

RINGKASAN

Kerupuk merupakan makanan ringan yang terbuat dari tepung tapioka atau sagu dengan atau tanpa penambahan bahan makanan dan bahan tambahan lain yang diizinkan, serta disiapkan dengan cara digoreng sebelum disajikan. Inovasi dan kreativitas produk menghasilkan kerupuk yang memanfaatkan kulit pisang sebagai bahan baku pada UMKM Poetra Roti asal Banjarnegara. Salah satu upaya untuk melakukan diversifikasi adalah dengan menggunakan tepung mocaf. Mocaf merupakan tepung singkong yang diproduksi melalui modifikasi menggunakan metode fermentasi. Dalam pengembangan produk kerupuk kulit pisang diperlukan data mengenai konsumen terhadap karakteristik produk yang dipasarkan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan: 1) Menentukan atribut dari setiap variabel yang memiliki tingkat kepuasan, kepentingan, dan kesesuaian konsumen dengan nilai tertinggi terhadap produk kerupuk kulit pisang. 2) Menentukan atribut yang harus diperbaiki pada produk kerupuk kulit pisang berdasarkan matriks IPA. 3) Menentukan atribut unggulan berdasarkan matriks IPA. 4) Mengetahui indeks kepuasan konsumen terhadap produk kerupuk kulit pisang menggunakan CSI. 5) Merumuskan strategi perbaikan produk kerupuk kulit pisang dengan model *Causal Loop Diagram* (CLD)

Penelitian ini dilakukan di Kab. Banjarnegara dan Kab. Banyumas yang berlangsung dalam beberapa tahap, yaitu penyusunan dan penyebaran kuesioner, identifikasi profil konsumen, pengujian validitas dan reliabilitas, penentuan tingkat kepuasan, kepentingan, dan kesesuaian konsumen, penentuan atribut yang harus diperbaiki pada produk, penentuan indeks kepuasan konsumen, dan perumusan strategi perbaikan produk. Penentuan responden pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun dan pernah mengonsumsi kerupuk kulit pisang minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Kuesioner dibagikan kepada konsumen kerupuk kulit pisang sebanyak 100 responden. Parameter yang digunakan dalam penelitian ini adalah produk, kemasan, serta promosi dan pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan atribut dengan tingkat kepentingan konsumen tertinggi pada setiap variabel produk kerupuk kulit pisang, yaitu tekstur yang renyah, kelengkapan informasi produk pada label, dan kesesuaian harga Rp10.000 dengan mutu produk. Atribut dengan tingkat kepuasan konsumen tertinggi pada setiap variabel produk kerupuk kulit pisang, yaitu tidak adanya rasa tengik, kelengkapan informasi produk pada label, dan kesesuaian harga Rp10.000 dengan bobot @135gr dan kemasan. Atribut dengan tingkat kesesuaian konsumen tertinggi pada setiap variabel produk kerupuk kulit pisang, yaitu aroma khas dari singkong, ukuran kemasan 20x30cm, dan harga produk dibandingkan produk kerupuk lain yang memiliki bobot dan kemasan sejenis. Berdasarkan matriks IPA, atribut unggulan yang perlu dipertahankan dari produk kerupuk kulit pisang ada 13 yaitu kesesuaian harga Rp10.000 dengan bobot @135gr dan kemasan, tidak adanya rasa yang menyimpang atau tidak diinginkan, tidak adanya aroma yang menyimpang

atau tidak diinginkan, tidak adanya rasa tengik, tekstur yang renyah, kesesuaian harga Rp10.000 dengan mutu produk, kemudahan mendapatkan atau membeli produk secara langsung di gerai Poetra Roti, kemasan berupa jenis plastik biasa yang tebal di *sealer*, tidak adanya residu minyak di permukaan produk, kelengkapan informasi produk pada label, kemampuan kemasan mempertahankan kerenyahan, adanya promosi melalui *offline*, dan desain label kemasan seperti yang sudah ada. Berdasarkan matriks IPA, atribut yang direkomendasikan untuk diperbaiki pada produk kerupuk kulit pisang ada 9, yaitu kemudahan kemasan untuk disimpan atau ditutup lagi, kemudahan mendapatkan atau membeli produk secara *online*, adanya promosi melalui *online*, kemudahan kemasan untuk dibuka, kemudahan mendapatkan atau membeli produk melalui agen, kemampuan kemasan mempertahankan kerusakan fisik, warna yang menarik, keseragaman penampakan, dan bentuk yang utuh. Nilai indeks kepuasan konsumen produk kerupuk kulit pisang Poetra Roti sebesar 79,23% dan masuk ke dalam kategori "puas". Rekomendasi strategi perbaikan produk kerupuk kulit pisang meliputi evaluasi strategi promosi dan pemasaran, mencari informasi dan mengikuti pelatihan edukasi penggunaan aplikasi penjualan melalui media *online*, mengaktifkan akun penjualan, membuat postingan menarik dan mempromosikan secara berkala, mengganti model dan atau jenis kemasan menjadi *standing pouch zip-lock* yang dilengkapi akses sobekan, membuat alternatif kemasan kecil mudah dibawa, membuat variasi jenis kerupuk berdasarkan limbah kulit pisang yang digunakan, pemberian pewarna bahan makanan agar lebih menarik, melakukan perawatan dan mesin pengiris secara berkala, dan menambah mesin pengiris baru untuk meningkatkan keseragaman penampakan warna dan bentuk pada kerupuk kulit pisang.

