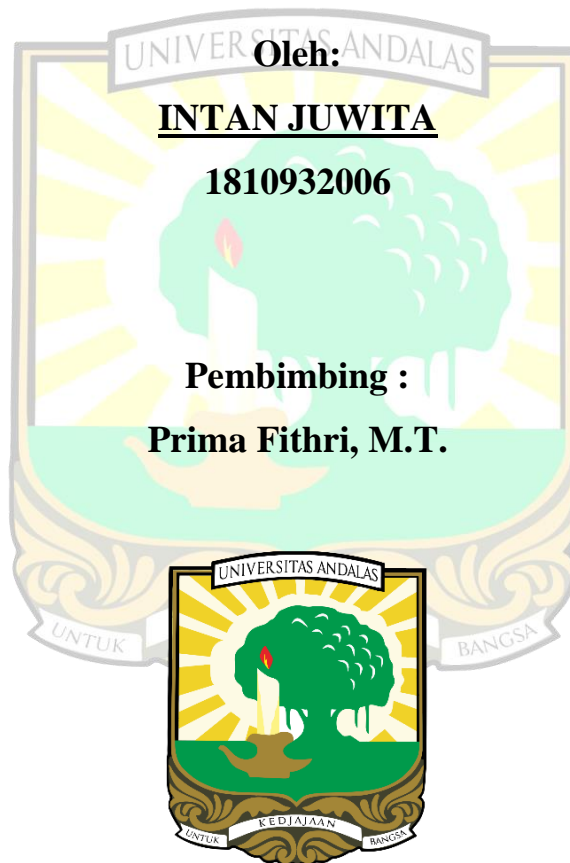


**PENGEMBANGAN PRODUK MINUMAN TEH SUNGKAI
DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PREFERENSI
KONSUMEN DAN RESPON TEKNIS PRODUSEN
(Studi Kasus : Teh Royal Sungkai Sinatra)**

TUGAS AKHIR

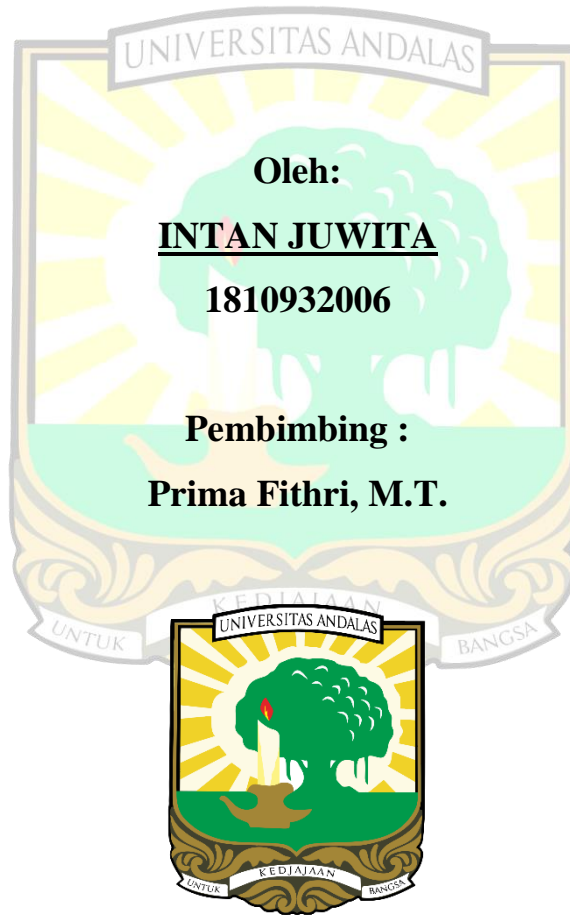


**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

**PENGEMBANGAN PRODUK MINUMAN TEH SUNGKAI
DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PREFERENSI
KONSUMEN DAN RESPON TEKNIS PRODUSEN
(Studi Kasus : Teh Royal Sungkai Sinatra)**

TUGAS AKHIR

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada
Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*



Oleh:

INTAN JUWITA

1810932006

Pembimbing :

Prima Fithri, M.T.

