

Peningkatan Kualitas Produk Proll Tape Di Kabupaten Jember Dengan Metode QFD dan KANO

Didik Pudjo Musmedi

Universitas Jember
didik.feb@unej.ac.id

Rifa'za Amalia

Universitas Jember
rifazaaa@gmail.com

Sri Wahyu Lelly Hana Setyanti

Universitas Jember
lelyhana.feb@unej.ac.id

Abstract *The prol tape product produced by the home industry in Jember Regency is a souvenir product typical which is very popular. Over time, the abundant availability of cassava raw materials and the high interest in buying consumers have made the rapid development of processed cassava tape products not only prol tape but other product innovatons have emerged. In the midst of the emergence of many new products, there is a need for preventive action as a measure to close the possibility of the decline in the existence of prol tape as a typical product from Jember regency and being unable to compete with other types of productc. Effort to maintain and increase the existence of prol tape products as a distinctive product, efforts to control product quality are carried out using the quality function deployment (QFD) and Kano analysis methods to improve the quality of prol tape products by home industries in Jember regency. The sampling technique in this study used purposive sampling, based on the research results, it was obtained 9 attributes of consumer need for prol tape products produced by home industries in Jember regency, where all of its attributes in order to achieve customer satisfaction. Attributes of consumer needs consist of taste, price, texture, aroma, product durability, packaging design, product hygiene, product size, product-related information.*

Kata Kunci *Kualitas produk, quality function deployment, Kano analysis*

I. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, pesatnya pertumbuhan penduduk beriringan dengan kebutuhan manusia terhadap suatu produk ataupun jasa yang juga semakin meningkat. Salah satu kebutuhan akan produk untuk menunjang aktivitas manusia adalah kebutuhan terhadap produk olahan pangan. Tiap perusahaan terus berusaha untuk dapat memenuhi permintaan dari konsumen agar dapat memperoleh laba sesuai yang diharapkan serta menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang

mampu menghasilkan produk sesuai keinginan konsumen akan menerima kepuasan konsumen yang baik pula.

Secara umum kualitas merupakan keseluruhan kemampuan dan karakteristik dari produk ataupun jasa yang dapat memenuhi ataupun memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen (Heizer, Render, dan Munson, 2017:217). Salah satu tindakan yang dapat dilakukan untuk pemenuhan kualitas adalah dengan menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD). *Quality Function Deployment* QFD merupakan metode yang digunakan untuk merancang produk atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen (Heizer, *et al.*, 2017:166). digunakannya *Kano Model* untuk memastikan rancangan yang dihasilkan melalui QFD akan benar-benar memenuhi keinginan konsumen. Dalam industry yang menghasilkan *output* berupa produk seperti industry olahan pangan, bahan baku menjadi faktor utama dalam proses produksi. Salah satu bahan baku produksi yang berkembang dan banyak diolah di Indonesia adalah ubi kayu atau singkong. Menurut Kementerian Pertanian, Indonesia merupakan negara penghasil ubi kayu terbesar ke-5 didunia. Dimana sentra produksi singkong di Indonesia tersebar di 8 provinsi yaitu provinsi Lampung, Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, DI Yogyakarta, NTT, dan Sulawesi Selatan dengan data terakhir di Tahun 2021 menunjukkan produksi ubi kayu atau singkong di Indonesia sebesar 15,7 juta ton dengan rata-rata produksi ubi kayu atau singkong di 5 tahun terakhir sebesar 16,7 juta ton (Agronews.id, 2022).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, ditemukan permasalahan rata-rata yang dialami oleh produk prol tape yang ada di Kabupaten Jember yaitu kondisi bahan utama tape singkong yang berubah-ubah sesuai dengan musim yang berpengaruh terhadap rasa, varian topping yang kurang beragam, dan ketahanan produk yang masih kurang serta tekstur topping yang kurang merekat dan kering terutama saat dilakukan pengiriman ke luar kota. Apabila kondisi ini terus berlanjut tidak menutup kemungkinan akan menurunkan eksistensi prol tape sebagai produk khas dari Kabupaten Jember dan kalah bersaing dengan jenis produk lainnya.

