

INTISARI

Untuk merespon keinginan pelanggan yang menginginkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen maka Fresh Co, produsen nata de coco, berusaha mengembangkan produknya dengan fokus pada pelanggan. Proses pengembangan dan perbaikan tersebut dimulai dengan survey pendahuluan untuk mengetahui atribut apa saja yang diinginkan oleh konsumen. Hasil survey tersebut menjadi input untuk survey pelanggan dan pesaing.

Selanjutnya, dilakukan survey mengenai tingkat kepentingan, kepuasan dan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggan terhadap produk pesaing (Borobudur). Hasil survey tersebut digunakan untuk mengembangkan produk dengan teknik QFD. Proses pengembangan produk dilakukan dengan tahapan: pembuatan matriks *House of Quality* (HOQ), gabungan matriks *part deployment* dan *process planning* dan *production planning matrix*. Kemudian dilakukan *market test* pada produk hasil pengembangan.

Dari hasil analisis didapatkan beberapa atribut produk yang dikembangkan. Atribut tersebut adalah harga yang terjangkau, rasa yang bervariasi, khas dan tidak berubah serta kemasan yang rapi, menarik dan mudah dibuka. Selanjutnya dibuat alternatif pengembangan produk dan dilakukan pemilihan alternatif pengembangan.

Pengembangan produk dilakukan dengan melakukan standarisasi metode kerja, bahan baku yang digunakan, mengganti jenis gelas dan mendesain ulang kemasan sehingga menjadi lebih rapi dan menarik. Hasil pengujian produk menunjukkan adanya respon positif dari pelanggan dan meningkatnya kepuasan pelanggan terhadap produk.

Dengan adanya respon positif dari pelanggan, maka pihak perusahaan hendaknya membuat produk sesuai dengan metode kerja, bahan dan pengemasan yang telah terstandarisasi dengan baik.

Kata kunci: pengembangan produk, *nata de coco*, QFD, kebutuhan konsumen