**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

ABSTRAK

Aspek penting yang perlu dilakukan oleh produsen agar produknya dapat bersaing yaitu dengan melakukan pengembangan dan inovasi produk. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan pada saat pandemi Covid-19 ini yaitu minuman dan makanan yang dapat meningkatkan imun tubuh. Salah satu tanaman herbal yang marak digunakan pada saat pandemi ini yaitu daun Sungkai. Tim dosen STP (Science Techno Park) mengembangkan daun sungkai tersebut menjadi teh royal sungkai Sinatra. Minuman ini merupakan produk baru hasil inovasi yang berawal dari maraknya penggunaan daun sungkai sebagai alternatif pengobatan Covid-19. Tingginya testimoni masyarakat yang sembuh dari Covid-19 setelah mengonsumsi rebusan daun sungkai, mengakibatkan peningkatan penggunaan daun sungkai oleh masyarakat. Namun air rebusan daun sungkai jika diminum langsung terasa pahit dan tidak praktis. Oleh karena itu pengembangan produk minuman teh royal sungkai ini sangat penting untuk dilakukan agar preferensi konsumen terpenuhi.

Penelitian ini menggunakan integrasi metode Conjoint Analysis dan QFD. Metode Conjoint Analysis berfungsi untuk meneliti pasar terhadap preferensi konsumen mengenai atribut dan level yang menjadi fokus pelanggan, sedangkan QFD merupakan alat perencanaan yang berfungsi untuk memastikan preferensi konsumen diketahui pemilik usaha dalam pembuatan produk untuk peningkatan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh empat atribut penting bagi konsumen terhadap produk minuman teh sungkai, yaitu atribut rasa, aroma, warna, dan harga. Berdasarkan atribut dan level yang dianggap penting tersebut diperoleh 16 kombinasi produk dari hasil olahan SPSS. Kombinasi produk terbaik yaitu rasa lemon dengan aroma normal, teh memiliki warna coklat, dan harga <Rp20.000. Selanjutnya dilakukan pengolahan respon teknis produsen berdasarkan preferensi konsumen yang telah didapatkan melalui metode Conjoint Analysis. Berdasarkan hasil wawancara didapatkan empat respon teknis, dengan respon teknis yang memiliki nilai kepentingan relatif tertinggi yaitu pemilihan bahan baku dengan nilai 25%, artinya pengembangan pertama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah pemilihan bahan baku produk minuman teh royal sungkai Sinatra.

Kata Kunci: *Conjoint Analysis, QFD, Preferensi Konsumen, Atribut.*

ABSTRACT

Product development is an important aspect that manufacturers need to do to always make improvements, such as product development and product innovation. One of the innovations that can be done during the Covid-19 pandemic is drinks and food that can increase the body's immunity. One of the herbal plants that are widely used during this pandemic is Sungkai leaves. The STP (Science Techno Park) lecturer *team* developed the sungkai leaves into Sinatra's royal Sungkai *tea*. This drink is a new product resulting from an innovation that started with the widespread use of sungkai leaves as an alternative to Covid-19 treatment. The high testimonials of people who recovered from Covid-19 after consuming the decoction of sungkai leaves led to an increase in the use of sungkai leaves by the public. However, the boiled water of sungkai leaves when drunk immediately tastes bitter and is not practical. Therefore, the development of the royal sungkai *tea* beverage product is very important to do so that consumer preferences are met.

This study uses the integration of Conjoint Analysis and QFD methods. The Conjoint Analysis method serves to examine the market for consumer preferences regarding the attributes and levels that are the focus of the customer, while QFD is a planning tool that functions to ensure that the voice of the customer is known by the business owner in making products to increase customer satisfaction. Based on the results of the study, obtained four important attributes for consumers of Sungkai *tea* beverage products, namely attributes of taste, aroma, color, and price. Based on the attributes and levels that are considered important, 16 product combinations are obtained from SPSS processed products. The best product combination is lemon flavor with normal aroma, *tea* has a brown color, and the price is <Rp 20,000. Next, the producer's technical response is processed based on the customer need that has been obtained through the Conjoint Analysis method. Based on the interview results obtained four technical responses, with the technical response having the highest relative importance value, namely the selection of raw materials with a value of 25%, meaning that the first development that must be considered by the company is the selection of raw materials for the royal Sungkai Sinatra *tea* beverage product.

Keywords: Conjoint Analysis, QFD, Consumer Preferences, Attributes.