Metode QFD bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk prol tape hasil produksi *home industry* di Kabupaten Jember dan melakukan perencanaan desain produk berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Selain itu, diterapkannya metode Kano untuk menjamin desain produk yang dihasilkan melalui QFD dapat digunakan sesuai rencana. Metode Kano digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk prol tape hasil produksi *home industry* di Kabupaten Jember. Penerapan metode Kano untuk mengidentifikasi atribut-atribut produk yang mampu memenuhi keinginan konsumen baik ketika proses desain ataupun berlangsungnya operasional perusahaan. Diharapkan penggunaan metode QFD dan Kano akan meningkatkan kualitas produk prol tape di Kabupaten Jember menjadi lebih baik kedepannya.

II. LANDASAN TEORI

1. Kualitas Produk

Produk merupakan hasil dari kegiatan produksi yang berwujud barang (Ahyari, 2002:7). Produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan (Kotler, Wong, Saunders, dan Armstrong, 2005:34). Menurut Juharni (2017:35) kualitas produk merupakan strategi dasar bisnis dalam menghasilkan barang yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen dengan menggunakan

seluruh kemampuan sumberdaya manajemen, pengetahuan, kompetensi inti, model, teknologi, peralatan, material, sistem dan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang bernilai tambah bagi masyarakat. Menurut Shahrudin, Marson, dan Elias (2011) untuk mengukur kualitas produk makanan (*food quality*) terdapat empat terdapat empat dimensi, diantaranya yaitu: Kesegaran Makanan (*Freshness*), Tampilan Produk (*Presentation*), Rasa (*Taste*), Inovasi (*Innovative Food*).

2. *Quality Function Deployment (QFD)*

Menurut Akao (dalam Wijaya, 2018:43) metode QFD merupakan metode untuk mengembangkan kualitas desain untuk memuaskan konsumen yang diterjemahkan ke dalam poin-poin target desain yang digunakan sepanjang tahap produksi. Metode QFD merupakan metode dengan prosedur yang sistematis untuk menggambarkan keinginan konsumen dan menginterpretasikannya dalam karakteristik proses dengan suatu matriks yang menghubungkan antara keinginan pelanggan dan parameter Teknik dari produk atau jasa (Lestari, Wardah, dan Ihsan, 2020). Menurut Heizer, et al. (2017:166) *House of Quality* (HoQ) atau rumah kualitas digunakan dalam penerapan QFD untuk mendefinisikan hubungan antara keinginan konsumen dan produk ataupun jasa. *House of Quality* (HoQ) atau rumah kualitas menjadi bagian dari proses QFD dengan menggunakan matriks perencanaan untuk menghubungkan keinginan konsumen dengan cara yang akan dilakukan perusahaan dalam memenuhi keinginan tersebut. Hasil matriks dikumpulkan, diinterpretasikan, didokumentasikan, dan dianalisis prioritas kebutuhan pada konsumen.

3. *Metode Model Kano*

Metode Kano merupakan metode pengendalian kualitas asal Jepang yang dikembangkan oleh Noriaki Kano (Kano, 1984). Metode Kano adalah metode yang bertujuan mengategorikan atribut-atribut dari produk ataupun layanan berdasarkan kemampuan produk atau layanan tersebut dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Terdapat empat kategori atribut produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam Model Kano, yaitu: *Must be*, *One Dimensional*, *Attractive*, *Indifferent* (Berger, Blauth, dan Boger, 1993).

