

RINGKASAN

Tepung Penyalut Mocaf Sintabara merupakan tepung serbaguna dengan campuran mocaf, tepung beras dan bumbu-bumbu yang diproduksi oleh KWT Sinar Tani Banjarnegara sebagai upaya memperluas penggunaan mocaf. Dalam pemasarannya, Tepung Penyalut Mocaf Sintabara membutuhkan penyesuaian lebih lanjut agar produk yang diproduksi sesuai dengan keinginan konsumen. Survei terkait tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen perlu dilakukan untuk mengetahui atribut yang perlu diperbaiki dan rekomendasi perbaikan yang sesuai sehingga produk dapat dikembangkan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen, 2) mengetahui atribut perbaikan, dan 3) mendapatkan rekomendasi perbaikan produk Tepung Penyalut Mocaf.

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Banyumas dan Banjarnegara dari Desember 2024 sampai Mei 2025. Data primer diperoleh dari penyebaran kuisisioner kepada 100 responden, wawancara dan observasi. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka jurnal, buku dan situs web. Terdapat beberapa tahap pada penelitian ini, yaitu penyusunan kuesioner, pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner, penyebaran kuesioner dan identifikasi profil konsumen. Data yang didapatkan kemudian akan dianalisis menggunakan metode *Importance performance analysis* (IPA) dan diagram *fishbone*. Penelitian ini menganalisis tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap empat variabel yaitu produk dan pengolahan tepung penyalut mocaf, produk jadi, kemasan produk dan harga produk.

Berdasarkan hasil analisis IPA pada Tepung Penyalut Mocaf terdapat tiga atribut dari 18 atribut Tepung Penyalut Mocaf yang masuk kuadran I dan perlu diperbaiki yaitu informasi label kemasan yang lengkap, harga sesuai dengan berat produk dan kemudahan tepung penyalut larut dalam air. Perbaikan yang dapat dilakukan untuk atribut-atribut tersebut adalah melengkapi informasi label sesuai standar, optimalisasi strategi pemasaran (*segmenting, targeting, positioning, promosi*), melakukan simulasi harga di berbagai ukuran kemasan, serta mengontrol kadar air dengan menjaga suhu dan kelembaban kondisi penyimpanan, penyangraian dan pemilihan kemasan yang tepat.

SUMMARY

Sintabara Mocaf Coating Flour is a multipurpose flour made from a mixture of mocaf, rice flour, and spices. It is produced by the Sinar Tani Banjarnegara KWT (Farmers Group) as part of an effort to expand the use of mocaf. In marketing, Sintabara Mocaf Coating Flour requires further adjustments to ensure the product meets consumer expectations. A survey of consumer importance and satisfaction is needed to identify attributes that need improvement and recommend appropriate improvements so that the product can be developed to meet consumer needs and desires. This study aims to: 1) determine consumer importance and satisfaction, 2) identify attributes for improvement, and 3) obtain recommendations for improving the Mocaf Coating Flour product.

The study was conducted in Banyumas and Banjarnegara Regencies from December 2024 to May 2025. Primary data was obtained from questionnaires distributed to 100 respondents, interviews, and observations. Secondary data were obtained from literature review of journals, books, and websites. This study involved several stages: questionnaire development, validity and reliability testing, questionnaire distribution, and consumer profile identification. The data obtained will then be analyzed using Importance Performance Analysis (IPA) and a fishbone diagram. This study examines the level of consumer importance and satisfaction with four variables: mocaf coating flour product and processing, finished product, product packaging, and product price.

Based on the IPA analysis of Mocaf Coating Flour, three of the 18 attributes of Mocaf Coating Flour fall into quadrant I and require improvement: complete packaging label information, price appropriate to product weight, and ease of dissolving the coating flour in water. Improvements for these attributes include completing label information according to standards, optimizing marketing strategies (segmentation, targeting, positioning, promotion), conducting price simulations across various package sizes, and controlling water content by maintaining temperature and humidity, storage conditions, roasting, and selecting appropriate packaging.