

PENGEMBANGAN BENTUK PRODUK JAMU SEDIAN KAPSUL DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)* DI KELOMPOK TANI AENG LESTARI

Rizky Ariansyah*, Iffan Maflahah, Cahyo Indarto

Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura
Jl. Raya Telang, Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur 69162

*Corresponding Author Email: Rizkyariansyah103@gmail.com

ABSTRAK

Quality Function Deployment merupakan sistem bagi desain barang atau jasa yang dilaksanakan berdasarkan keinginan dan pendapat konsumen. voices of the Customers (VOC) menjadi penting karena merepresentasikan apa yang diinginkan konsumen VOC memberikan arti penting dalam perusahaan untuk mengembangkan produk yang sudah mapan, produk baru ataupun produk terobosan. Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan produk jamu ratoh sediaan dalam bentuk kapsul dengan memperhatikan suara konsumen (Voice of Customer). Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk herbal yang berkualitas. Peningkatan penjualan pada pandemi covid-19 juga membuat masyarakat semakin mengenal untuk menggunakan obat herbal sebagai upaya menjaga daya tahan tubuh. Metode yang digunakan dalam pengembangan produk meliputi survei dan kuesioner yang melibatkan 72 responden untuk menentukan atribut kebutuhan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima atribut kebutuhan primer dan sekunder yang penting dalam pengembangan produk. Atribut kebutuhan konsumen sekunder pada atribut warna yaitu warna kuning dipilih sebanyak 47 responden. Atribut bentuk yang memiliki nilai tertinggi adalah bentuk kapsul, dengan harga Rp.11.000 – Rp. 15.000. Kesimpulan dari kegiatan ini menegaskan pentingnya mendengarkan masukan dan kritik dari konsumen untuk menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen dengan, memahami kebutuhan konsumen, diharapkan produk jamu ratoh bersaing di pasar dan memberikan pengalaman terbaik bagi pengguna.

Keyword: Atribut kebutuhan, Jamu, Voice of Customer

1. PENDAHULUAN

Jamu tradisional kini makin banyak dikonsumsi oleh masyarakat karena dipercaya memiliki manfaat kesehatan bagi yang mengkonsumsinya. Jamu tradisional atau bisa disebut dengan jamu gendong adalah jamu hasil produksi rumahan (home industri) (Yanuarti, 2022). Menurut (Pratiwi et al., 2024) Penggunaan minuman herbal untuk tujuankesehatan sudah banyak dilakukan sejak beribu tahun yang lampau. Kecenderungan penggunaan herbal dapat disebabkan beberapa faktor diantaranya adalah kepercayaan bahwa obat herbal memiliki efek samping yang lebih kecil dari obat konvensional dan bahkan dianggap tidak memiliki samping karena merupakan bahan alam, obat herbal mudah didapatkan tanpa memerlukan resep dokter (Purwanto, 2021).

Permintaan konsumen terhadap produk jamu tradisional semakin meningkat disebabkan oleh tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya jamu bagi Kesehatan, seiring dengan perkembangan jaman tuntutan konsumen terhadap kualitas (mutu) jamu tradisional semakin meningkat (Hastuari et al., 2023). Adanya pandemi Covid-19 juga membuat masyarakat semakin mengenal untuk menggunakan obat herbal sebagai upaya menjaga daya tahan tubuh (Solehah et al., 2022). Menurut (Munica et al., 2017). UMKM di Indonesia adalah industri jamu yang masih kehilangan

15%-20% pasarnya. Adanya dampak dari covid-19 banyak UMKM yang berguguran namun tidak dengan usaha jamu yang semakin eksis seperti contohnya pada produk jamu ratoh. Akibat pandemi tersebut mengubah mindset masyarakat menjadi lebih sehat dengan banyak mengkonsumsi obat herbal (jamu) untuk mengobati penyakit ataupun menambah imun tubuh (Zubair et al., 2021).