4. *Hubungan QFD dan Kano*

Menurut Singgih, Tansiah, dan Immanuel (2014) dalam proses integrasi QFD, metode Kano digunakan untuk mengklasifikasikan *customer requirement* dan *technical response* sebelum diinput pada QFD. Input dari QFD ini meliputi *customer requirement* dan *technical response* yang masuk dalam kategori *must be*, *one dimensional*, dan *attractive*. Selanjutnya, akan dilakukan perhitungan nilai pengaruh antara kepuasan konsumen dan ketidakpuasan konsumen berdasarkan kuesioner Kano. Hasil dari nilai pengaruh kepuasan konsumen dan ketidakpuasan konsumen akan diinput kedalam *planning matrix*.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yang merupakan penelitian dengan mendeskripsikan peristiwa atau fenomena yang terjadi dimasa sekarang yang dideskripsikan dengan menggunakan angka dan pengolahan statistik.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah mengkonsumsi produk prol tape produksi *home industry* di Kabupaten Jember. Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan sampel bertujuan atau *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu pengambilan subjek penelitian didasarkan atas adanya tujuan tertentu (Arikunto, 2020:183). Dimana, sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah mengkonsumsi produk prol tape produksi *home industry* di Kabupaten Jember sebagai responden. Sampel penelitian dihitung dengan menggunakan rumus *Cochran Formula*. Sehingga, berdasarkan perhitungan yang dilakukan ditetapkan sejumlah 138 orang sebagai responden.

Data pada penelitian dianalisis dengan menggunakan metode QFD (*Quality Fucntion Deployment*) yang didalamnya termasuk *House of Quality* dan metode Kano. metode QFD untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk prol tape hasil produksi *home industry* di Kabupaten Jember dan melakukan perencanaan desain produk berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Selain itu, diterapkannya metode Kano untuk menjamin desain produk yang dihasilkan melalui QFD dapat digunakan sesuai rencana. Metode Kano digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk prol tape hasil produksi *home industry* di Kabupaten Jember. Penerapan metode Kano untuk mengidentifikasikan atribut-atribut produk yang mampu memenuhi keinginan konsumen baik ketika proses desain ataupun berlangsungnya operasional perusahaan.

IV. HASIL PENELITIAN

1. Analisis *Quality Function Deployment (QFD)*

Daftar atribut kebutuhan konsumen dan matriks hubungan pada *House of Quality* disajikan sebagai berikut:

Tabel 1 Daftar atribut kebutuhan konsumen produk prol tape produksi *home industry* di Kabupaten Jember

No	Atribut Kebutuhan Konsumen
1.	Rasa
2.	Harga produk
3.	Tekstur
4.	Aroma
5.	Daya tahan produk
6.	Desain kemasan
7.	Higienitas produk
8.	Ukuran produk
9.	Informasi terkait produk

Sumber: Data diolah, 2023

Pada kolom tingkat kinerja produk menunjukkan bahwa kepuasan konsumen yang paling tinggi yaitu terhadap atribut “Rasa”. Selain itu, secara keseluruhan atribut produk bekerja dengan baik dalam memenuhi kepuasan konsumen dengan rata-rata nilai yang diperoleh 4.

3) Nilai Target

Pada kolom nilai target menunjukkan atribut yang memiliki nilai 5 atau sangat penting menjadi prioritas target terdiri dari atribut Rasa, Aroma, Daya tahan produk, Desain kemasan, Higienitas produk, Ukuran produk, dan Informasi terkait produk. Kemudian, terdapat dua atribut dengan nilai 4 atau penting menjadi prioritas target yaitu atribut Harga produk dan Tekstur.

4) *Sales Point*

Pada kolom *sales point* terdapat atribut dengan nilai 1,5 yang memiliki arti suatu atribut produk akan sangat menolong apabila dilakukan perbaikan. Terdapat dua atribut dengan nilai 1,2 dimana atribut produk dianggap cukup menolong apabila dilakukan perbaikan. Atribut “cukup menolong” tersebut terdiri dari Aroma, Desain kemasan, Higienitas produk, serta Informasi terkait produk.

