

RINGKASAN

Perancangan pengembangan produk *snack on the go* yaitu onigiri dengan bahan baku nasi merupakan alternatif makanan sehat cepat saji yang memiliki peluang untuk dikembangkan. Namun keberhasilannya bergantung pada penerimaan konsumen yaitu mendapatkan respon yang positif dan diikuti dengan keinginan serta tindakan untuk membeli produk tersebut, untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dapat dilakukan dengan pendekatan metode QFD (*Quality Function Deployment*). Terkait dengan perancangan produk pangan, penelitian menggunakan metode QFD yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dalam penelitian sebuah produk perlu mempertimbangkan suara konsumen yang kemudian dapat diterjemahkan ke dalam aspek teknis dalam pembuatan produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: tahap I pembuatan matriks HoQ tahap I (Perencanaan karakteristik mutu produk), tahap II pembuatan matriks HoQ tahap II (Perencanaan tahapan produksi), dan tahap III pembuatan matriks HoQ tahap III (Perencanaan bahan baku) serta penentuan formulasi optimal dengan uji indeks efektivitas. Pemilihan Kota Jakarta sebagai lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan sebanyak 125 responden. Penentuan jumlah panelis sensori ditetapkan sejumlah 20 responden semi terlatih atau yang memahami produk onigiri. Wawancara dilakukan kepada konsumen dan pakar. Wawancara konsumen dilakukan untuk mengetahui informasi dari responden secara lebih mendalam. Wawancara pakar dilakukan untuk mengkonfirmasi atribut mutu persyaratan konsumen, menentukan karakteristik mutu produk akhir, bahan baku dan proses produksi pembuatan onigiri.

Hasil analisa HoQ tahap I, karakteristik mutu produk akhir yang menjadi prioritas utama adalah biaya produksi per unit dan efisiensi penggunaan bahan baku, dengan tingkat kepentingan sebesar 16,53%. HoQ tahap II, tahapan produksi yang menjadi prioritas utama adalah formulasi produk dengan bobot prioritas 12,89%. Analisa HoQ tahap III, bahan baku yang menjadi prioritas utama adalah daging ikan tuna (12,63%) dan beras (11,85%) merupakan dua komponen terpenting yang harus diperhatikan dalam perancangan produk. Berdasarkan hasil pengujian uji hedonik dengan interval kepercayaan 95%, diperoleh bahwa formulasi optimal untuk menghasilkan onigiri dengan mutu terbaik adalah kombinasi perlakuan konsentrasi daging ikan tuna sebanyak 20 gram dan variasi merek beras Jepang Hiedeki. Hal ini menunjukkan bahwa efisiensi biaya, formulasi produk dan pemanfaatan bahan baku yang optimal menjadi faktor dominan dalam menghasilkan produk onigiri yang kompetitif di pasar serta berpengaruh terhadap mutu sensorik sesuai daya terima konsumen.

SUMMARY

Snack on the go product development design is onigiri with rice raw materials is an alternative to healthy fast food that has the opportunity to be developed. However, its success depends on consumer acceptance that is to get a positive response and followed by the desire and action to buy the product, to get a product that is in accordance with the wishes of consumers can be done with the approach of QFD (Quality Function Deployment) method. Related to the design of food products, research using the QFD method has been conducted suggested that in researching a product, it is necessary to pay attention to the voice of consumers which can then be translated into technical aspects in making products that are in accordance with consumer expectations.

This research was conducted in several stages, namely: stage I of creating the HoQ matrix stage I (planning product quality characteristics), stage II of creating the HoQ matrix stage II (planning production stages), and stage III of creating the HoQ matrix stage III (planning raw materials) and determining the optimal formulation with an effectiveness index test. The selection of Jakarta as the research location was done purposively with 125 respondents. The number of sensory panelists was set at 20 semi-trained respondents or those who understood onigiri products. Interviews were conducted with consumers and experts. Consumer interviews were conducted to obtain more in-depth information from respondents. Expert interviews were conducted to confirm the quality attributes that were consumer requirements, determine the quality characteristics of the final product, raw materials, and the production process for making onigiri.

The results of the HoQ analysis in stage I show that the main priority characteristics of the final product quality are production cost per unit and raw material efficiency, with a level of importance of 16.53%. HoQ phase II shows that the production stage with the highest priority is product formulation, with a priority weight of 12.89%. HoQ phase III analysis shows that the raw materials with the highest priority are tuna meat (12.63%) and rice (11.85%), which are the two most important components that must be considered in product design. Based on the results of the hedonic test with confidence interval 95%, it was found that the optimal formulation for producing the best quality onigiri is a combination of 20 grams of tuna meat and a variety of Hiedeki Japanese rice brands. This shows that cost efficiency, product formulation, and optimal utilization of raw materials are dominant factors in producing competitive onigiri products in the market and influence sensory quality in line with consumer acceptance.