Metode Quality Function Deployment adalah metode yang digunakan karena menggunakan keinginan dan kebutuhan konsumen sebagai acuan untuk merancang produk. Metode Quality Function Deployment adalah metode yang digunakan karena menggunakan keinginan dan kebutuhan konsumen sebagai acuan untuk merancang produk (Suryaningrat et al., 2015), salah satu metode didalam metode QFD yaitu Voice of Customer (VOC) adalah istilah yang digunakan dalam bisnis dan Teknologi Informasi (melalui ITIL, misalnya) untuk menggambarkan proses secara mendalam dalam menangkap harapan pelanggan, preferensi dan penolakan (Ernan, 2014). VOC adalah teknik riset pasar yang menghasilkan keinginan dan kebutuhan pelanggan secara terperinci, diatur dalam struktur hirarki, dan kemudian diprioritaskan dalam hal kepentingan relatif dan kepuasan dengan alternatif (Yovanda et al., 2022). VOC dapat dilakukan pada awal dari setiap inisiatif desain produk baru, proses, atau jasa dalam rangka definisi produk baru quality function deployment (QFD) (Yustian, 2015). Metode yang lebih interaktif dapat menghasilkan wawasan yang lebih dalam dan keterbuka pelanggan untuk memberikan umpan balik, terutama yang negatif, dapat memengaruhi seberapa jujur dan mendalam hasil yang diperoleh (Kusumawati dan Fitriyeni, 2017). Metode QFD ini diharapkan dapat mengetahui hal-hal atau atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Tujuan dari penelitian ini dapat menentukan kriteria atribut yang dibutuhkan oleh konsumen (Yunandi, 2021).

Penjualan produk jamu tidak bisa lepas dari peran dari permintaan konsumen. Kondisi ini membuat peneliti tertarik untuk melihat peran atribut yang diinginkan oleh konsumen seperti, desain kemasan mengkonstruksi identitasnya sebagai media yang mengkomunikasikan pesan produk jamu ratoh (Parmin et al., 2022) Peneliti melihat diantara banyaknya produk jamu, terdapat produk jamu bubuk atau serbuk yang diminum dengan cara diseduh terlebih dahulu. Bentuk serbuk ataupun kapsul merupakan cikal-bakal industri jamu karena melalui bentuk ini jamu dapat diproduksi masal, dikemas, didistribusikan dan dijual ke khalayak yang lebih luas (Siswanto, 2017). Pada rasa juga perlu meningkatkan bagaimana rasa yang disukai oleh konsumen taupun masih menyertakan gambar pendiri perusahaan jamu tersebut. Agar dapat memenuhi keinginan konsumen, maka diperlukan informasi terkait atribut produk jamu yang diinginkan konsumen dan adanya berbagai inovasi seperti kemasan, harga, rasa, bentuk, dan harga (Fatmawati dan Wijaya, 2021).

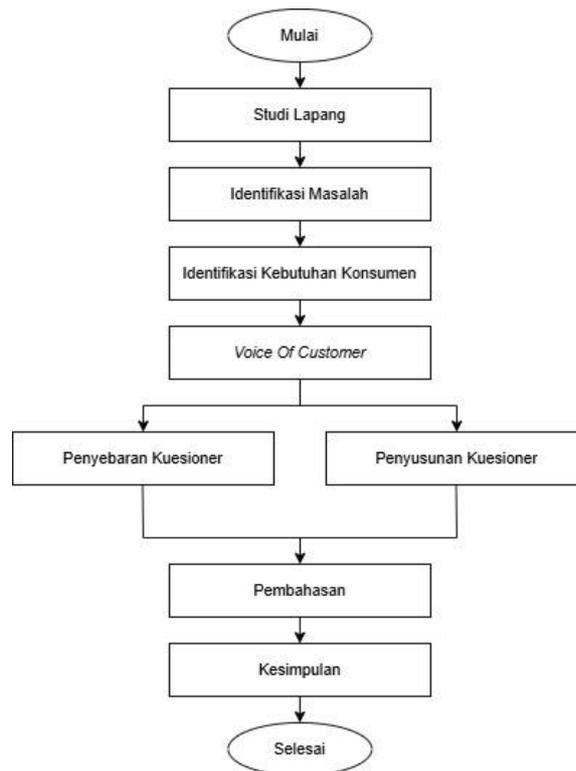
2. METODOLOGI

Bahan dan Alat

Penelitian ini dilakukan di usaha kecil obat tradisional (UKOT) di kelompok tani Aeng Lestari, Kecamatan Ketapang, Kabupaten Sampang. Bahan yang digunakan penelitian ini antara lain; kuisisioner dan bulpoin, sedangkan alat yang digunakan dalam penelitian antara lain; aplikasi excel

Prosedur Penelitian

Berikut merupakan alur tahapan penelitian yang dapat dilihat Gambar 1.