5) Prioritas Kepentingan Konsumen

Pada kolom prioritas secara berurutan sesuai prioritas kepentingan konsumen atribut terdiri dari atribut Rasa dengan prioritas ke-1 kemudian Ukuran produk, Daya tahan produk, Tekstur, Aroma, Higienitas produk, Informasi terkait produk, Harga produk, dan prioritas paling rendah yaitu Desain kemasan.

- d. Bagan bagian tengah terdiri dari simbol-simbol yang menggambarkan hubungan antara atribut kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis produk proll tape produksi *home industry* di Kabupaten Jember. Kolom yang kosong memiliki arti bahwa antar atribut kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis tidak memiliki hubungan.
- e. Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa hubungan antara kebutuhan teknis “Kebersihan produk terjamin” dengan “Kemasan yang kokoh dan informasi lengkap” memiliki nilai korelasi yang tinggi dengan nilai 5. Kemudian, hubungan antara kebutuhan teknis “Kebersihan produk terjamin” dengan “Bekerjasama dengan pihak ketiga terkait pengiriman produk” memiliki nilai korelasi yang sedang.

Secara keseluruhan dari *House of Quality* yang telah dibuat diketahui bahwa terdapat 9 atribut kebutuhan konsumen dengan 6 atribut teknis. Dimana tiap atributnya memiliki hubungan korelasi dengan tingkatan nilai masing-masing. Serta diketahui nilai target dan derajat kesulitan terhadap atribut teknis juga diketahui nilai kepentingan konsumen, tingkat kinerja produk, nilai target, *sales point*, dan tingkatan prioritas terhadap atribut kebutuhan konsumen.

2. Analisis Metode Kano

a. Penentuan Kategori Kano

Pengolahan data metode kano dilakukan dengan mengkategorikan jawaban responden dalam kategori kano yang dilakukan dengan memadukan antara jawaban responden dengan pernyataan fungsional dan disfungsional. Selanjutnya dilakukan pemetaan berdasarkan kategori kano. Rekapitulasi dan penentuan atribut produk berdasarkan kategori kano disajikan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Data rekapitulasi dan penentuan kategori Kano

Atribut	Kebutuhan	A	M	O	I	Total	Grade
Konsumen							
Rasa		1	11	126	1	139	O
Harga produk		9	30	73	27	139	O
Tekstur		9	27	92	11	139	O
Aroma		4	39	88	8	139	O
Daya tahan produk		7	28	82	22	139	O
Desain kemasan		12	33	64	30	139	O
Higienitas produk		10	25	91	13	139	O
Ukuran produk		9	29	75	26	139	O
Informasi terkait produk		11	31	72	25	139	O

Sumber: Data diolah, 2023

b. Analisis Diagram Kano

Berdasarkan rekapitulasi nilai jawaban terhadap atribut produk dengan diagram kano kemudian dipaparkan penjelasan dari hasil yang diperoleh yaitu seluruh atribut produk proll tape produksi *home industry* di Kabupaten Jember masuk kedalam kategori yang sangat penting untuk diprioritaskan. Berdasarkan hasil rekapitulasi, seluruh atribut produk masuk kedalam kategori *One- Dimensional* dengan kata lain dalam kategori ini tingkat kepuasan konsumen akan sebanding dengan tingkat kinerja atribut. Atribut-atribut yang termasuk dalam kategori ini adalah sebagai berikut: Rasa; Harga produk; Tekstur; Aroma; Daya tahan produk; Desain kemasan; Higienitas produk; Ukuran produk; Informasi terkait produk.

c. Penilaian Metode Kano

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai *better* mengindikasikan seberapa banyak kenaikan kepuasan konsumen terhadap produk apabila atribut produk terpenuhi dan sebaliknya nilai *worse* mengindikasikan seberapa banyak penurunan kepuasan konsumen terhadap produk. Seperti pada atribut harga produk, nilai *better* sebesar 59% sebagai indikasi kepuasan konsumen terhadap produk proll tape produksi *home industry* di Kabupaten Jember akan naik 59% apabila atribut harga produk terpenuhi dengan baik, namun akan mengalami ketidakpuasan konsumen sebesar 74% (nilai *worse*) terhadap produk apabila atribut tidak terpenuhi.

