan nilai atribut produk dengan tingkat kepentingan konsumen tertinggi pada kualitas produk dodol salak Bali adalah cira rasa dodol yang manis legit sebesar 4,45. Pada hasil perhitungan analisis dari hubungan ketertarikan konsumen dengan technic parameter yang memiliki nilai kepentingan teknis tertinggi adalah pencampuran bahan sebesar 182,97 dengan nilai tingkat kepentingan teknis relatif sebesar 23,7%. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan pencampuran bahan mempengaruhi atribut produk lainnya seperti pada cita rasa dodol yang manis legit, tekstur dodol yang lengket dan kenyal, Aroma wangi buah/ketan pada dodol yang khas, Warna dodol yang kecokelat – cokelatan, Memiliki masa simpan yang cukup lama berkisar 3 – 5 bulan. Beberapa atribut produk tersebut akan berdampak dan dapat mempengaruhi hasil akhir produk dodol salak Bali apabila dalam proses pencampuran bahan produk tidak menggunakan resep yang sesuai. Pada kondisi saat ini dapat dilihat pada Gambar 1. Diagram HOQ produk dodol salak Bali berdasarkan analisis gambar

dapat ditetapkan bahwa atribut yang memiliki nilai perbaikan tertinggi yaitu pada tekstur dodol yang lengket dan kenyal sebesar 1,31. Hal ini menunjukkan atribut tekstur dodol yang lengket dan kenyal dan proses pencampuran bahan menjadi fokus utama yang harus diperbaiki dan ditangani pada UD.

Nantafood. Berdasarkan metode HOQ, Strategi yang harus dilakukan oleh pihak UD. Nantafood adalah sebagai berikut **tabel 6**. Strategi peningkatan mutu produk dodol salak Bali pada atribut tekstur dodol yang lengket dan kenyal.



Gambar 1. Diagram House of Quality Produk Dodol Salak Bali

No	Strategi peningkatan mutu produk dodol salak Bali pada atribut tekstur dodol yang lengket dan kenyal	
1	Pemilihan bahan yang tepat	Pastikan dalam proses pembuatan dodol menggunakan bahan berkualitas tinggi seperti gunakan santan kental dan tepung beras ketan yang berkualitas. Bahan bahan yang berkualitas tinggi akan membantu meningkatkan tekstur dodol
2	Perhatikan rasio bahan	Perhatikan perbandingan bahan dalam proses pembuatan dodol salak. Pastikan menggunakan santan kental dan tepung beras ketan sesuai kecukupan untuk mendapatkan tekstur yang kenyal.
3	Proses pemasakan yang tepat	Pastikan saat proses pemasakan menggunakan api yang tepat dan mengaduk adonan secara terus menerus agar bahan tercampur secara merata.
4	Dinginkan dan simpan ditempat yang baik	Setelah dodol matang, biarkan dingin sepenuhnya sebelum dipotong-potong. Tempatkan dodol dalam wadah kedap udara dan simpan ditempat yang kering agar tetap kenyal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi yang harus dilakukan oleh pihak UD. Nantafood untuk meningkatkan kualitas mutu produk dodol salak Bali pada atribut tekstur dodol yang lengket dan kenyal adalah menggunakan pemilihan bahan yang tepat, memperhatikan rasio bahan yang digunakan, melakukan proses pemasakan yang tepat, dinginkan dan simpan ditempat yang baik.

