

***PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY OF TRADITIONAL SNACKS KLEPON AT
KLEPON LEGEND GIANYAR***

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK JAJANAN TRADISIONAL KLEPON DI
KLEPON LEGEND GIANYAR**

Gede Wahyu Wardana, Dewa Ayu Anom Yuarini*, Cok Anom Bayu Sadyasmara
Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit Jimbaran,
Badung, Indonesia

Diterima 28 Maret 2024 / Disetujui 13 Mei 2024

ABSTRACT

In 2022-2023 Klepon Legend experienced a 15% decrease in sales. Based on interviews with business owners, one of the factors affecting this decline in sales is because there are competitors who offer similar products from Klepon Gianyar 1980 and also Klepon Gianyar Dayu Niang Eka. The purpose of this study is to determine the quality attributes of klepon products, determine the level of importance and consumer satisfaction, and formulate product development strategies at Klepon Legend. The analysis method used in the research is Quality Function Deployment (QFD) and the variables used are the quality attributes of klepon products, namely color, aroma, taste, texture, shape, size, portion. Based on QFD analysis, the product quality attribute with the highest importance value is the flavor attribute for attributes that get the highest satisfaction value is the menu portion and size. The product development strategy that can be recommended based on the characteristics of the respondents is that Klepon Legend can innovate klepon dough by adding flavor and aroma variants such as matcha, taro, red velvet and chocolate.

Keywords : *Klepon, Product Quality, Consumer Satisfaction, Quality Function Deployment*

ABSTRAK

Tahun 2022-2023 Klepon Legend mengalami penurunan penjualan sebesar 15%. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha salah satu faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan ini karena terdapat pesaing yang menawarkan produk serupa dari Klepon Gianyar 1980 dan juga Klepon Gianyar Dayu Niang Eka. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menentukan atribut mutu produk klepon, mengetahui tingkat kepentingan serta kepuasan konsumen, dan merumuskan strategi pengembangan produk pada Klepon Legend. Metode Analisis yang digunakan pada penelitian adalah Quality Function Deployment (QFD) dan variabel yang digunakan adalah atribut mutu pada produk klepon yaitu warna, aroma, rasa, tekstur, bentuk, ukuran, porsi. Berdasarkan analisis QFD diperoleh atribut mutu produk dengan nilai kepentingan tertinggi adalah atribut rasa untuk atribut yang mendapatkan nilai kepuasan tertinggi adalah porsi menu dan ukuran. Strategi pengembangan produk yang dapat direkomendasikan berdasarkan karakteristik responden ialah pihak Klepon Legend dapat menginovasikan adonan klepon dengan menambah varian rasa dan aroma seperti matcha, taro, red velvet dan coklat.

Kata kunci : Klepon, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, *Quality Function Deployment*

* Korespondensi Penulis :
Email: anomyuarini@unud.ac.id

PENDAHULUAN

Pulau Bali dikenal dengan keragaman budaya, tradisi dan olahan kulinernya (Sutaguna, 2017). Selain itu juga Pulau Bali telah lama dikenal dengan teknik pengolahan makanan tradisionalnya (Suriani, 2008). Menurut Sutaguna (2017) makanan tradisional adalah makanan yang memiliki cita rasa yang unik dan diterima oleh masyarakat, serta dikonsumsi oleh masyarakat tersebut.

Kabupaten Gianyar ialah salah satu kabupaten di Bali yang kaya akan budaya, tradisi, adat istiadat maupun olahan makanan dan jajanan tradisional. Jajanan tradisional yang masih digemari oleh masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung ke Gianyar adalah jajanan klepon. Klepon Legend Gianyar merupakan salah satu industri rumahan yang menjual klepon dengan cita rasa yang khas dan tradisional di Gianyar. Pada tahun 2019 Bapak Ida Bagus Gaga Pujangga mulai memproduksi klepon di rumahnya yang beralamat di Jalan Jata No 8, Lingkungan Kampung Tinggi, Banjar Teges, Gianyar. Proses pembuatan klepon yang masih berpola lama, tradisional, serta mengutamakan kearifan lokal dan menggunakan resep keluarga yang turun menurun.

Penjualan Klepon Legend bersifat fluktuatif sesuai dengan hari raya, acara keagamaan dan musim liburan, namun pada tahun 2022-2023 terjadi penurunan penjualan rata-rata sebesar 15% setiap bulannya. Menurut wawancara dengan pemilik Klepon Legend, kompetitor yang menawarkan produk sejenis yaitu Klepon Gianyar 1980 dan juga Klepon Gianyar Dayu Niang Eka menjadi salah satu penyebab menurunnya penjualan. Kedua kompetitor berlokasi di Jalan Kalantaka, Gianyar, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. Seiring dengan persaingan yang semakin kuat serta perkembangan produk dan pemasaran yang dilakukan pesaing, maka pemilik usaha Klepon Legend berkeinginan untuk menganalisa kepuasan konsumen untuk meningkatkan mutu produknya. Oleh karena itu berdasarkan masalah yang dihadapi Klepon Legend, maka peneliti melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap mutu produk usaha Klepon Legend.

