

ABSTRAK

Pertumbuhan sektor pariwisata di Kabupaten Pacitan saat ini membuat para produsen oleh-oleh di Pacitan bersaing untuk menempatkan produknya sebagai produk unggulan di Kabupaten Pacitan. Sehingga setiap produsen dituntut untuk terus berinovasi terhadap produknya untuk bisa memenangkan persaingan tersebut sehingga bisa unggul dari produk yang dihasilkan oleh produsen lainnya. CV. Sari Rasa adalah sebuah produsen Jenang asli Pacitan. Sari Rasa berdiri sekitar tahun 1980-an, Sari Rasa memerlukan sebuah inovasi dari produk Jenang Pacitan agar konsumen tidak merasa jenuh terhadap produk Jenang yang dihasilkan dan juga agar tetap terus bertahan dalam persaingan dengan produsen lainnya. Proses pengembangan produk diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, penentuan atribut produk, penyebaran kuesioner pendahuluan, penyebaran kuesioner penelitian kemudian dibentuk *Quality Function Deployment* dengan menggunakan *House of Quality* (HoQ). HoQ digunakan untuk menentukan spesifikasi teknis yang diperlukan untuk mengembangkan produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Pada bagian akhir digunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk mencari alternatif pilihan rasa yang sesuai dengan persepsi konsumen. Hasil akhir dari penelitian ini adalah atribut yang diinginkan konsumen adalah terdapat ciri khas, Rasa, Tingkat kemanisan, Tekstur, Aroma, Kemasan Menarik, Bentuk Mudah Dibawa, Berat, Tidak Cepat Berjamur, Tidak Cepat Keras, dan Harga \leq Rp 15.000. Berdasarkan pengolahan hasil kuesioner diketahui pula bahwa Jenang produksi CV. Sari Rasa mendapat nilai 4 (agak suka) dan jenang produksi pesaing mendapatkan nilai 3 (biasa). Analisis dengan AHP menghasilkan kriteria-kriteria Terdapat Ciri Khas, Rasa, Tingkat Kemanisan, Tekstur, Aroma, Kemasan, Bentuk, Berat, Tidak Cepat Berjamur, Tidak Cepat Keras, Harga sebagai pertimbangan untuk memilih langkah pengembangan produk dengan variasi rasa sebagai rangking pertama dengan nilai 0.354, kemudian variasi kemasan 0.344, dan variasi bentuk 0.302

Kata Kunci : Pengembangan Produk, *Quality Function Deployment*, HoQ, AHP

ABSTRACT

The growth of the tourism sector in Pacitan currently makes the manufacturers of souvenir in Pacitan compete to place their products as superior products in Pacitan. So that each manufacturer is required to continue innovation on the product to win the competition with the result that can be superior products. CV. Sari Rasa is a manufacturer of “Jenang Pacitan” Sari Rasa exist since the 1980’s. Sari Rasa requires a “Jenang Pacitan” innovation of products that consumers do not feel saturated with product of “jenang Pacitan” produced and also in order to continue to survive in competition with other manufacturers. Product development process begins by identifying consumer needs, determination of product attributes, preliminary questionnaires, research questionnaires Quality Function Deployment is then formed using House of Quality (HoQ). HoQ used to determine the specifications required to develop products needed by consumers. At the end using Analytical Hierarchy Process (AHP) to find alternative flavours according to consumer perceptions. Results from this study is an attributes that consumer needed is special characteristic, flavour, sweetness, texture, Aroma, Packaging, portability, heavy of 0.25 kg, not fast moldy, not fast hard, and the price < Rp 15.000. Based on the result of the processing questionnaire is also known that the production “Jenang” Sari Rasa get 4 and production of the competitor get 3 (normal). Analysis by AHP produce criteria are special characteristics, flavour, sweetness, texture, aroma, packaging, shape, weight, not quickly moldy, not hurry hard, price as a consideration for Product Development. And the results is variation flavor is the first rank with a value of 0.354, then the variation packaging 0.344, and variation shape 0.302

Keyword : Product Development, Quality Function Deployment, HoQ, AHP