

## **PERBAIKAN MUTU PRODUK *BUBBLE MILK TEA* MENGGUNAKAN KOMBINASI *KANO MODEL* DAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT***

(Studi di Combimoo Milk Tea Yogyakarta)

Christian Wanda Putra<sup>1)</sup>, Anggoro Cahyo Sukartiko<sup>2)</sup>, Suharno<sup>2)</sup>

### INTISARI

*Buble milk tea* merupakan salah satu hasil pengembangan produk minuman berbasis susu dan teh, dengan berbagai variasi rasa. Untuk dapat diterima pasar, mencapai tingkat kepuasan dan menjamin loyalitas pelanggan, serta memenangkan persaingan atas kompetitornya, perlu dilakukan perbaikan mutu produk. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui atribut mana yang menjadi prioritas untuk dikembangkan, mengetahui kinerja perusahaan yang diteliti atas pesaingnya, merumuskan kebutuhan teknis dan melakukan perbaikan sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen, serta merekomendasikan usulan perbaikan yang harus dilakukan perusahaan dalam rangka meningkatkan daya saing produk perusahaan.

Perbaikan mutu produk dilakukan menggunakan *Kano Model* dan *Quality Function Deployment* (QFD). *Kano Model* digunakan untuk mengkategorisasi atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Sementara QFD digunakan untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menterjemahkan kebutuhan tersebut ke dalam kebutuhan teknis yang relevan. Tahapan dari metode QFD yaitu: 1) Identifikasi kebutuhan konsumen, 2) Menghitung tingkat kepentingan konsumen, 3) Analisa tingkat kinerja produk dan *brand image*, 4) Menentukan kinerja diharapkan, 5) Menghitung rasio perbaikan, 6) Menentukan titik penjualan (*sales point*), 7) Menghitung skala kepentingan konsumen, 8) Membuat daftar kebutuhan teknis, 9) Analisa hubungan kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis, 10) Prioritasi kebutuhan teknis, 11) Hubungan antar kebutuhan teknis, 12) Penyusunan *House Of Quality* (HOQ), 13) Penerapan *Quality Function Deployment* (QFD). Pada tahapan pertama dan kedua, indentifikasi kebutuhan konsumen dan perhitungan tingkat kepentingan konsumen (TKK), dalam QFD, digunakan *Kano Model*. Sebagai hasil penelitian, menggunakan Diagram *Kano* diperoleh 3 atribut yang tergolong kedalam kategori *attractive* dan 2 atribut yang tergolong kedalam kategori *one-dimensional*, yang memerlukan perbaikan/ peningkatan. Sementara itu, dengan QFD diperoleh atribut prioritas yaitu tidak menggunakan bahan pewarna berbahaya, dan teh dan susu masih segar dan baik, untuk *brand image* yaitu *brand* Kedai memiliki corak atau ciri khas tersendiri, dan *brand* Kedai mudah diingat dan dikenali. Kinerja perusahaan yang diteliti masih lebih rendah atau di bawah kinerja dari perusahaan pembanding, sedangkan kebutuhan teknis sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen yaitu bekerjasama dengan profesional produk milk tea dan susu untuk pembuatan resep, dan menggunakan bahan baku Teh, krimer nabati dan susu yang masih segar, untuk *brand image* yaitu bekerjasama dengan pihak *Event Organizer* (EO) dan Kepariwisata, dan melakukan kerjasama dengan *Food Blogger*. Usulan perbaikan yang harus dilakukan yaitu bekerjasama dengan *supplier* teh, krimer, dan *freshmilk* sebagai pemasok bahan baku utama, melakukan penyimpanan bahan secara tepat, dan membukukan dan melakukan standarisasi resep

Kata Kunci: *Brand image* dan Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, *Quality Function Deployment*.

---

<sup>1)</sup>Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP Universitas Gadjah Mada

<sup>2)</sup>Dosen Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP Universitas Gadjah Mada

## **QUALITY IMPROVEMENT OF BUBBLE MILK TEA USING COMBINATION OF KANO MODEL AND QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT**

### **(A Case on Combimoo Milk Tea Shop, Yogyakarta)**

Christian Wanda Putra<sup>1)</sup>, Anggoro Cahyo Sukartiko<sup>2)</sup>, Suharno<sup>2)</sup>

#### **Abstract**

As one of the develop beverage products, bubble milk tea comes with various flavors. To be accepted in the market and able to satisfy and ensure customer loyalty, as well as winning the competition over its competitors, improvement on the product's quality is required. Therefore, this study aimed to find out which quality attributes need to be prioritized to be developed, find out the performance of the studied shop in comparison with its competitors (market leader), to formulate technical requirements and to conduct improvements meeting to consumer's expectation, as well as recommend proposed improvements in order to increase the competitiveness of both, the product and the shop.

Kano Model and Quality Function Deployment (QFD) were used for improving quality of the products. While QFD, which consist of 13 steps, was used for determining voice of customer and converting it into the relevant technical requirements, Kano Model was used to fulfil the first and the second steps of the QFD through categorize the product's attributes based on how well they satisfy the needs of customers. Stages of QFD are: 1) Identifying consumer needs; 2) Measuring level of consumer interests; 3) Analyzing product performance; 4) Determining expected performance level; 5) Measuring improvement ratio; 6) Determining point of sales; 7) Measuring scale of consumer interests; 8) Creating list of technical requirements; 9) Analyzing relationship between voice of consumers and technical requirements; 10) Prioritizing the listed technical requirements; 11) Defining relationship in between the listed technical requirements, 12) Preparing House of Quality (HoQ), 13) Applying the QFD.

We observed three attributes in attractive and two attributes in one-dimensional categories in Kano Diagram, which require improvement. Several attributes for improving the product such as use of food grade coloring agent as well as fresh milk and tea as raw material, and for improving the brand image of the shop such as distinctive shop style that easily memorable and recognizable by potential consumer, should be prioritized. We also observed that the studied shop performance remains lower than the market leader in Yogyakarta. As the translation of customer's voices, employing the professional for preparing the milk tea and the use of fresh milk, tea and creamer for improving the product's quality and creating cooperation with marketing and tourism event organizer and food blogger for improving brand image of the shop as the technical requirements. We recommend the shop to create cooperation with credible milk, tea and creamer suppliers; to properly manage material storage; and standardize beverages recipes

**Keywords:** Brand Image and Product Quality, Customer Satisfaction, Quality Function Deployment.

---

<sup>1)</sup> Student of Department of Agro-industrial Technology, Universitas Gadjah Mada

<sup>2)</sup> Faculty Member of Department of Agro-industrial Technology, Universitas Gadjah Mada