Metode QFD, atau Quality Function Deployment, merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk meneliti kepuasan dan preferensi konsumen. Seperti yang dinyatakan oleh Saptaningtyas *et al.* (2017), QFD merupakan teknik yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan konsumen dengan mengidentifikasi dan menerjemahkan kebutuhan mereka ke dalam solusi teknis. Pendekatan ini dapat menentukan perubahan dan pengembangan apa saja yang perlu dilakukan pada produk karena menganalisis atribut sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen (Dyana, 2020). Memanfaatkan metode QFD memiliki manfaat untuk merampingkan proses pengembangan produk, sehingga menghasilkan produk yang tepat sasaran dan mudah beradaptasi. Hal ini dapat terjadi karena hasil dari metode QFD ini merupakan kriteria keinginan konsumen pada produk yang diteliti serta atribut apa saja yang harus diperhatikan dan diperbaiki (Kurnia & Listanti, 2019). Sebuah studi yang dilakukan oleh Yuarini *et al.* (2015) menggunakan metode QFD untuk mengidentifikasi strategi peningkatan kualitas produk sayuran organik di CV Golden Leaf Farm Bali, dan diperoleh hasil untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen, GLF disarankan untuk meningkatkan aspek teknis pemanenan, penyimpanan, pembersihan, pengemasan, dan penyortiran serta atribut kualitas yang terkait dengan keamanan pangan. Pada penelitian Yanti *et al.* (2023) kualitas produk babi guling dianalisis dengan menggunakan metode QFD. Hasil akhir penelitian diperoleh berupa nilai pada atribut penampilan dan warna lawar. Perbaikan diperlukan pada empat aspek yaitu kerenyahan kulit babi, rasa lawar, rasa sambal, dan rasa sambal karena belum mencapai tingkat kualitas yang diinginkan.

Adanya permasalahan-permasalahan yang terjadi pada Klepon Legend dan kelebihan dari penggunaan metode QFD menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan atribut produk serta mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen

terhadap produk klepon. Selain itu penelitian ini juga dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan produk yang tepat.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Klepon Legend Gianyar yang berlokasi Jalan Nata No.8, Banjar Teges, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. Kemudian penelitian juga dilakukan di rumah klepon Gianyar A.A Oka yang beralamatkan di Jalan Rambutan No.22a, Gianyar, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar sebagai tempat uji validitas dan reliabilitas. Penelitian dilakukan selama 3 bulan sejak bulan Desember 2023 hingga Februari 2024.

Populasi dan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Non-Probability* dengan metode *Purposive Sampling*, sementara populasi yang menjadi fokus penelitian adalah keseluruhan konsumen Klepon Legend dalam satu bulan. Berdasarkan data dari pemilik usaha Klepon Legend, jumlah konsumen Klepon Legend dalam satu bulan diperkirakan sekitar 1.500 orang.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan juga sekunder. Data primer pada penelitian ini merupakan data yang didapatkan secara mandiri oleh peneliti dari hasil wawancara dan observasi terhadap pihak Klepon Legend serta diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada konsumen produk Klepon Legend. Data primer yang didapatkan adalah data hasil survei atribut kepentingan dan kepuasan konsumen. Kemudian data sekunder merupakan data yang diperoleh dari catatan pihak Klepon Legend.

Instrumen Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar dan diisi oleh para responden untuk mengumpulkan data primer, wawancara dilakukan secara langsung dengan pihak Klepon Legend, *Brainstorming*, dan studi pustaka berkaitan dengan analisis kepuasan konsumen.

Pelaksanaan Penelitian

Proses penelitian ini dimulai dengan melakukan survei pendahuluan, mengkaji literatur yang relevan, menetapkan lokasi penelitian dan pesaing. Langkah berikutnya adalah mengidentifikasi atribut mutu produk dan menyusun kuesioner. Setelah kuesioner disusun, tahapan selanjutnya adalah menguji validitas dan reliabilitas kuesioner tersebut. Jika kuesioner terbukti valid dan reliabel langkah berikutnya adalah menyebarkan kuesioner kepada responden di Klepon Legend. Setelah data dari kuesioner terkumpul, dilanjutkan dengan menganalisis data, merancang parameter teknis, dan melakukan analisis *House of Quality* (HOQ).

Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian rekapitulasi dan dianalisis secara mendalam untuk mendapatkan solusi atas masalah yang diteliti. Proses analisis kualitas produk Klepon Legend menggunakan metode QFD, dengan menggunakan perangkat lunak *Microsoft Office Excel 2021* sebagai alat untuk mengolah data dalam penelitian ini. Tujuan dari tahap pengolahan data ini adalah

untuk mengidentifikasi atribut produk yang dianggap penting oleh konsumen, mengevaluasi nilai dan tingkat kepentingan yang diberikan oleh konsumen, mengukur tingkat kepuasan konsumen, serta merancang *House of Quality* (HOQ).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Hasil analisis data menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 50 orang (53%) sedangkan laki-laki hanya sebanyak 44 orang (47%). Karakteristik jenis kelamin yang didominasi oleh perempuan ini sesuai dengan penelitian Putra *et al.*, (2018) yang menyatakan bahwa perempuan memiliki sifat gemar berbelanja yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki. (%). Berdasarkan data usia responden konsumen Klepon Legend didominasi oleh usia 21-25 tahun sebanyak 34 orang (38%) hal ini dikarenakan rentang usia tersebut dianggap sebagai periode produktif..

Berdasarkan hasil analisis data pekerjaan responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta yaitu 33 orang dengan persentase masing-masing sebesar 35%. Lokasi Klepon Legend yang terletak di tengah-tengah kota Gianyar sehingga menyebabkan karakteristik responden terbesar selain dari pelajar/mahasiswa juga didominasi oleh konsumen yang bekerja sebagai wiraswasta

Berdasarkan frekuensi pembelian produk, responden didominasi oleh pembelian sebanyak >1 kali yaitu 88 orang dengan persentase sebesar 94%, dilanjutkan dengan pembelian sebanyak 1 kali yaitu 6 orang dengan persentase sebesar 6%. frekuensi pembelian produk didominasi oleh pembelian sebanyak >1 kali menunjukkan konsumen Klepon Legend memiliki kepercayaan dan paham betul akan produk yang dibeli sehingga akan menghasilkan data yang lebih akurat, hal ini sesuai dengan pendapat (Kotler dan Keller, 2012).

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa konsumen Klepon Legend didominasi oleh perempuan rentang usia 21-25 tahun dengan pekerjaan mayoritas sebagai mahasiswa dan pegawai swasta dengan frekuensi pembelian produk sebanyak >1 kali. Karakteristik responden pada penelitian ini digunakan sebagai dasar acuan untuk merumuskan strategi pengembangan produk di Klepon Legend

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 7 variabel yang didasarkan pada studi pustaka dan diskusi dengan pihak Klepon Legend. Validitas diukur dengan membandingkan nilai r hitung dari atribut dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% dengan jumlah responden sebanyak 30 orang, maka atribut tersebut dianggap valid. Hasil uji validitas tercantum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Hasil uji validitas atribut kuesioner survei strategi pengembangan produk jajanan tradisional klepon di Klepon Legend Gianyar

No	Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Warna (X1)	0,708	0.36	Valid
2	Aroma (X2)	0,630	0.36	Valid
3	Rasa (X3)	0,546	0.36	Valid
4	Tekstur (X4)	0,384	0.36	Valid
5	Bentuk (X5)	0,514	0.36	Valid
6	Ukuran (X6)	0,608	0.36	Valid
7	Porsi Menu (X7)	0,443	0.36	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas kuesioner, didapatkan bahwa ke-7 atribut klepon dianggap valid.

Sementara itu, hasil uji reliabilitas kuesioner menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,603, yang menandakan kuesioner dianggap reliabel. Sebuah kuesioner dianggap reliabel apabila koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*) memiliki nilai di atas 0,6. (Setiawan, 2017).

Analisis Nilai dan Tingkat Kepentingan Konsumen

Kepentingan konsumen merupakan panduan bagi Klepon Legend untuk memastikan kepuasan konsumen dengan memenuhi preferensi mereka. Oleh karena itu, penting untuk menyusun prioritas atau urutan kepentingan atribut yang diinginkan oleh konsumen. Tabel 2 memperlihatkan nilai dan tingkat kepentingan yang diberikan oleh konsumen terhadap produk klepon.

Tabel 2. Nilai dan tingkat kepentingan konsumen terhadap produk klepon

Ranking	Atribut	Nilai Kepentingan Konsumen	Tingkat Kepentingan Konsumen	Kriteria
2	Rasa (X3)	4,67	87,8	Sangat Penting
3	Tekstur (X4)	4,59	86,2	Sangat Penting
4	Aroma (X2)	4,36	82	Sangat Penting
5	Warna (X1)	4,27	80,2	Sangat Penting
6	Ukuran (X6)	4,04	76	Penting
7	Bentuk (X5)	3,90	73,4	Penting

Berdasarkan data Tabel 2 dapat dilihat atribut dengan nilai dan tingkat kepentingan tertinggi adalah porsi menu (4,68) dilanjutkan dengan atribut rasa (4,67), tekstur (4,59), aroma (4,36), warna(4,27), ukuran (4,04), dan bentuk (3,90). Dilihat dari nilai dan tingkat kepentingan konsumen ini bahwa perusahaan perlu memaksimalkan atribut porsi menu, rasa dan tekstur dari klepon agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Atribut porsi menu, rasa dan tekstur yang dianggap sangat penting pada sebuah produk ini sejalan dengan penelitian Miranda et al., (2023) menyatakan bahwa atribut yang berada pada kuadran A dan Baitu kesesuaian harga makanan dengan porsi menu dan rasa makanan merupakan atribut yang di anggap penting oleh konsumen di Cafe Gumi Cookies

