

## ABSTRAK

Saat ini produk makanan ringan adalah salah satu produk yang mengalami perkembangan secara signifikan di Indonesia. Melihat tingginya jumlah pecinta makanan ringan, produsen makanan ringan terus bersaing untuk mendapatkan tempat di hati konsumen mulai dari tampilan kemasan, bentuk, rasa, dan inovasi lainnya. Secara dasarnya, usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia lemah dalam pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga membuat UKM sulit untuk masuk kedalam pasar. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui hasil perancangan pengembangan produk keripik talas yang paling disukai oleh konsumen. Penelitian pada kali ini membahas mengenai integrasi antara metode *conjoint analysis* dan QFD dalam pengembangan produk keripik talas. Metode *conjoint analysis* digunakan untuk menentukan rancangan produk keripik talas yang paling disukai oleh konsumen, sedangkan metode QFD digunakan untuk menerjemahkan keinginan dan kebutuhan pelanggan menjadi respon teknis dalam pengembangan produk. Berdasarkan hasil pengolahan data *conjoint analysis* didapatkan rancangan produk keripik talas yang paling disukai oleh konsumen yaitu produk dengan varian rasa pedas asin, ukuran kemasan 250gr, desain kemasan menggunakan stiker, warna kemasan cerah serta pembuka kemasan berupa ziplock. Hasil tersebut kemudian dilanjutkan dengan penyusunan HoQ, dimana HoQ disusun berdasarkan atribut yang didapatkan pada hasil pengolahan data *conjoint analysis*. Hasil akhir penyusunan HoQ kemudian digunakan sebagai acuan dalam pembuatan prototype pengembangan produk keripik talas.

Kata Kunci : *Conjoint Analysis*, Keripik Talas, QFD.

## ABSTRACT

Currently, snack products are one of the products that have developed significantly in Indonesia. Seeing the high number of snack lovers, snack producers continue to compete for a place in the hearts of consumers, starting with the appearance of packaging, shape, taste, and other innovations. Basically, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia are weak in product development according to customer needs, making it difficult for SMEs to enter the market. The purpose of the study is to determine the results of the design of the Taro chips product development that consumers favor. This research discusses the integration of conjoint analysis and QFD methods in taro chips product development. The conjoint analysis method is used to determine the design of taro chip products that consumers most prefer, while the QFD method is used to translate customer wants and needs into technical responses in product development. Based on the results of conjoint analysis data processing, the taro chips product design most preferred by consumers is a product with a spicy salty flavor variant, a packaging size of 250gr, a packaging design using stickers, bright packaging colors, and a ziplock packaging opener. These results are then continued with the preparation of HoQ, where HoQ is compiled based on the attributes obtained in the conjoint analysis data processing results. The final results of the HoQ preparation are then used as a reference in making the final prototype of the Taro chips product development.

Keywords : Conjoint Analysis, Taro Chips, QFD.