Tabel 3 Hasil Perhitungan Nilai *Better* dan *Worse*

Atribut	Kebutuhan	Konsumen	A	M	O	I	Total	<i>Better</i>	<i>Worse</i>
Rasa			1	11	126	1	139	0.91	0.99
Harga produk			9	30	73	27	139	0.59	0.74
Tekstur			9	27	92	11	139	0.73	0.86
Aroma			4	39	88	8	139	0.66	0.91
Daya tahan produk			7	28	82	22	139	0.64	0.79
Desain kemasan			12	33	64	30	139	0.55	0.70
Higienitas produk			10	25	91	13	139	0.73	0.83
Ukuran produk			9	29	75	26	139	0.60	0.75
Informasi terkait produk			11	31	72	25	139	0.60	0.74

3. Pembahasan

a. Rasa

Berdasarkan hasil olah data atribut rasa diperoleh data skala kepentingan konsumen dengan nilai 7,78 dan normalisasi skala kepentingan konsumen dengan nilai 13,05%. Dalam analisis metode kano, apabila dilakukan perbaikan pada atribut tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 91% namun apabila tidak ada perbaikan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 99%. Dari hasil tersebut atribut rasa merupakan atribut yang sangat penting untuk diprioritaskan karena dalam suatu produk makanan atau produk yang dikonsumsi rasa atau citarasa menjadi penilaian utama konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian selanjutnya pada produk.

d. Harga Produk

Berdasarkan hasil olah data atribut harga produk diperoleh data skala kepentingan konsumen dengan nilai 6,01 dan normalisasi skala kepentingan konsumen dengan nilai 10,07%. Dalam analisis metode kano, apabila dilakukan perbaikan pada atribut tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 59% namun apabila tidak ada perbaikan mempertimbangkan baik dari segi biaya, keuntungan, serta kemampuan konsumen.

e. Tekstur

Berdasarkan hasil olah data atribut tekstur diperoleh data skala kepentingan konsumen dengan nilai 6,20 dan normalisasi skala kepentingan konsumen dengan nilai 10,40%. Dalam analisis metode kano, apabila dilakukan perbaikan pada atribut tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 73% namun apabila tidak ada perbaikan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 86%. Dari hasil tersebut atribut tekstur merupakan atribut yang sangat penting untuk diprioritaskan karena berkesinambungan dengan cita rasa produk. Tekstur produk yang kurang baik akan mempengaruhi cita rasa produk dan sebaliknya serta akan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk.

f. Aroma

Berdasarkan hasil olah data atribut aroma diperoleh data skala kepentingan konsumen dengan nilai 6,18 dan normalisasi skala kepentingan konsumen dengan nilai 10,37%. Dalam analisis metode kano, apabila dilakukan perbaikan pada atribut tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 66% namun apabila tidak ada perbaikan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 91%. Aroma menjadi atribut produk yang berfungsi untuk menggugah minat atau ketertarikan konsumen terhadap produk. Aroma menjadi indikasi apakah suatu produk masih segar atau layak untuk dikonsumsi karena kesegaran produk sangat mempengaruhi minat konsumen terhadap produk pro tape produksi *home industry* di Kabupaten Jember.

g. Daya Tahan Produk

Berdasarkan hasil olah data atribut daya tahan produk diperoleh data skala kepentingan konsumen dengan nilai 7,63 dan normalisasi skala kepentingan konsumen dengan nilai 12,80%. Dalam analisis metode kano, apabila dilakukan perbaikan pada atribut tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 64% namun apabila tidak ada perbaikan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 79%. Atribut daya tahan produk merupakan atribut yang berkaitan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 74%. Dalam menetapkan harga produk, pihak *home industry* dengan produk pro tape di Kabupaten Jember harus dengan masa konsumsi produk dan penting diperhatikan oleh pihak *home industry* dengan produk pro tape di Kabupaten Jember.

