



INTISARI

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk terus menghasilkan produk yang berkualitas. Kemampuan perusahaan menghasilkan produk berkualitas menjadi faktor penentu kesuksesan atau kegagalan suatu perusahaan. Kesuksesan ataupun kegagalan suatu produk merupakan ukuran kinerja perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan produk tersukses, mengevaluasi faktor penyebab sukses, dan mencari korelasi antara faktor penyebab dengan tingkat kesuksesan produk coklat.

Tingkat kesuksesan produk diukur berdasarkan indikator *market share* dan *market growth* produk coklat. Kedua parameter tersebut menjadi penentu produk tersukses. Untuk menganalisis perbandingan kinerja aktual produk, digunakan data aktual tentang kinerja atribut produk. Analisis persepsi konsumen dilakukan dengan survei terhadap sejumlah konsumen di Yogyakarta. Sedangkan analisis faktor pendukung menggunakan data berupa waktu peluncuran produk dan strategi promosi. Data perbandingan setiap faktor dicari korelasinya dengan tingkat kesuksesan produk kemudian dipetakan pada kanvas strategi untuk melihat pola persaingan secara menyeluruh. Setelah diperoleh faktor penyebab sukses produk coklat, maka faktor-faktor tersebut dibandingkan dengan faktor penyebab sukses produk lain untuk melihat model karakteristik sukses produk pada umumnya.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh produk tersukses adalah coklat Monggo. Sebagai produk tersukses, terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab kesuksesan coklat Monggo, antara lain (1) kualitas rasa yang khas dengan kakao murni 58%, (2) kemasan yang unik, menarik, dan berkualitas, (3) kepuasan konsumen yang tinggi, (4) pilihan rasa yang banyak dan berbeda.

Kata kunci: coklat, faktor sukses, korelasi