

INTISARI

CV Balqis Queen, salah satu produsen sabun mandi, harus menghadapi persaingan yang ketat. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah melakukan pengembangan produk dengan fokus kebutuhan pelanggan.

Pengembangan produk berfokus kebutuhan pelanggan diawali dengan penentuan atribut kebutuhan konsumen dan survei pendahuluan sebagai input untuk melakukan survei pelanggan. Selanjutnya dilakukan survei pelanggan untuk mengetahui tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut produk sabun mandi kesehatan, tingkat kepuasan terhadap produk CV Balqis Queen dan produk kompetitor. Hasil survei pelanggan akan berfungsi sebagai input dalam proses pengembangan produk. Proses pengembangan produk dilakukan dengan tahapan: pembuatan *House of Quality* (HoQ), pembuatan alternatif konsep pengembangan produk, pemilihan konsep, pembuatan gabungan *part deployment* dan *process planning matrix*, pembuatan *production planning matrix*, selanjutnya adalah produksi awal dan tahap terakhir adalah pengujian hasil pengembangan produk ke pelanggan.

Berdasar dari hasil survei pelanggan yang kemudian diolah ke dalam HoQ maka prioritas atribut yang harus dikembangkan adalah kelembutan produk, aroma produk, keamanan bahan, informasi komposisi bahan pada kemasan dan tingkat harga. Selanjutnya dibuat alternatif pengembangan produk dan dilakukan pemilihan alternatif yang terbaik.

Pengembangan produk dilakukan dengan menambah *glycerin*, sebagai bahan pelembut, sebanyak 2%, menambah kadar *fragrance* 10% dari formula awal, menambah *glasolit*, sebagai bahan pengikat *fragrance* 10% dari kadar *fragrance*, menambah informasi komposisi bahan pada label kemasan. Pengembangan produk dilakukan dengan batasan kenaikan biaya untuk pengembangan produk tidak boleh menyebabkan kenaikan harga jual produk. Hasil pengujian produk hasil pengembangan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan terhadap atribut kelembutan dan aroma produk mengalami peningkatan.

Kata kunci: pengembangan produk, kebutuhan pelanggan, sabun mandi