Analisis Kepuasan Konsumen dan Matriks Perencanaan

Analisis nilai dan tingkat kepuasan konsumen serta analisis kompetitor merupakan penilaian sejauh mana produk klepon "Klepon Legend" dan produk kompetitor dapat memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Analisis ini memiliki kepentingan untuk mengidentifikasi atribut yang perlu diperbaiki atau dipertahankan oleh Klepon Legend dalam jika dibandingkan dengan produk kompetitor. Analisis ini diharapkan dapat dijadikan masukan kepada perusahaan untuk mendukung pengembangan produk, dengan tujuan meningkatkan kepuasan konsumen. Nilai dan tingkat kepuasan konsumen klepon di Klepon Legend dan kompetitor dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai kepuasan konsumen Klepon Legend dan kompetitor

Atribut	Niali kepuasan					
	Klepon Legend	Kriteria	Kompetitor I	Kriteria	Kompetitor II	Kriteria
Porsi Menu (X7)	4,18	Puas	4,22	Sangat Puas	4,23	Sangat Puas
Rasa (X3)	3,90	Puas	4,20	Sangat Puas	4,23	Sangat Puas
Tekstur (X4)	3,77	Puas	4,20	Sangat Puas	4,05	Puas
Aroma (X2)	3,90	Puas	4,26	Sangat Puas	4,02	Puas
Warna (X1)	3,97	Puas	4,07	Puas	4,03	Puas
Ukuran (X6)	4,18	Puas	4,16	Puas	4,02	Puas
Bentuk (X5)	3,84	Puas	4,26	Sangat Puas	4,11	Puas

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel, terlihat bahwa kepuasan konsumen terhadap produk Klepon Legend cenderung lebih rendah dibandingkan dengan kompetitor. Selain itu kriteria kepuasan konsumen Klepon Legend yang puas secara keseluruhan disebabkan oleh panjang nilai interval tiap kelas yang cukup besar dalam penentuan kriteria kepuasan konsumen untuk Klepon Legend.

Penentuan Rasio Perbaikan

Penentuan rasio perbaikan adalah analisis yang bertujuan untuk menilai sejauh mana nilai rasio yang perlu diperbaiki oleh perusahaan pada setiap atributnya. Rasio ini berguna untuk mengevaluasi sejauh mana produk klepon Klepon Legend dapat memenuhi kepuasan konsumen serta untuk merinci prioritas kebutuhan dan keinginan konsumen. Nilai rasio perbaikan produk klepon di Klepon Legend dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 4. Nilai rasio perbaikan produk klepon di Klepon Legend

No	Atribut	Nilai Kepuasan Konsumen	Target	Rasio Perbaikan	Prioritas
1	Porsi Menu (X7)	4,18	5	1,20	5
2	Rasa (X3)	3,9	5	1,28	3
3	Tekstur (X4)	3,77	5	1,33	1
4	Aroma (X2)	3,9	5	1,28	3
5	Tampilan warna (X1)	3,97	5	1,26	4
6	Ukuran (X6)	4,18	5	1,20	5
7	Bentuk (X5)	3,84	5	1,30	2

Pada Tabel 4 terlihat bahwa seluruh atribut produk klepon Klepon Legend memiliki nilai rasio perbaikan yang lebih besar dari 1. Menurut Alfiana et al., (2020) nilai rasio perbaikan yang masih lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa Produk Klepon belum mencapai target maksimal dalam mendapatkan kepuasan konsumen. Dari hasil perhitungan nilai rasio perbaikan tersebut, terlihat bahwa atribut tekstur memiliki nilai rasio perbaikan tertinggi, yakni 1,33. Ini menunjukkan bahwa atribut tekstur harus menjadi prioritas utama dalam proses perbaikan, diikuti oleh atribut bentuk, rasa, aroma, tampilan warna, ukuran, dan porsi, sesuai dengan tingkat prioritas perbaikannya.

Perancangan Parameter Teknis

Parameter teknis ialah atribut yang dapat diukur dan menjelaskan produk dalam istilah teknis. Menurut Yuarini (2015) parameter teknis tersebut dimanfaatkan oleh produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Penentuan parameter teknis dilakukan melalui wawancara dan diskusi dengan pihak Klepon Legend Gianyar yang disertai observasi langsung kelokasi produksi, dari hasil identifikasi tersebut diperoleh 11 parameter teknis untuk menghasilkan produk klepon, yaitu sebagai berikut : Persiapan bahan baku, pembuatan baluran klepon, pengadonan klepon, pencairan gula merah, pembentukan *pompongan*, pengisian gula merah, perebusan klepon, perendaman dengan air normal, penirisan, pembaluran klepon, pengemasan produk.