Gambar 1. Alur Tahapan Penelitian

Teknik Analisis Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpulan data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data. Penelitian ini akan melakukan wawancara langsung dengan pemilik atau anggota Kelompok Tani Aeng Lestari.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada penelitian. Penelitian ini responden yang dipilih adalah konsumen ataupun pelanggan produk jamu di Kelompok Tani Aeng Lestari dengan kuisisioner sebanyak 72 responden. Teknik deskriptif dengan jumlah presentase yang tetinggi dengan rumus persentase untuk setiap opsi:

$$\text{Persentase} = \frac{(\text{Jumlah Respon untuk Opsi Total Responden})}{(\text{Jumlah Respon untuk Opsi})} \times 100$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Kebutuhan Konsumen

Identifikasi atribut kebutuhan konsumen melibatkan beberapa aspek penting yang membantu memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Identifikasi atribut dilakukan untuk menentukan kebutuhan dari konsumen mengenai produk jamu. Konsep atribut pandangan bahwa pasar atau pembeli akan membeli produk yang lebih berguna, berkualitas, inovatif dan tidak mahal. Produk yang berkualitas akan dicari oleh para konsumen. Identifikasi atribut konsumen untuk

proses mengembangkan produk jamu dituliskan dalam lembaran kuesioner seperti Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Atribut Konsumen Produk Jamu

Produk	Atribut
Jamu	Rasa
	Aroma
	Warna
	Bentuk
	Harga

Penggunaan atribut kebutuhan konsumen merupakan salah satu bagian dalam metode QFD untuk pengembangan produk jamu dengan mengidentifikasi atribut kebutuhan konsumen yang akan menjadi harapan dari konsumen. Atribut kebutuhan konsumen ini dibagi menjadi dua yaitu atribut kebutuhan konsumen primer dan atribut kebutuhan konsumen sekunder. Identifikasi atribut kebutuhan konsumen ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 72 responden. Atribut kebutuhan konsumen sekunder diperoleh dari hasil kuesioner yaitu orang yang memiliki latar belakang berbeda-beda, yang menjadi responden. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut dari 72 responden yaitu 42 perempuan dan 30 laki-laki, yang menjadi responden yaitu dari berbagai usia, namun yang paling banyak mengisi kuesioner yaitu usia >25 tahun. Kriteria dalam atribut kebutuhan konsumen pada kriteria rasa terdiri dari sedikit asam dan manis. Atribut pada kriteria aroma terdiri dari kuat, sedang dan tidak kuat. Atribut pada kriteria warna terdiri dari kuning, coklat, dan warna lain. Atribut pada kriteria bentuk yaitu bubuk, kapsul, cairan. Atribut pada kriteria harga yaitu < Rp. 10.000, Rp.11.000 – Rp. 15.000, > Rp 16.000.

Rasa

Pilihan rasa pada jamu terdapat dua alternatif diantara sedikit asam dan manis. Berdasarkan hasil survei dan pengamatan dari 72 responden terhadap atribut rasa hasil dari responden yaitu untuk sedikit asam 52 responden 72,2%. Rasa manis 20 responden 27,8% yang menginginkan. Atribut rasa pada jamu yang diinginkan oleh responden yaitu dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Penilaian Responden Atribut Rasa Pada Jamu

Rasa	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Sedikit asam	52	72,2%
Manis	20	27,8%
Total	72	100%

Aroma

Aroma dari jamu terdiri dari tiga alternatif yang meliputi kuat, sedang dan tidak kuat. Berdasarkan hasil survei dan pengamatan dari 72 responden terhadap atribut aroma yang terdiri dari tiga pilihan yaitu untuk aroma kuat sebanyak 17 responden 22,2% yang diinginkan konsumen. Aroma sedang terdapat 23 responden 31,9%, sedangkan pada aroma tidak kuat terdapat 32 responden 45,9%. Atribut warna pada jamu yang diinginkan oleh responden yaitu dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Penilaian Responden Atribut Aroma Pada Jamu

Aroma	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Kuat	17	23,6%
Sedang	23	31,9%
Tidak Kuat	32	44,5%
Total	72	100%

Warna

Warna dari jamu terdiri dari tiga alternatif yang meliputi warna kuning, coklat, dan warna lain. Berdasarkan hasil survei dan pengamatan dari 72 responden terhadap atribut warna yang terdiri dari tiga pilihan yaitu untuk warna kuning sebanyak 47 responden dengan presentase 65,2% yang diinginkan konsumen. Warna coklat terdapat 10 responden dengan presentase 14%, sedangkan pada warna lain terdapat 15 responden dengan presentase 20,8%. Atribut warna pada jamu yang diinginkan oleh responden yaitu dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Penilaian Responden Atribut Warna Pada Jamu

Warna	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Kuning	47	65,2%
Coklat	10	14%
Warna Lain	15	20,8%
Total	72	100%

