

RINGKASAN

Serabi Mix Max Spesial merupakan usaha kuliner khas Bandung yang berdiri sejak tahun 2012 di Purwokerto. Varian serabi asin dengan topping oncom ayam dan tambahan mayones merupakan menu andalan Serabi Mix Max Spesial yang populer di kalangan konsumen. Varian ini menjadi favorit karena perpaduan rasa gurih dari oncom ayam dan creamy dari mayones, menjadikan serabi ini berbeda dari serabi manis pada umumnya, serta masih jarang ditemukan di wilayah Purwokerto. Pandemi COVID-19 menyebabkan Serabi Mix Max Spesial mengalami penurunan penjualan yang signifikan hingga saat ini dan pelaku usaha belum pernah melakukan perbaikan terhadap produknya. Evaluasi terhadap persepsi konsumen mengenai tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen perlu dilakukan untuk mengetahui atribut apa yang perlu diperbaiki serta merancang strategi pengembangan usaha.

Metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen serta perbaikan produk dengan melakukan survei menggunakan instrumen survei berupa kuesioner, observasi, serta studi pustaka. Data yang didapat kemudian akan dianalisis menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan diagram *fishbone*.

Berdasarkan hasil analisis CSI, diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen berada pada kategori “sangat puas” dengan skor indeks sebesar 83,85%. Selanjutnya hasil analisis IPA terdapat 6 atribut yang perlu diperbaiki yaitu rasa asin pada serabi, tekstur lembut pada oncom, tekstur lembut pada suwiran ayam, kecukupan jumlah suwiran ayam pada topping, pemberian saus sambal dalam kemasan sachet dan adanya promosi melalui media online. Kemudian dirumuskan strategi perbaikan untuk atribut tersebut dengan penerapan SOP modifikasi adonan parsial yaitu dengan tetap menggunakan satu adonan dasar namun perlu penambahan bahan perasa asin kaldu bubuk non-MSG hanya pada porsi yang digunakan untuk varian asin agar menghasilkan rasa yang lebih kaya dan gurih, penyusunan SOP untuk memastikan waktu dan teknik memasak standar sehingga menghasilkan tekstur oncom dan suwiran ayam yang lembut, penyusunan SOP takaran suwiran yang jelas serta penerapan ukuran standar untuk menjaga konsistensi, penyusunan SOP pelayanan penyajian dengan ketentuan pemberian saus hanya jika diminta oleh konsumen untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan penetapan penanggung jawab khusus yang bertugas memantau dan menjalankan kegiatan promosi secara konsisten serta menjadi penghubung antara digital marketer dan tim internal agar promosi terus berjalan.

SUMMARY

Serabi Mix Max Spesial is a Bandung specialty culinary business established in Purwokerto in 2012. The signature savory serabi topped with chicken oncom and mayonnaise is Serabi Mix Max Spesial's signature dish, a popular choice among consumers. This variant is a favorite due to the savory combination of chicken oncom and creamy mayonnaise, distinguishing it from the typical sweet serabi, and is still rare in the Purwokerto area. The COVID-19 pandemic has caused Serabi Mix Max Spesial to experience a significant decline in sales, and the business has yet to make any product improvements. An evaluation of consumer perceptions regarding satisfaction and importance is necessary to identify attributes that need improvement and to develop a business development strategy.

The research methods used to determine customer satisfaction and importance, as well as product improvements, include a survey using questionnaires, observation, and literature review. The data obtained will then be analyzed using the Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), and a fishbone diagram.

Based on the results of the CSI analysis, it is known that the level of consumer satisfaction is in the "very satisfied" category with an index score of 83.85%. Furthermore, the results of the IPA analysis there are 6 attributes that need to be improved, namely the salty taste of serabi, the soft texture of oncom, the soft texture of shredded chicken, the adequacy of the amount of shredded chicken on the topping, the provision of chili sauce in sachet packaging and the existence of promotions through online media. Then, an improvement strategy was formulated for these attributes by implementing a partial dough modification SOP, namely by continuing to use one basic dough but adding salty flavoring ingredients of non-MSG powdered broth only in the portion used for the salty variant to produce a richer and savory taste, preparing SOPs to ensure standard cooking times and techniques so that the texture of oncom and shredded chicken is soft, preparing SOPs for shredded chicken measurements is clear and implementing standard sizes to maintain consistency, preparing SOPs for serving services with provisions for providing sauce only if requested by consumers to increase consumer comfort and appointing a special person in charge who is tasked with monitoring and carrying out promotional activities consistently and being a liaison between digital marketers and the internal team so that promotions continue to run.