Analisis Korelasi Parameter Teknis dan Nilai Kepentingan Konsumen (Matriks Korelasi)

Matriks korelasi adalah matriks yang berisi hubungan antara atribut–atribut yang dianggap penting oleh konsumen dengan parameter teknis. Tujuan utama pembuatan matriks korelasi ini adalah untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh parameter teknis terhadap atribut yang dianggap

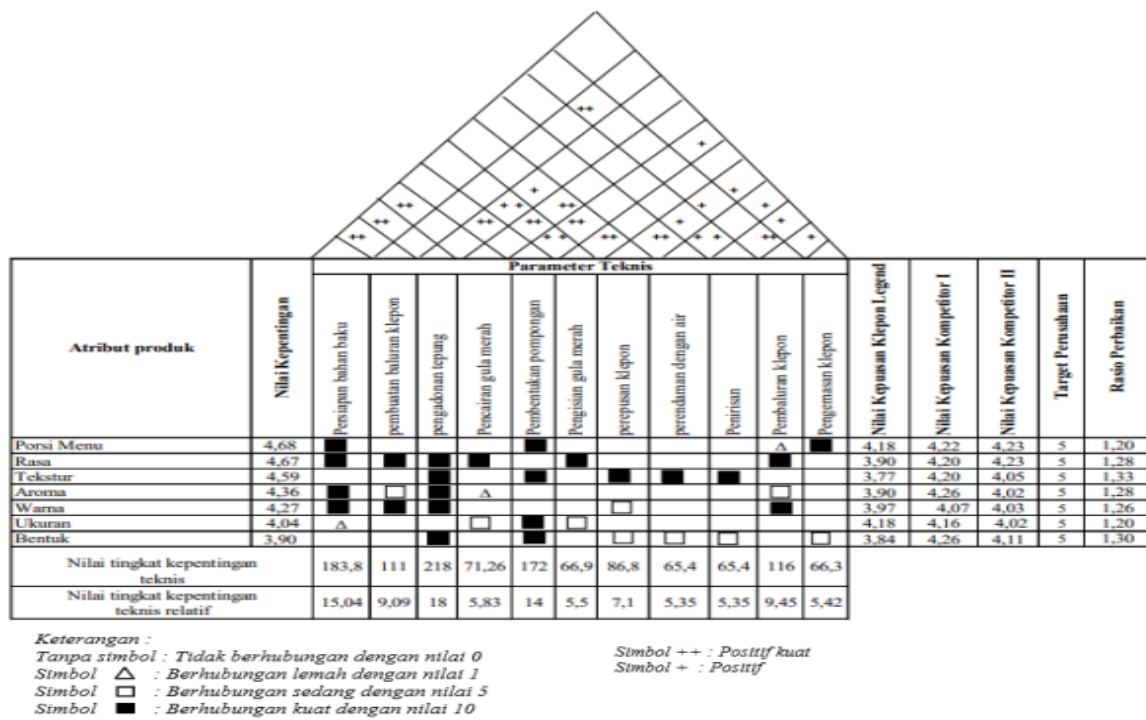
penting oleh konsumen. Proses pembuatannya melibatkan sesi brainstorming bersama dengan pihak Klepon Legend, dan hasilnya direpresentasikan menggunakan simbol-simbol yang tercantum dengan simbol (kosong): tidak berhubungan dengan nilai 0, (Δ): berhubungan lemah dengan nilai 1, (□): berhubungan sedang dengan nilai 5, (■): berhubungan kuat dengan nilai 10.

Analisis Korelasi Antar Parameter Teknis (Matriks Trade Off/Korelasi Responden Teknis)

Matriks ini dirancang untuk mengetahui keterkaitan teknis dan sejauh mana pengaruhnya terhadap satu proses terhadap proses lainnya. Bentuk matriks trade-off ini berupa segitiga dan ditempatkan di bagian atas House of Quality (HOQ). Proses pembuatan matriks ini melibatkan sesi brainstorming bersama pihak Klepon Legend, dan hasilnya direpresentasikan menggunakan simbol-simbol (++) untuk hubungan kuat, (+) untuk hubungan sedang, dan (-) untuk hubungan lemah.

Matriks House of Quality (HOQ) dan Penyusunan Strategi

Faktor-faktor yang membentuk HOQ adalah sebagai berikut: atribut produk, target perusahaan, rasio perbaikan, nilai dan tingkat kepuasan konsumen, parameter teknis, matriks korelasi dan matriks trade-off. Penelitian ini menghasilkan matrik HOQ yang tercantum di bawah ini:



Gambar 1. House of Quality (HOQ) Produk Klepon

Berdasarkan HOQ diperoleh hasil atribut dengan nilai dan tingkat kepentingan tertinggi adalah porsi menu (4,68) dilanjutkan dengan atribut rasa (4,67), tekstur (4,59), aroma (4,36), warna(4,27), ukuran (4,04), dan bentuk (3,90). Dilihat dari nilai dan tingkat kepentingan konsumen ini bahwa perusahaan perlu memaksimalkan atribut porsi menu, rasa dan tekstur dari klepon agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Atribut porsi menu dan rasa yang dianggap sangat penting pada sebuah produk sejalan dengan penelitian Landeng *et al.*, (2023) dan Timo (2021).

