

ABSTRAK

PENERAPAN METODE QFD DALAM PENGEMBANGAN *SUNSCREEN* BERDASARKAN SUDUT PANDANG KONSUMEN STUDI PADA PERUSAHAAN “RADIANTIQUE”

Ratu Ayu Ngurah Ciptaning Dewi

22/510794/PEK/29341

Fenomena *global boiling* menyebabkan dampak besar bagi lingkungan, seperti peningkatan paparan sinar UV. Hal ini menyebabkan adanya peningkatan kebutuhan konsumen akan *sunscreen* untuk melindungi kulit dari dampak buruk paparan sinar UV yang berlebih. Radiantique belum termasuk *top sunscreen brand* di Indonesia saat penelitian dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut produk dari segi formula dan kemasan yang diinginkan konsumen serta mengukur kemampuan teknis perusahaan dalam memproduksi produk yang sesuai dengan harapan pasar.

Penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dengan sampel 332 pengguna aktif *sunscreen*, yang terdiri dari gabungan generasi Z dan milenial. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar pada bulan September - Oktober 2024 dan dianalisis menggunakan matriks *House of Quality* untuk menghubungkan kebutuhan konsumen dengan spesifikasi teknis perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan tiga atribut teratas yang diinginkan konsumen pada formula produk *sunscreen* yaitu memiliki level SPF50 PA++++, tidak meninggalkan *white cast*, dan *water resistant*. Untuk memperoleh hal tersebut, atribut teknis yang dapat diprioritaskan oleh perusahaan adalah menentukan komposisi bahan, teknologi formulasi, dan bahan aktif dalam pengembangan produk *sunscreen*. Sedangkan atribut utama yang diharapkan oleh konsumen pada kemasan *sunscreen* adalah kemasan yang dapat melindungi produk dengan baik serta memiliki bentuk yang ringkas sehingga mudah dibawa bepergian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Radiantique dalam merancang produk yang unggul dan mampu bersaing di pasar.

Kata Kunci: QFD, HoQ, Tabir Surya, Pengembangan Produk

ABSTRACT

UTILIZING THE QFD METHOD IN SUNSCREEN DEVELOPMENT FROM THE CONSUMER'S PERSPECTIVE: A CASE STUDY OF THE COMPANY "RADIANTIQUE"

Ratu Ayu Ngurah Ciptaning Dewi

22/510794/PEK/29341

The global boiling phenomenon has had significant environmental impacts, such as increased UV exposure. This led to a rise in consumer demand for sunscreen to protect their skin from the harmful effects of excessive UV radiation. At the time of study, Radiantique was not among the top sunscreen brands in Indonesia. Therefore, this research aims to identify product attributes in terms of formula and packaging that are desired by consumers and to evaluate the company's technical capabilities in producing products that meet market expectations.

This study employs the Quality Function Deployment (QFD) method with a sample of 332 active sunscreen users, consisting of a mix of Generation Z and millennials. Data were collected through questionnaires distributed between September and October 2024 and analyzed using the House of Quality matrix to connect consumer needs with the company's technical specifications.

The results indicate that the top three attributes desired by consumers in sunscreen formulas are having SPF50 PA++++, no white cast, and water resistance. To achieve these attributes, the company should prioritize the composition of ingredients, formulation technology, and active ingredients in sunscreen product development. The main packaging attributes expected by consumers are packaging that effectively protects the product and has a compact design, making it easy to carry. This study aims to provide insights for Radiantique in designing superior products that can compete effectively in the market.

Key Words: QFD, HoQ, Sunscreen, Development Product