SUMMARY

Crackers are snacks made from tapioca or sago flour with or without the addition of other permitted food and additional ingredients, and are prepared by frying before serving. Product innovation and creativity produce crackers that utilize banana peels as raw materials at the Poetra Roti UMKM from Banjarnegara. One effort to diversify is to use mocaf flour. Mocaf is cassava flour that is produced through modification using the fermentation method. In developing banana peel cracker products, data is needed regarding consumers regarding the characteristics of the products marketed using the Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) methods. Based on this, this study was conducted with the following objectives: 1) Determining the attributes of each variable that have the highest level of consumer satisfaction, importance, and suitability for banana peel cracker products. 2) Determining the attributes that must be improved in banana peel cracker products based on the IPA matrix. 3) Determining superior attributes based on the IPA matrix. 4) Knowing the consumer satisfaction index for banana peel cracker products using CSI. 5) Formulating a strategy for improving banana skin cracker products using the Causal Loop Diagram (CLD) model

This research was conducted in Banjarnegara Regency and Banyumas Regency which took place in several stages, namely the preparation and distribution of questionnaires, identification of consumer profiles, validity and reliability testing, determination of levels of satisfaction, interests, and consumer suitability, determination of attributes that must be improved in the product, determination of consumer satisfaction index, and formulation of product improvement strategies. The determination of respondents in this study used a purposive sampling technique, with the criteria that respondents were at least 17 years old and had consumed banana skin crackers at least twice in the last three months. Questionnaires were distributed to 100 banana skin cracker consumers. The parameters used in this study were product, packaging, and promotion and marketing.

The results of the study showed that the attributes with the highest level of consumer interest in each variable of banana skin cracker products were crunchy texture, completeness of product information on the label, and suitability of the price of Rp10,000 with product quality. The attributes with the highest level of consumer satisfaction in each variable of banana skin cracker products were the absence of rancid taste, completeness of product information on the label, and suitability of the price of Rp10,000 with a weight of @135gr and packaging. The attributes with the highest level of consumer suitability in each variable of banana skin cracker products were the distinctive aroma of cassava, the packaging size of 20x30cm, and the price of the product compared to other cracker products that had similar weight and packaging. Based on the IPA matrix, there are 13 superior attributes that need to be maintained from banana skin cracker products, namely the suitability of the price of IDR 10,000 with a weight of @ 135gr and packaging, no deviant or unwanted taste, no deviant or unwanted aroma, no rancid taste, crispy

texture, suitability of the price of IDR 10,000 with product quality, ease of obtaining or purchasing products directly at Poetra Roti outlets, packaging in the form of thick ordinary plastic with a sealer, no oil residue on the surface of the product, completeness of product information on the label, the ability of the packaging to maintain crispness, offline promotions, and packaging label designs as existing ones. Based on the IPA matrix, there are 9 recommended attributes to be improved in banana skin cracker products, namely the ease of packaging to be stored or closed again, ease of obtaining or purchasing products online, online promotions, ease of packaging to be opened, ease of obtaining or purchasing products through agents, the ability of the packaging to withstand physical damage, attractive colors, uniformity of appearance, and intact shape. The consumer satisfaction index value of Poetra Roti banana skin cracker products is 79.23% and is included in the "satisfied" category. Recommendations for strategies to improve banana skin cracker products include evaluating promotion and marketing strategies, seeking information and participating in educational training on the use of sales applications through online media, activating sales accounts, creating interesting posts and promoting regularly, changing the model and/or type of packaging to a standing zip-lock pouch equipped with tear-off access, creating alternative small packaging that is easy to carry, creating variations in the type of crackers based on the banana skin waste used, adding food coloring to make them more attractive, carrying out maintenance and slicing machines regularly, and adding new slicing machines to improve the uniformity of color and shape appearance of banana skin crackers.