Dari ketujuh atribut yang dianggap penting oleh konsumen, dilakukan pula evaluasi terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap produk klepon di Klepon Legend dan kompetitornya. Evaluasi ini menunjukkan bahwa produk Klepon Legend memiliki tingkat kepuasan yang lebih rendah jika dibandingkan dengan produk kompetitornya. Hasil evaluasi ini menunjukkan perlunya perbaikan yang dilakukan oleh pihak Klepon Legend. Urutan prioritas perbaikan yang harus diperbaiki oleh pihak klepon legend dimulai dari atribut tekstur yang memiliki nilai rasio perbaikan tertinggi yaitu sebesar (1,33), kemudian diikuti dengan atribut bentuk (1,30), rasa (1,28), aroma(1,28), warna (1,26), ukuran (1,20), dan porsi menu (1,20).

Selanjutnya, untuk memenuhi harapan konsumen terhadap atribut produk dan mendukung perbaikan yang diperlukan pada atribut tersebut, dilakukan analisis korelasi antara atribut produk dan parameter teknis, yang sering disebut sebagai matriks korelasi. Bagian tengah *House of Quality* (HOQ) berisi hasil analisis ini, yang dapat disimpulkan dari tingkat kepentingan teknis dan nilai relatif dari tingkat kepentingan teknis. Tingkat kepentingan tertinggi, khususnya 218 dengan nilai relatif 18%, dikaitkan dengan parameter teknis adonan klepon. Parameter teknis persiapan bahan baku mengikuti dengan nilai tingkat kepentingan 183,8 dan nilai relatif 15,04%. Selanjutnya, parameter teknis pembentukan klepon memiliki nilai tingkat kepentingan 172 dengan nilai relatif 14%. Baik klepon baling dan klepon dressing memiliki nilai tingkat kepentingan yang sama yaitu 111 dengan nilai relatif 9,09%. Selain itu, parameter teknis pencairan gula merah memiliki nilai 71,26 dengan nilai relatif 5,83%, sedangkan parameter teknis pengisian gula merah memiliki nilai tingkat kepentingan 66,9 dengan nilai relatif 5,5%. Parameter teknis kemasan produk menunjukkan nilai tingkat kepentingan 66,3 dengan nilai relatif 5,42%. Terakhir, parameter teknis dari perebusan klepon, perendaman dengan air normal, dan mengiris semuanya memiliki nilai tingkat kepentingan yang sama sebesar 65,4 dengan nilai relatif 5,35%.

Berdasarkan HOQ dan pembahasan di atas, maka strategi yang dapat direkomendasikan untuk perusahaan adalah sebagai berikut:

- Strategi dalam rangka pemenuhan kepuasan konsumen melalui atribut produk.

Urutan dimana atribut akan dinilai dan ditingkatkan, sesuai dengan rasio perbaikan adalah sebagai berikut: tekstur, bentuk, rasa, dan atribut aroma. Keempat atribut ini harus diprioritaskan karena memiliki nilai rasio perbaikan tertinggi, yaitu $\geq 1,26$ yang selanjutnya dapat diikuti dengan perbaikan warna, ukuran, dan porsi menu.

Rekomendasi strategi perbaikan yang dapat dipertimbangkan oleh pihak klepon legend pada atribut tekstur adalah dapat ditambahkan sedikit minyak goreng ke dalam adonan untuk membuat klepon lebih elastis dan tidak mudah pecah. Selanjutnya, pembagian adonan dapat dilakukan untuk mencapai ukuran dan ketebalan klepon yang seragam, sebelum pembentukan pompon. Untuk mempertahankan atribut rasa klepon legendaris, perhatian yang cermat harus diberikan pada proses persiapan bahan klepon. Ini termasuk penentuan formulasi bahan adonan, kelapa parut, dan jenis gula yang digunakan selama proses produksi. Tujuan dari pertimbangan ini adalah untuk memastikan bahwa klepon yang ditawarkan memenuhi keinginan konsumen. Kemudian yang terakhir adalah pada atribut aroma dapat dilakukan penambahan daun pandan saat pembuatan baluran klepon dan pencairan gula merah. Hal ini dikarenakan kurangnya aroma pandan pada klepon sehingga kurang menggugah selera konsumen.

- Strategi dalam rangka pemenuhan kepuasan konsumen melalui parameter teknis.