Menggunakan bahan yang berkualitas dalam proses produksi merupakan bentuk usaha memperpanjang daya tahan produk. Selain itu, produk proll tape merupakan produk yang biasa dijadikan buah tangan dan dilakukan pengiriman ke luar daerah sehingga bekerja sama dengan pihak ekspedisi agar produk sampai kepada konsumen dengan tepat waktu menjadi upaya dalam menjaga daya tahan produk.

h. Desain Kemasan

Berdasarkan hasil olah data atribut desain kemasan diperoleh data skala kepentingan konsumen dengan nilai 6,00 dan normalisasi skala kepentingan konsumen dengan nilai 10,06%. Dalam analisis metode kano, apabila dilakukan perbaikan pada atribut tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 55% namun apabila tidak ada perbaikan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 70%. Desain kemasan merupakan atribut produk yang berfungsi menarik minat awal konsumen untuk tertarik melihat atau membeli produk. Menurut Shahrudin, Marson, dan Elias (2011) penyajian atau presentasi makanan yang baik akan merangsang timbulnya persepsi kualitas dari pelanggan, tampilan produk biasa dikaitkan dengan kemasan produk.

i. Higienitas Produk

Berdasarkan hasil olah data atribut higienitas produk diperoleh data skala kepentingan konsumen dengan nilai 6,10 dan normalisasi skala kepentingan konsumen dengan nilai 10,23%. Dalam analisis metode kano, apabila dilakukan perbaikan pada atribut tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 73% namun apabila tidak ada perbaikan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 83%. Dalam penelitian yang dilakukan Manurung, *et al.* (2020) mengenai pengolahan kopi arabika diperoleh kesimpulan bahwa higienitas produk akan mempengaruhi image produk terhadap konsumen.

j. Ukuran Produk

Berdasarkan hasil olah data atribut ukuran produk diperoleh data skala kepentingan konsumen dengan nilai 7,64 dan normalisasi skala kepentingan konsumen dengan nilai 12,82%. Dalam analisis metode kano, apabila dilakukan perbaikan pada atribut tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 60% namun apabila tidak ada perbaikan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 75%. Ukuran produk yang dihasilkan pihak *home industry* dengan produk proll tape di Kabupaten Jember harus konsisten disesuaikan dengan harga yang telah ditetapkan. Ukuran produk berkaitan dengan bentuk fisik yang berkaitan dengan menarik minat awal konsumen terhadap produk.

