

**Pengembangan produk keripik tape ubi kayu untuk meningkatkan daya saing
(Studi kasus pada Agroindustri Tape 31 di Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur)**

INTISARI

Agroindustri Tape 31 di Kabupaten Bondowoso merupakan sentra industri kecil yang memproduksi olahan ubi kayu. Pengolahan ubi kayu yang dilakukan masih berkisar pada jenang (dodol) tape, suwar-suwir, tape, prol tape, dan tape bakar, untuk meningkatkan pendapatan dilakukan dengan pengolahan alternatif berupa keripik tape yang memiliki nilai tambah dibanding produk tape.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui indikator-indikator utama atribut mutu yang dianggap penting oleh konsumen, mendapatkan alternatif pengembangan produk keripik tape berdasarkan preferensi konsumen dan memperoleh produk hasil pengembangan keripik tape yang memiliki mutu dan karakteristik sesuai dengan preferensi konsumen.

Lokasi penelitian pada Agroindustri Tape 31 di Kabupaten Bondowoso dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan sentra produksi tape. Metoda penelitian adalah studi kasus pengembangan produk keripik tape Agroindustri Tape 31, artinya penelitian ini dilakukan secara mendalam dan khusus pada Agroindustri tersebut dan hasil penelitian tidak merupakan generalisasi untuk Agroindustri Tape yang lain. Penentuan responden dilakukan dengan Metode sampel pekoheh (*Convinence sampling*) dengan 100 responden/pemilik dan 30 konsumen Agroindustri Tape 31 sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner dengan responden untuk data primer. Data yang terkumpul mencakup Informasi mengenai atribut-atribut keripik tape yang dianggap penting oleh konsumen antara lain kesukaan dan ketidakkesukaan serta keinginan konsumen terhadap produk dan biaya produksi yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membuat keripik tape. Data yang terkumpul di analisis dan disajikan secara deskriptif.

Indikator-indikator yang sesuai dengan keinginan konsumen yaitu: rasa, daya tahan, kereyahan, harga, kemasan, warna, dan bentuk. Pengembangan indikator-indikator dan produk ini dibandingkan dengan produk di pasar menggunakan metode rekayasa nilai, menghasilkan 2 konsep utama. Produk alternatif 2 memiliki value tertinggi dengan bentuk bulat tipis, rasa tape agak manis, tanpa menggunakan bahan pengawet, warna kuning kecoklatan, kereyahan krispi dan dikemas dengan aluminium foil. Produk ini memiliki nilai yang tinggi dapat diartikan bahwa produk hasil pengembangan ini memiliki mutu dan karakteristik sesuai dengan preferensi konsumen.

Kata kunci : Daya Saing, Metode Rekayasa Value Engineering, Keripik Tape.

Development of cassava 'tape' chip product in improving competitive advantage

(Case study of Agroindustri Tape 31 in Bondowoso of East Java)

ABSTRACT

Agroindustry Tape 31 in Bondowoso district is a small industry that produce cassava processed. Processing of cassava product which is conducted still due to "jenang", suwar-suwir", " prol" and" roasted fermented cassava". An alternative processing of fermented cassava have more added value than fermented cassava, such as tape chip product.

The objectives of this research are to be considered as important product by consumer, to find alternative development of 'tape' chip product based on consumers' preferences and to produce an alternative product of *tape* chip with quality and characteristics that agree with the preferences of consumers.

Location of the research is Agroindustri Tape 31 of Bondowoso district, because the region is a central of tape production. The research method is case study in Agroindustri Tape 31, it means the research is conducted specially and deeply on the Agroindustri and results of the research may not be generalized for other tape agroindustri. Convenience Sampling method with 100 bussines/owners and 30 consumers. Primary data was collected through interviews with respondents and questionnaire that completed by respondents. Collected data covered information of *tape chip* attributes that considered important by consumers such as attributes that are liked and disliked by consumers, preferences of consumers about the products and production cost of the *tape* chip development.

The indicators for quality of tape chip based in the consumer preference are taste, endurance of resistance, crispy, price, packaging, colour, and shape. The development of these indicators and these products were compared with other product in the market by using value engineering and resulted two main product concepts. Product alternative 2, one of the product concept, is the highest rank comparet with others, and its characteristics are thin round shape, a little sweet taste, with out any additional chemical substances, brownish-yellow color, crispy and packed with aluminum foil. The resulted product had a high added value, it can be called the product of development process had quality and characteristics that agree with consumers' preferences.

Key words : Competitive Advantage, Method of Value Engineering, Tape Chips