Prioritas parameter teknis yang harus dilakukan evaluasi dan perbaikan adalah pengadonan klepon, persiapan bahan baku, pembentukan klepon. Parameter teknis ini diprioritaskan dan diperhatikan dengan lebih agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada produk klepon

legend karena memiliki nilai kepentingan relatif yang tertinggi, yaitu >10%.

a. Pengadonan klepon

Parameter teknis pengadonan klepon memiliki hubungan dengan rasa, tekstur, aroma, warna, dan bentuk. Strategi yang dapat diberikan adalah sebaiknya pihak klepon legend membuat standar operasional prosedur (SOP) untuk proses produksi agar formulasi bahan baku dan proporsi air yang digunakan dalam pengadonan sesuai dengan resep yang sudah ada untuk memastikan hasil akhir klepon tidak terlalu lembek atau terlalu keras. Ini sejalan dengan temuan Haryadi *et al.*, (2024), yang menegaskan bahwa Standar Operasi Prosedur (SOP) dapat berfungsi sebagai referensi untuk mempertahankan dan menjamin berfungsinya upaya operasional organisasi yang lancar sesuai dengan peraturan yang ditetapkan.

b. Persiapan bahan baku

Parameter teknis Persiapan bahan baku memiliki hubungan dengan porsi menu, rasa, warna, aroma dan ukuran. Strategi yang dapat diberikan adalah sebaiknya pihak klepon legend menyediakan tempat khusus untuk penyimpanan bahan baku sehingga bahan baku tidak akan mudah rusak dan memperpanjang masa simpan. Selain itu perlu dilakukan proses labeling untuk menuliskan tanggal penerimaan bahan dan pengecekan bahan baku sebelum proses produksi sehingga bisa mencegah adanya barang yang kadaluarsa. Penempatan bahan baku pada satu tempat khusus juga dapat mengefisienkan waktu dalam persiapan bahan untuk proses produksi klepon. Menurut Mokodongan *et al.*, (2021), penerapan metode penyimpanan yang tepat dan akurat berpotensi meningkatkan umur panjang produk makanan dan melindunginya dari kerusakan.

c. Pembentukan klepon

Parameter teknis pembentukan klepon memiliki hubungan dengan porsi menu, tekstur, bentuk dan ukuran. Strategi yang dapat diberikan adalah sebaiknya pihak klepon legend membagi adonan klepon sebelum dibentuk agar tebal adonan merata kemudian setelah adonan dibentuk maka harus segera diisi gula dan juga direbus hal ini bertujuan agar adonan klepon yang sudah dibentuk tidak mengeras dan mudah pecah sehingga mempengaruhi bentuk, ukuran dan juga tekstur dari klepon. Klepon yang dibuat dengan adonan tebal akan lebih mudah dibentuk dan memiliki tekstur yang kenyal (Yasa Boga, 2013)

• Strategi pengembangan produk klepon

Berdasarkan karakteristik responden diketahui bahwa konsumen Klepon Legend didominasi oleh perempuan rentang usia 21-25 tahun dengan pekerjaan mayoritas sebagai mahasiswa dan pegawai swasta maka alternatif strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan produk klepon adalah pihak Klepon Legend dapat berinovasi dengan menambahkan pasta matcha, taro, red velvet dan coklat pada adonan klepon untuk menambah varian rasa dan aroma sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan rasa untuk dinikmati. Hal ini sejalan dengan penelitian Meilani (2018) yang menyatakan bahwa perkembangan *fashion, food, and fun* mempengaruhi minat konsumen remaja putri dalam memilih varian rasa kue kekinian seperti red velvet, matcha ataupun taro. Cesilia dan Ekowati (2022) juga menyatakan bahwa peningkatan variasi produk kue di Toko Tata Bakery Cabang Lingkar Barat Kota Bengkulu berdampak positif pada minat pembelian, Ini mengindikasikan bahwa semakin banyak pilihan produk kue yang ditawarkan, semakin besar minat konsumen untuk membelinya.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut atribut produk yang dipentingkan oleh konsumen terhadap produk klepon di Klepon Legend adalah porsi menu (X7), rasa (X3), tekstur (X4), aroma (X2), warna (X1), ukuran (X6), dan bentuk (X5). Dari hasil penilaian konsumen diperoleh nilai dan tingkat kepentingan atribut tertinggi untuk produk klepon adalah atribut porsi menu (4,68), rasa (4,67), tekstur (4,59), aroma (4,36) dan warna(4,27) yang mendapatkan kriteria sangat penting, kemudian dilanjutkan dengan atribut ukuran (4,04) dan bentuk (3,90) yang mendapatkan kriteria penting. Selanjutnya untuk tingkat kepuasan konsumen terhadap produk klepon di klepon legend diperoleh nilai dan tingkat kepuasan tertinggi pada atribut porsi menu & ukuran (4,18), warna (3,97), rasa & aroma (3,90), bentuk (3,84) dan terakhir tekstur (3,77), keseluruhan atribut ini mendapatkan kriteria puas. Strategi yang tepat untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada produk klepon di Klepon Legend adalah sebagai berikut Kualitas tekstur, bentuk, rasa, dan aroma merupakan hal yang paling penting untuk dipertimbangkan dan ditingkatkan dalam produk Klepon untuk memenuhi permintaan konsumen. Keempat atribut ini harus diprioritaskan karena memiliki nilai rasio perbaikan tertinggi, yaitu $\geq 1,26$. Untuk meningkatkan dan mewujudkan keinginan dan kebutuhan konsumen, urutan parameter teknis yang harus dievaluasi dan diperbaiki pada produk klepon adalah pengadonan klepon, persiapan bahan baku, pembentukan klepon. Parameter teknis ini diprioritaskan karena memiliki nilai kepentingan relatif yang tertinggi, yaitu $>10\%$. Pihak Klepon Legend dapat menginovasikan adonan klepon dengan menambah varian rasa dan aroma seperti matcha, taro, red velvet dan coklat untuk pengembangan produk sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan rasa untuk dinikmati.

