

ABSTRAK

Kebutuhan nutrisi setiap orang berbeda, namun setiap orang membutuhkan asupan nutrisi yang tepat untuk sarapan. Sarapan merupakan titik awal kegiatan harian kita. Akan tetapi, budaya sarapan di Indonesia hanya sekedar makan makanan berat yang tidak memperhitungkan nilai gizi makanan terlebih lagi dengan perkembangan zaman yang menuntut setiap orang bergerak cepat mengakibatkan kegiatan sarapan menjadi terlewat.

PT SHP merupakan perusahaan makanan dan minuman yang fokus pada kebutuhan nutrisi masyarakat dan mempunyai visi menghasilkan produk bernutrisi. Belum adanya produk sarapan siap minum yang bernutrisi dan harga yang terjangkau menjadi peluang untuk melakukan inovasi dan terobosan baru terhadap produk minuman sarapan yang diminati oleh pelanggan. Saat ini produk minuman sarapan yang sedang menjadi tren ialah minuman susu dengan sereal, klaim sereal yang mengenyangkan dan menyehatkan menjadi peluang bagi produk baru PT SHP. Sehingga dilakukan aktivitas Pengembangan Produk Minuman Susu Sereal yang direncanakan dengan baik dan memperhatikan kebutuhan pelanggan maka maksud tersebut akan bisa dicapai. Diawali dengan observasi lapangan, survei pendahuluan sebagai input untuk melakukan survei pelanggan, penentuan atribut kebutuhan konsumen dan pada akhirnya data yang telah dikumpulkan tersebut diolah dengan suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak menggunakan Quality Function Deployment (QFD).

Dari hasil analisis kebutuhan konsumen dan kepuasan konsumen maka didapatkan atribut yang dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan dan minat konsumen terhadap prototype yaitu perubahan jenis bahan baku yang semula menggunakan bubuk whey menjadi bubuk susu skim, penggunaan vitamin dan mineral dari 10 vitamin dan 6 mineral menjadi 8 vitamin dan 4 mineral untuk meningkatkan kualitas rasa produk, formulasi dan komposisi menjadi skim 9%, perubahan bentuk kemasan menjadi botol dengan melihat bobot *raw weight* pada desain kemasan sebesar 6.45, perubahan letak logo BPOM RI menjadi dibagian depan kemasan dan peningkatan derajat keasaman produk menjadi 6.78 sehingga produk menjadi lebih stabil.

Kata Kunci: Pengembangan Produk, QFD, Minuman Susu Sereal, Produk Baru

ABSTRACT

The nutritional requirements of each person is different, but everyone needs proper nutrition for breakfast. The breakfast is the starting point of our daily activities. However, the breakfast culture in Indonesia just eaten a heavy meal which does not take into account the nutritional value of food even more with the times that requires every person to move quickly lead activity breakfast to be missed.

PT SHP is a food and beverage company that focuses on the nutritional needs of the community and has a vision to produce nutritious. The absence of breakfast products ready to drink nutritious and affordable prices into an opportunity for innovation and breakthroughs in the breakfast beverage products in demand by customers. Currently the breakfast beverage products is becoming a trend is to drink milk with cereal, cereal claim a filling and healthy into opportunities for new products PT SHP. So do Beverage Dairy Development activities are well planned Cereals and attention to customer needs the purpose will be achieved. Beginning with field observations, preliminary survey as an input to conduct customer surveys, determination attribute the needs of consumers and ultimately the data that has been collected is processed by a process or a structured mechanism for determining customer needs and translating those needs into technical requirements relevant wherein each of the functional areas and levels of the organization can understand and act using the Quality Function Deployment (QFD).

From the analysis of consumer needs and customer satisfaction are obtained attribute the improvement to increase customer satisfaction and consumer interest to the prototype that changes the type of raw material which was originally used as whey powder to powder skimmed milk, the use of vitamins and minerals than 10 vitamins and 6 minerals becomes 8 vitamins and 4 minerals to enhance the taste quality of products, formulations and compositions into skim 9%, change in shape of the packaging into the bottle by looking at the weight of raw weight on the design of packaging by 6:45, change the location of the logo BPOM RI into the front of the packaging and an increase in the acidity of the product becomes 6.78 so products become more stable.

Key Word: Product Development, QFD, milk cereal drink, new product