

RINGKASAN

Supermocaf Premix Biskuit merupakan salah satu produk yang diproduksi oleh UD. Usaha Mandiri. Produk ini merupakan premix untuk membuat biskuit berbahan dasar mocaf yang diproduksi dengan tujuan memperluas penggunaan mocaf dan sebagai upaya memperkenalkan mocaf kepada masyarakat. Supermocaf *Premix* Biskuit masih memerlukan pengembangan produk untuk menyesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Survei terkait tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen ini dilakukan untuk mengetahui atribut yang perlu diperbaiki beserta strategi perbaikan yang sesuai dan tepat untuk dilakukan sehingga produk dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen beserta perbaikannya adalah melakukan survei dengan instrumen survei berupa kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Konsumen yang menjadi responden harus memenuhi kriteria yang sudah ditentukan yaitu berusia minimal 17 tahun, tertarik membuat olahan *bakery*, menyukai produk *bakery*, dan mengonsumsi produk Supermocaf *Premix* Biskuit minimal dua kali dalam jangka waktu tiga bulan terakhir. Data dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Berdasarkan analisis IPA pada Supermocaf *Premix* Biskuit diperoleh empat atribut yang menempati kuadran I dalam matriks IPA atau berada dalam tingkat prioritas untuk diperbaiki oleh konsumen, yaitu tekstur renyah biskuit, daya tarik desain label kemasan, kelengkapan informasi pada label kemasan, dan kesesuaian harga dengan berat produk. Keempat atribut tersebut perlu mendapatkan perhatian lebih dari produsen untuk diperbaiki agar kebutuhan serta keinginan konsumen dapat terpenuhi. Beberapa rekomendasi perbaikan diperoleh berdasarkan beberapa faktor di lapangan yang mempengaruhi atribut-atribut tersebut.

Beberapa atribut lainnya memiliki tingkat kepentingan dan kepuasan yang sesuai atau terletak di kuadran II seperti aroma tepung yang tidak berbau apek, ketepatan formula (anti gagal) pada label kemasan, aroma biskuit, rasa manis biskuit, kemudahan kemasan untuk dibuka, dan kesesuaian harga dengan kualitas produk. Produsen perlu mempertahankan kinerja dari atribut yang sudah berada pada kuadran II agar dapat terus memenuhi kepuasan konsumen.

SUMMARY

Supermocaf Premix Biskuit are one of the products manufactured by UD. Usaha Mandiri. This product is a premix for making biscuits made from mocaf (modified cassava flour), developed with the aim of expanding the use of mocaf and introducing it to the wider community. Supermocaf Premix Biskuit still requires product development to better meet consumer needs and preferences. A survey on the level of importance and consumer satisfaction was conducted to identify which attributes need improvement, along with appropriate and effective improvement strategies, so that the product can be developed in line with consumer needs and desires.

The method used to assess consumer importance and satisfaction levels, as well as identify areas for improvement, involved a survey utilizing questionnaires, observation, and literature review. Respondents were selected based on specific criteria: they had to be at least 17 years old, have an interest in baking, enjoy bakery products, and have consumed Supermocaf Premix Biskuit at least twice within the past three months. The collected data were analyzed using the Importance-Performance Analysis (IPA) method.

Based on the IPA analysis on Supermocaf Premix Biskuit, four attributes were obtained that occupied quadrant I in the IPA matrix or were at the priority level for improvement by consumers, namely the crunchy texture of the biscuits, the attractiveness of the packaging label design, the completeness of the information on the packaging label, and the suitability of the price to the weight of the product. These four attributes need to receive more attention from producers to be improved so that consumer needs and desires can be met. Several improvement recommendations were obtained based on several factors in the field that influence these attributes.

Other attributes were found in Quadrant II, meaning they are both important and satisfactory to consumers. These include the absence of a stale smell in the flour, the accuracy of the formula stated on the label (fail-proof), the biscuit's aroma, its sweetness level, the ease of opening the packaging, and the balance between price and product quality. It is important for the producer to maintain the performance of attributes in Quadrant II in order to sustain consumer satisfaction.