Saran

Berdasarkan hasil penelitaian ini dapat disarankan kepada pihak Klepon Legend untuk mengembangkan varian klepon dengan mempertimbangkan atribut porsi menu, rasa dan tektur agar terpenuhinya kepuasan konsumen serta perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai analisis kualitas layanan yang berpotensi mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana, F., Hartiati, A., dan Yoga, I. S. 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.
- Boga, Y. 2013. *Kue-kue indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Cesilia, A., dan Ekowati, S. 2022. Pengaruh variasi produk kue dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada toko tata bakery cabang lingkaran barat Kota Bengkulu. (*JEMS) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 3(2), 311–318.
- Dyana, N. 2020. Analisis qfd (quality function deployment) untuk perbaikan produk thai tea merek kaw-kaw di ukm waralaba di landungsari, Malang. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 3(2), 153–159.
- Haryadi, E. K., Utami, N. R., dan Rahardian, W. R. 2024. Analisis improvement standard operating procedure dalam penyimpanan bahan makanan di cil room café. *Journal Of Hospitality dan Tourism*, 2(2),82–96.

- Kotler, P. 2012. *Marketing Management (14th Edition)*. Prentice Hall. New Jersey : Person Education.
- Kurnia, T. E., dan Listanti, A. T. 2019. Identifikasi preferensi konsumen produk kerupuk jambu biji merah menggunakan metode qfd (quality function deployment). *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Inovasi*, 1(2), 113–123.
- Landeng, R., Mandeny, S., dan Mandagie, Y. 2023. Pengaruh cita rasa, persepsi harga dan customer relationship management terhadap keputusan pembelian minuman boba sel-sel cheesetea di tumpaan. *Jurnal Lppm Bidang Ekososbudkum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)* , 7(4),315-324.
- Lamusu, D. 2018. Uji organoleptik jalangkote ubi jalar ungu (ipomoeabatatas) sebagai upaya diversifikasi pangan . *Jurnal Pengolahan Pangan*,3(9), 9-15.
- Meilani, D. 2018. *Fenomena kue kekinian di kalangan remaja kota bogor (studi kasus : cakekekinian bogor)*. Jakarta : FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Miranda, V., Yoga, S. I. W. ., dan Harsojuwono, B. A. 2023. Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan pada cafe gumi cookies. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 11(1), 35–46
- Mokodongan, A., Kadir, P., dan Pakaya, I. 2021. Sistem penyimpanan bahan makanan untuk menjaga kualitas bahan makanan di kitchen tc damhil ung. *Jurnal Ideas*, 7(2), 151-162.
- Putra, I., dan Santika, I. 2018. Pengaruh Gender, Daya Tarik Promosi, Kepemilikan Kartu Kredit Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Online Produk Lifestyle. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10),5570-5598.
- Setiawan, A. 2017. *Analisis Data Statistik*. Jawa Tengah: Tisara Grafika
- Saptaningtyas, W. W., Yustini , P. E., dan Nurwidayati, T. 2017. Pengembangan produk marshmallow menggunakan metode qfd. *Jurnal Presiding Seminar Nasional Balai Riset Dan Standarisasi Industri Samarinda*, 1(1), 316–324.
- Suriani. 2018. *Seni Kuliner Bali Sebagai Salah Satu Daya Tarik Wisata Mengungkap Tentang Ketertarikan Wisatawan Terhadap Makanan Tradisional Bali (Babi Guling)*. Laporan Penelitian Universitas Udayana.
- Sutaguna, I. T. 2017. Modifikasi Makanan Tradisional Bali Berbahan Dasar Ayam Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Mengwi Badung. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 7(2) 111-120.
- Timo, F. 2021. Pengaruh variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel victory kefamenanu. *Jurnal Inspirasi Ekonomi*, 3(3),8-16.
- Yanti, N. Y., Yuarini, D., dan Wiranatha, A. 2023. Strategi peningkatan kualitas produk rumah makan babi guling men janji di tabanan. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 11(3),361-373.
- Yuarini, D. A. A., Satriawan, I. K., dan Suardi, I. D. P. O. 2015. Strategi peningkatan kualitas produk sayuran segar organik pada cv. golden leaf farm bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 3(2) :93-109