

INTISARI

Dalam menyingkapi tingginya persaingan dalam pasar produk suplemen, perlu dilakukan pengembangan produk baru yang berbeda dengan yang sudah tersedia di pasar, sehingga mampu menarik perhatian dan memenuhi kepuasan konsumen. Perusahaan harus mengetahui apa yang diinginkan konsumen dan dapat mentransformasikan keinginannya ke dalam bentuk spesifikasi produk suplemen kesehatan. Dalam penelitian ini dilakukan diskusi dengan para pakar di bidang pengembangan produk suplemen. Kemudian digunakan metode *Quality Function Deployment* dan *House of Quality* untuk mengidentifikasi atribut produk suplemen yang diinginkan oleh konsumen, mengetahui tingkat prioritas masing-masing atribut produk suplemen bagi konsumen, mengidentifikasi posisi produk suplemen tersebut bila dibandingkan dengan produk suplemen kompetitor, dan akhirnya membuat formulasi produk suplemen yang sesuai dengan harapan konsumen. Pada penelitian ini didapatkan identifikasi atas atribut produk suplemen yang diinginkan oleh konsumen yaitu sebanyak lima puluh atribut spesifisitas dan kualitas produk suplemen yang menjadi fokus utama dalam mengembangkan produk suplemen baru.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa konsumen menginginkan bentuk produk suplemen dengan kriteria penggunaan satu kali sehari, efek terapeutik dirasakan sepanjang hari, dengan efek samping mengantuk, dalam bentuk kapsul lunak beraroma buah-buahan, disimpan pada suhu ruang, keterangan obat tertempel lengkap pada wadah utama produk, mudah dibawa kemana saja serta berumur (*expired date*) 2 tahun.

Kata Kunci : Suplemen Kesehatan, Kepuasan konsumen, Pengembangan Produk Baru, *House of Quality*, *Quality Function Deployment*

ABSTRACT

*To face of high competition in product supplement markets, it is necessary to development a different new product to those already available in market, so it is can attract consumer atention and meet the consumer satisfaction. Companies need to know what consumer wants and can transfom into a specification supplement product. In this research, discussions with expert of product supplement development, and then using *Quality Function Deployment* and *House of Quality* method to identification the product attributes supplements that desired by consumer, determine the priority level of each attribute supplement for consumer, identifying the position of supplement product when compared with competitors, and finally make the product formulations according to costomer expectations. On this study, the identification of suplement product attributes as many as fifty attributes specification and qualification that become the main focus of new product suplement development.*

From this research it is known that consumers want form of suplement product with criteria use once a day, the effect therapeutic felt throughout the day, with side effect of drowsiness, in a soft capsules with fruity flavor, stored at temperature room, a complete description of the drug embedded in the main container products, easy taken anywhere and have expeired date for two years.

Keywords : Health supplements, consumer satisfaction, new product development, House of Quality, Quality Function Deployment