Saran

UD. Nantafood perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas produknya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan harapan konsumen. Perlu juga diperhatikan hal-hal yang penting dalam pencampuran bahan dodol, seperti penambahan beras ketan, gula pasir, santan, atau campuran bahan lainnya UD. Nantafood juga harus mampu mengimbangi tingginya minat pembeli. Selanjutnya secara konsisten penilaian terus dilakukan untuk mengetahui tujuan yang telah dicapai atau belum dicapai pada atribut produk dodol salak Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, H. H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261–270. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i3.221>
- Alfredo Tutuhaturnewa. (2010). Aplikasi Metode Quality Function Deployment Dalam Pengembangan Produk Air Minum Kemasan. *Arika*, 4(1), 1–13.
- Dwipayana, I. M. K., Sucipta, I. N., & Budisanjaya, I. P. G. (2020). Impact of Working Safety and Health on the Performance of Workers on the Suppression of Rice in the Village of Jagapati, Angantaka, Sedang, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. *BETA (Biosistem Dan Teknik Pertanian)*, 8(april), 35–44.
- Fitria Alfiana, Amna Hartiati, I. W. G. S. Y. (2020). Identifikasi Prioritas Perbaikan pada Kualitas Produk Es Kopi Susu di Kovfee- Bali dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 8(4), 502–512.
- Ganantrya, P. D., Hartiati, A., & Sadyasmara, C. A. B. (2019). Strategi Peningkatan Kualitas Produk Ayam Goreng Rumah Makan Ayam Goreng Asli Prambanan Renon, Denpasar. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 7(1), 21. <https://doi.org/10.24843/jrma.2019.v07.i01.p03>
- González, M. E., Mueller, R. D., & Mack, R. W. (2008). An Alternative Approach in Service Quality: An e-Banking Case Study. *Quality Management Journal*, 15(1), 41–58. <https://doi.org/10.1080/10686967.2008.11918055>
- Pane, L., Matondang, A. R., Ginting, R., Industri, D. T., Teknik, F., Utara, U. S., Almamater, J., & Usu, K. (2013). Upaya Peningkatan Kualitas Jasa Kesehatan Menggunakan Integrasi Quality Function Deployment (Qfd) Dengan Analytical Hierarchy Process (Ahp). *Jurnal Teknik Industri USU*, 1(3), 31–36.
- Pradnyasuari, N. L. A., Wijaya, I. M. A. S., & Pudja, I. A. R. P. (2020). Tingkat Kepuasan Petani Sayuran dalam Penggunaan Hand Tractordi Desa Candikuning, Baturiti, Tabanan, Bali. *Jurnal Beta (Biosistem Dan Teknik Pertanian)*, 8(2), 364–372. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/beta/article/view/53464/32228>
- Puji Priyono, & Yuamita, F. (2022). Pengembangan Dan Perancangan Alat Pemotong Daun Tembakau Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 137–144. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i3i3.45>
- R, Aprilliya Putri, Usman Effendi, M. E. (2005). Kualitas Pelayanan Konsumen Dengan Metode Quality Function Deployment (Qfd). *Jurnal Industria*, 4(1), 41–52.
- Ranitaswari, P. A., Mulyani, S., Anom, C., & Sadyasmara, B. (2018). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Kopi Dan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus Di Geo Coffee). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 147–157.
- Sangadji, E. M. (2013). The Effect of Organizational Culture On Lecturers ' Job Satisfaction and Performance East Java). *International Journal of Learning & Development*, 3(3), 1–18. <https://doi.org/10.5296/ijld.v3i3.3673>
- Suprihatini, R. (2005). Aplikasi Quality Function Deployment (QFD) di Industri Teh Hitam Orthodox Indonesia. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 8(3), 426–435.
-

-
- Suwana, I Ketut, Tuningrat, Ida, Satriawan, I. K. (2012). Penerapan Quality Function Development (QFD) untuk Memenuhi Kepuasan Pelanggan CV Tirta TamanBali - Bangli. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 3(1), 106–116.
- Tyasdela, P. C., Satriawan, I. K., & Wiranatha, A. S. (2015). Penerapan Metode Quality Function Deployment Dalam Upaya Memenuhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pesan Antar Pizza (Studi Kasus pada S2 Pizza, Bali). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 3(3), 143–154.
- Yuarini, D. A. A., Satriawan, I. K., & Suardi, I. D. P. O. (2015). Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar Organik pada CV. Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 3(2), 26297.