k. Informasi terkait Produk

Berdasarkan hasil olah data atribut informasi terkait produk diperoleh data skala kepentingan konsumen dengan nilai 6,08 dan normalisasi skala kepentingan konsumen dengan nilai 10,20%. Dalam analisis metode kano, apabila dilakukan perbaikan pada atribut tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 60% namun apabila tidak ada perbaikan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 74%. Pada kemasan produk terdapat beberapa informasi dasar terkait produk diantaranya tanggal produksi, tanggal kadaluwarsa, bahan dasar produk, dan jaminan produk halal. Branding produk sebagai produk buah tangan khas milik Kabupaten Jember juga penting dilakukan terutama di situasi pesatnya kemajuan teknologi dan kemudahan dalam menyebar luaskan informasi melalui sosial media. Informasi-informasi tersebut bertujuan agar konsumen kenal dengan produk serta mengetahui apakah produk yang akan dibeli sesuai dengan keinginan atau kebutuhan konsumen.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan yaitu: a. Terdapat 9 atribut kebutuhan konsumen terhadap produk proll tape produksi *home industry* di Kabupaten Jember yang dapat dilakukan peningkatan oleh pihak *home industry* dengan produk prol tape di Kabupaten Jember. Berdasarkan urutan prioritasnya atribut kebutuhan konsumen tersebut yaitu rasa, ukuran produk, daya tahan produk, tekstur, aroma, higienitas produk, informasi terkait produk, harga produk, dan desain kemasan. Terdapat 6 kebutuhan teknis yang dapat dilakukan terhadap produk proll tape produksi *home industry* di Kabupaten Jember untuk memenuhi 9 atribut kebutuhan konsumen pada produk. Berdasarkan hasil perhitungan metode *Quality Function Deployment* (QFD) diperoleh skala kepentingan konsumen dan metode Kano diperoleh kategori *One-Dimensional*, untuk meningkatkan kualitas persaingan pada produk 9 atribut kebutuhan konsumen harus diprioritaskan untuk ditingkatkan atau dipertahankan kualitasnya. Dimana 9 atribut kebutuhan konsumen tersebut saling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada responden penelitian yaitu seluruh responden home industri produk proll tape di Jember yang telah berkontribusi dalam pengisian kuisioner penelitian dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada seluruh penulis yang menjadi referensi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agronews.id*. (2022, September 10). Retrieved from Agronews: <https://www.agronews.id/berita/1662804015/peningkatan-produksi-ubi-kayu-di-indonesia>
- Ahyari, A. (2002). *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi Buku 1*. Yogyakarta: BPFE.
- Anugrah, R. B. (2022). *Pengembangan Desain Produk Kemasan Kopi di Sapuangan Kopi Basecamp Merapi dengan Menggunakan Metode Quality Fucntion Deployment (QFD) dan Kano*. Yogyakarta: UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berger, C., Blauth, R. E., & Boger, D. (1993). Kano's Methods for Understanding Customer-defined Quality. *Center for Quality of Management Journal*, 3-35.
- Gaspersz, V. (2002). *Total Quality Management*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Handoko, T. H. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Heizer, J., Barry, R., & Chuck, M. (2017). *Operations Management: Sustainability and Suply Chain Management*. Boston: Pearson Education Inc.
- Jayadi, R. P., Efendi, Z., & Marniza. (2018). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Makanan Tradisional "Lemang Tapai" di Kota Bengkulu. *Jurnal Agroindustri*, 124-132.
- Juharni. (2017). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Makassar: CV Sah Media.

- Kano, N. (1984). Attractive Quality and Must-be Quality Hinshitsu. *The Journal of The Japanese Society Quality Control*, 39-48.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Lestari, R., Wardah, S., & Ihwan, K. (2020). Analisis Pengembangan Pelayanan Jasa TV Kabel Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 57-63.
- Manurung, R., Nugroho, O. I., & Apriliyanto, E. (2020). Pelatihan Penggunaan Mesin Roasting Modern dalam Pengelolaan Kopi Arabika pada Kelompok Swadaya Masyarakat Galuh Lestari. *Jurnal Abdidias*, 471-477.
- Musmedi, D. P., Fadhilah, E. N., Endhiarto, T., Maridelana, V. P., & Apriono, M. (2022). Quality Function Deployment and Kano Model for Service Quality Improvement of UNEJ Medical Center. *International Journal of Scientific Development and Research (IJS DR)*, 95-100.
- Nasution, N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 1-14.
- Sedayu, A., & Santoso, R. B. (2020). Customer perspective by integrating Kano model and Quality Function Deployment method into Cinema XXI: A case study from Semarang City Indonesia. *Economics Management and Sustainability*, 66-77.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., & Elias, S. J. (2011). Food Quality Attributes among Malaysia's Fast Food Customer. *International Business and Management*, 198-208.
- Singgih, M. L., Tansiah, F. Y., & Immanuel, R. (2014). Pengembangan Model Integrasi Kano-QFD Untuk Mengoptimalkan Kepuasan Konsumen dengan Mempertimbangkan Keterbatasan Dana Pengembangan. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 189-200.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano*. Jakarta: PT Indeks.