

RINGKASAN

Yoghurt merupakan salah satu makanan fungsional yang paling populer dan digemari masyarakat. Salah satu pelaku industri yoghurt di Purwokerto ialah IKM Yoghurt Sehati. Namun, terdapat permasalahan yang sedang dialami oleh IKM tersebut, yakni terjadinya penurunan permintaan produk selama beberapa periode terakhir, yang disebabkan oleh semakin ketatnya persaingan pasar. Oleh karena itu, IKM Yoghurt Sehati Purwokerto perlu melakukan evaluasi pada produk mereka yang lebih berorientasi pada konsumen berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian ini ialah menganalisis tingkat kepuasan, kepentingan dan kesesuaian konsumen terhadap produk, mengetahui indeks kepuasan konsumen terhadap produk, menentukan atribut yang harus diperbaiki pada produk, serta menentukan strategi perbaikan produk. Penelitian ini berupa survei mengenai analisis tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap produk menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) serta *Customer Satisfaction Index* (CSI). Penelitian ini terdiri atas 5 tahap, yaitu identifikasi profil konsumen, identifikasi tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan konsumen, penentuan indeks kepuasan konsumen, penentuan atribut perbaikan produk, dan penetapan strategi perbaikan produk menggunakan metode *Fishbone*.

Berdasarkan hasil uji CSI, didapatkan nilai sebesar 77.76%, yang mana termasuk dalam kriteria “Puas”. Adapun hasil uji IPA pada *yoghurt stick* dari IKM Yoghurt Sehati Purwokerto menunjukkan bahwa terdapat tujuh atribut yang perlu diperhatikan oleh pihak IKM untuk mendapat perbaikan, yakni aroma, rasa asam, keseimbangan rasa asam dan manis, kesesuaian harga dengan kualitas, kemudahan untuk membeli produk secara *online*, kemudahan untuk membeli produk secara *offline*, serta promosi melalui media sosial.

Dari tujuh atribut tersebut, dapat dirumuskan strategi perbaikan yang berfokus pada evaluasi sederhana dengan biaya rendah namun efektif untuk meningkatkan kualitas produk serta performa pemasaran, yang meliputi reformulasi produk dengan mengurangi kadar air gula dan penggunaan perisa yoghurt untuk meningkatkan sifat sensoris produk, penerapan sistem pengendalian mutu produk akhir, memperbanyak jumlah reseller, penggunaan *signage* sebagai penunjuk arah titik penjualan dan lokasi IKM, mengurus izin edar, serta optimasi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan penyampaian informasi mengenai aksesibilitas produk.

SUMMARY

Yoghurt is one of the most popular and widely favored functional foods. Yoghurt Sehati Small and Medium Enterprises (SME) is one of yoghurt industry stakeholders in Purwokerto. However, this SME is experiencing a decline in product demand over the past few periods, due to increasingly fierce market competition. Therefore Yoghurt Sehati Purwokerto SME needs to evaluate their product to be more consumer-oriented based on consumer importance and satisfaction rate.

The purpose of this research is to analyze the consumer satisfaction, importance, and suitability of the product, identify the consumer satisfaction index of the product, determine attributes of the product that need improvement, and determine product improvement strategy. This research consists of a survey to analyze the consumer importance and satisfaction level for the product using the Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI)). This research consists of five stages such as follows : identifying consumer profile, identifying consumer importance and satisfaction level, determining consumer satisfaction index, determining product improvement attributes, and determining product improvement strategy using the Fishbone method.

Based on the CSI analysis, a score of 77.76% was obtained, which falls within the "Satisfied" criteria. As for the IPA analysis of the product, the result shows that there are seven attributes that the SME should address for improvement, which consists of aroma, sour flavor, the balance between sour and sweet flavors, price-to-quality ratio, ease of offline purchasing, ease of online purchasing, and promotion through social media.

Based from these seven attributes, improvement strategy is formulated, which focuses in simple and low-cost evaluation yet effective to enhance product quality and marketing performance, which includes reformulating the product composition by reducing the water and sugar ratio and using yoghurt flavoring agent to enhance it's sensory attributes, implementing quality control system for final product, enhancing the amount of reseller, using some signage to show the direction of selling points and SME location, administering licensing and certification for distribution permit, and optimizing social media to promote and give information about product's accessibility.