Bentuk

Berdasarkan hasil survei dan pengamatan dari 72 responden terhadap atribut bentuk yang terdiri dari 3 alternatif pilihan pada jamu yang meliputi bentuk bubuk (opsi 1), bentuk kapsul (opsi 2) dan bentuk cair (opsi 3) terhadap atribut bentuk yang terdiri dari tiga pilihan yaitu untuk bentuk bubuk sebanyak 9 responden dengan presentase 12,6%. Kriteria bentuk kapsul terdapat 42 responden dengan presentase 58,3% dan kriteria bentuk cair 21 responden dengan presentase 29,1%. Atribut bentuk pada jamu yang diinginkan oleh responden yaitu dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Penilaian Responden Atribut Warna Pada Jamu

Bentuk	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Opsi 1	9	12,6%
		
Opsi 2	42	58,3%
		

Opsi 3	21	29,1%
		
Total	72	100%

Harga

Berdasarkan hasil survei dan pengamatan dari 72 responden terhadap atribut harga yang terdiri dari tiga alternatif pilihan pada jamu. Alternatif pertama < Rp. 10.000, yang kedua Rp.11.000 – Rp. 15.000 dan yang terakhir > Rp 16.000. Hasil dari responden yaitu pada harga < Rp. 10.000 sebanyak 26 responden dengan presentase 36,1%, pada harga Rp.11.000 – Rp. 15.000 sebanyak 30 reponden dengan presentase 41,6% dan harga > Rp 16.000 sebanyak 16 dengan presentase 22,2%. Atribut bentuk pada jamu yang diinginkan oleh responden yaitu dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Penilaian Responden Atribut Harga Pada Jamu

Harga	Jumlah (orang)	Presentase (%)
< Rp. 10.000	26	36,1%
Rp.11.000 – Rp. 15.000	30	41,6%
> Rp 16.000.	16	22,2%
Total	72	100%

Berdasarkan hasil kuesioner dari 72 responden maka dapat melihat kriteria kebutuhan konsumen sekunder. Atribut kebutuhan konsumen sekunder ini mengambil nilai tertinggi dari hasil kuesioner dari tiap atribut. kriteria rasa terdiri dari sedikit asam dan manis, sedangkan nilai yang tertinggi yaitu rasa sedikit asam dengan pemilih sebanyak 52 responden. Atribut kebutuhan konsumen sekunder pada atribut aroma yaitu tidak kuat pemilih sebanyak 32 responden. Atribut kebutuhan konsumen sekunder pada atribut warna yaitu warna kuning pemilih sebanyak 47 responden. Atribut bentuk yang memiliki nilai tertinggi adalah bentuk kapsul, dengan harga Rp.11.000 – Rp. 15.000. Hasil tersebut merupakan atribut kebutuhan konsumen sekunder yang nantinya akan menjadi pertimbangan pada produk jamu yang akan dikembangkan. Hasil keseluruhan atribut kebutuhan konsumen primer dan atribut kebutuhan konsumen sekunder dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Atribut Kebutuhan Konsumen Primer Dan Atribut Kebutuhan Konsumen Sekunder

Atribut Kebutuhan Primer	Atribut Kebutuhan Sekunder
Rasa	Sedikit asam
Aroma	Tidak Kuat
Warna	Kuning
Bentuk	Opsi 2
	
Harga	Rp.11.000 – Rp. 15.000

Quality Function Deployment

kriteria kebutuhan konsumen yaitu diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 72 responden dari pelanggan untuk memahami bagaimana mereka merasa dan apa yang mereka inginkan. Atribut kebutuhan konsumen terdapat lima atribut yang harus dipertimbangkan dalam melakukan pengembangan produk jamu yaitu meliputi rasa dari jamu karena kebanyakan jamu yang beredar dipasaran memiliki rasa yang terbatas di dominasi dengan rasa asam. Atribut kedua aroma, aroma yang diinginkan konsumen itu seperti apa sehingga dari aroma tersebut mendapatkan apa yang diinginkan konsumen, ketiga kriteria atribut warna dari jamu yang diinginkan konsumen seperti apa harus sesuai dengan keinginan konsumen. Kriteria atribut keempat bentuk, bentuk dalam jamu hanya tetap tidak berubah maka konsumen perlu adanya perkembangan, atribut kelima harga yang diharapkan konsumen. Kuesioner yang disebar kepada responden dapat diperoleh atribut kebutuhan konsumen sekunder.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Metode Quality Function Deployment menjadi penting untuk menentukan keinginan konsumen. pengalaman bagi konsumen caranya adalah dengan memahami keinginan dan mendengarkan setiap kritik, masukan, serta saran customer. Atribut kebutuhan konsumen yang dibutuhkan untuk proses pengembangan produk jamu menghasilkan lima atribut kebutuhan primer dan sekunder. Atribut kebutuhan sekunder diperoleh dari hasil kuesioner 72 responden. Atribut yang dibutuhkan konsumen dalam proses pengembangan produk jamu yaitu atribut kebutuhan konsumen sekunder pada atribut aroma yaitu tidak kuat pemilih sebanyak 32 responden. Atribut kebutuhan konsumen sekunder pada atribut warna yaitu warna kuning pemilih sebanyak 47 responden. Atribut bentuk yang memiliki nilai tertinggi adalah bentuk kapsul, dengan harga Rp.11.000 – Rp. 15.000. Saran untuk melakukan penelitian berkelanjutan agar mengolah data lebih lanjut dengan melakukan hasil data yang didapatkan akan diolah dengan SPSS dan hasil yang didapatkan berupa matriks HOQ dengan metode quality function deployment.

