

EVALUASI KEBUTUHAN KONSUMEN UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK ROBUSTA KOPI LOKAL DENGAN MENGGUNAKAN KANSEI ENGINEERING DAN MODEL KANO

ITISARI

Kopi merupakan salah satu produk pertanian yang banyak disukai oleh konsumen, khususnya spesies robusta. Persaingan yang tinggi antar pengusaha menyebabkan dibutuhkan pengembangan berdasarkan suara konsumen. Dalam tahapannya, pengembangan produk dalam penelitian ini dirancang dengan mengevaluasi dan mengeleminasi atribut ke dalam elemen desain produk.

Penelitian dalam pengembangan produk kopi ini menggunakan metode Kansei Engineering dengan mencari atribut produk berdasarkan kata kansei dan elemen desain produk berdasarkan analisis konjoin. Eliminasi atribut produk digunakan menggunakan Kaiser Meyer Oikin Measure of Sampling (KMO) dan analisis konjoin menggunakan Editor Syntax SPSS. Sedangkan, model kano dievaluasi berdasarkan beberapa kategori dan dipetakan ke dalam diagram scatter. Semua kuesioner disebar dengan menggunakan kuesioner skala likert 7 tingkat dan didapatkan 74 respon dari responden.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa diperoleh 5 atribut terpilih meliputi bahan alami, penampilan kemasan, aroma, rekomendasi ahli dan layanan setelah penjualan. Semua atribut terpilih kemudian dibentuk ke dalam beberapa kelompok elemen desain. Sehingga, didapatkan hasil kelompok bahan dengan persentase faktor kepentingan tertinggi. Hasil analisis model kano menghasilkan atribut “Harus ada” adalah diskon dan hadiah, dukungan dan rekomendasi para ahli, asuransi produk, dan promosi dan penawaran.

Kata kunci: *kopi, Kansei engineering, kano model, pengembangan produk*

THE CONSUMER NEEDS EVALUATION FOR IMPROVEMENT OF LOCAL ROBUSTA COFFEE PRODUCTS BY USING KANSEI ENGINEERING AND KANO MODEL

ABSTRACT

Coffee is the most favorite agriculture product by consumers, especially the robusta species. High competition among entrepreneurs requires development based on consumer's voices. In its stages, product development in this research was designed with competition and eliminates attributes into product design elements.

Research in the development of coffee products utilized the Kansei Engineering method by looking for product attributes based on kansei words and product design elements based on conjoint analysis. Product's attributes elimination was used using the Kaiser Meyer Oikin Measure of Sampling (KMO) and conjoint analysis using the SPSS Syntax Editor. Meanwhile, Kano model was evaluated based on several categories and mapped into a scatter diagram. All questionnaires were distributed using a 7-level Likert scale questionnaire and obtained 74 responses from respondents.

The results in this study indicate that 5 selected attributes are obtained including natural ingredients, packaging appearance, aroma, expert recommendations and after-sales service. All selected attributes are then formed into several groups of design elements. Thus, the results obtained from the material group with the highest percentage of importance factors. The results of the analysis of the canoe model produce "Must be" attributes, namely discounts and gifts, support and recommendations of experts, product insurance, and promotions and offers.

Keywords: *coffee, Kansei engineering, Kano model, product development*