5. DAFTAR PUSTAKA

1. Ernan, R. 2010. *Voice-of-the-Customer Marketing: A Revolutionary 5-Step Process to Create Customers Who Care, Spend, and Stay*. McGraw-Hill.
2. Fatmawati, I., dan Wijaya, N. Q. 2021. Strategi Pengembangan Jamu Ramuan Madura Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pertanian Cemara*. vol 18, hal 50-63.
3. Hastuari, F. A., Sufanniyah, A., Dewi, A. R., Maghfiroh, E. F., dan Prajoko, S. 2023. Konservasi Tanaman Obat Keluarga Unggulan Sebagai Bahan Jamu Tradisional. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*. vol 2, hal 58-67.
4. Kusumawati, A., & Fitriyeni, L. 2017. Pengendalian Kualitas Proses Pengemasan Gula Dengan Pendekatan Six Sigma. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*. vol 1, hal 43-48.
5. Munica, R. D., Ulya, M., dan Fakhry, M. 2017. Analisis strategi pengembangan industri jamu tradisional di kabupaten bangkalan-madura. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. vol 11, hal 84-91.
6. Purwanto, N., 2021. Mengangkat Potensi Jamu Tradisional sebagai Alternatif Usaha di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. vol 2, hal138-141.
7. Pratiwi, Y. E. D., Setiani, S., dan Kurniyanto, I. R. 2024. The Business Development Strategy of Jamu at PT. Firdaus Kurnia Indah (FKI) in Bangkalan Regency. *Jurnal Jamu Indonesia*. vol 9, hal 73-84.
8. Parmin, P., Rusilowati, A. dan Rahayu, E.F., 2022. Pemberdayaan masyarakat melalui konservasi tanaman obat untuk menunjang penyediaan bahan baku produksi jamu tradisional. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*. vol 1, hal10-16.

9. Solehah, R., Destiarni, R. P., & Muti'ah, D. 2022. Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Jamu Tradisional Madura Melalui Pendekatan Analisis Swot (Studi kasus: UMKM Jamu Tradisional Madura Di Kabupaten Pamekasan). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. vol 8, hal 480-489.
10. Siswanto, S. 2017. Pengembangan kesehatan tradisional Indonesia Konsep, strategi dan tantangan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pelayanan Kesehatan*. vol 1, hal 17-31.
11. Suryaningrat, I. B., Ruriani, E., & Kurniawati, I. (2015). Aplikasi metode quality function deployment (QFD) untuk peningkatan kualitas produk mie jagung. *Jurnal Agroteknologi*. vol 4, hal 8-17.
12. Yanuarti, R. 2022. Minuman Herbal Modern "Jahe Float" Sebagai Inovasi Usaha Berbasis Kesehatan. *Jurnal Altifani Penelitian*. vol 2, hal 48-56.
13. Yovanda, E., Rahman, A., & Anggriani, I. 2022. The Influence of Customer Experience and Trust on Customer Loyalty PT. Lion Parcel Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*. vol 3, hal 1443-1454.
14. Yustian, O. R. 2015. Analisis Pengembangan Produk Berbasis Quality Function Deployment (Qfd) (Studi Kasus pada Produk Susu PT MSA). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. vol 18, hal 23-42.
15. Yunandi, N. 2021. Pengembangan Produk Mesin Pencacah Sampah Sayuran Dan Rumput Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment. *Jurnal Industri Kreatif*. vol 5, hal 49-61.
16. Zubair, A., Sonalitha, E., Nurdewanto, B., Ilmananda, A. S., & Satriyawan, H. 2021. Pendampingan dan Pengembangan Jamu Tradisional di Kelurahan Pandanwangi