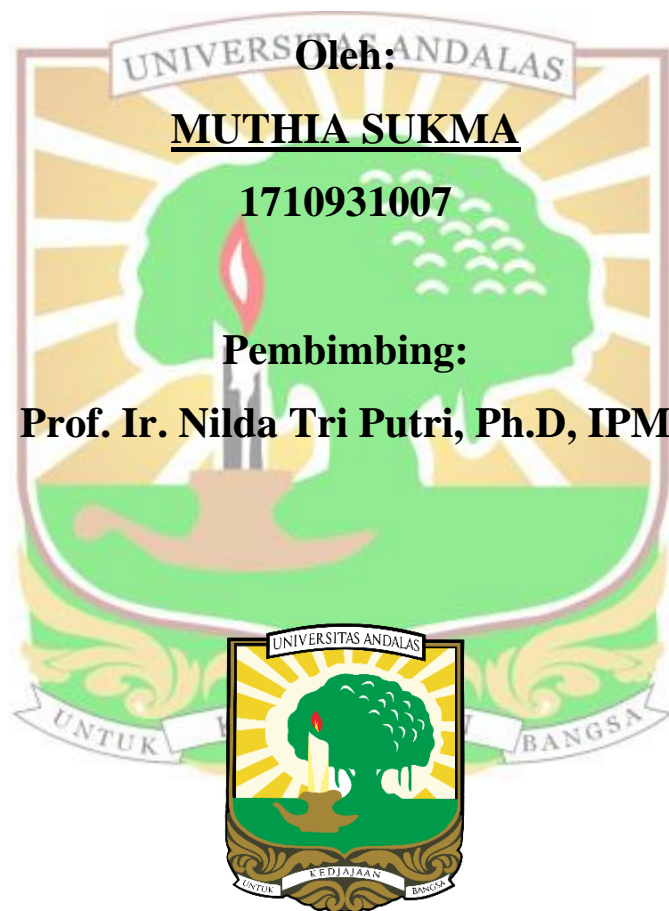


**PENGEMBANGAN PRODUK MINUMAN COKELAT  
DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PREFERENSI  
KONSUMEN (STUDI KASUS: CHOCOLATE  
CHANGER)**

**TUGAS AKHIR**



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2021**

**PENGEMBANGAN PRODUK MINUMAN COKELAT  
DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PREFERENSI  
KONSUMEN (STUDI KASUS: CHOCOLATE CHANGER)**

**TUGAS AKHIR**

*Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana di Jurusan  
Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Andalas*



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2021**

## ABSTRAK

Salah satu industri yang mampu menopang perindustrian di Indonesia adalah industri makanan dan minuman. Pada saat ini, sudah banyak perusahaan yang terjun ke dalam bisnis makanan dan minuman kekinian dengan menawarkan produk yang bervariasi untuk dapat menarik konsumen pada segmen pasarnya. Salah satu bisnis makanan dan minuman kekinian saat ini adalah minuman cokelat. Chocolate Changer adalah salah satu bisnis minuman cokelat yang sudah berdiri di Kota Padang sejak tahun 2014. Gerai Chocolate Changer saat ini sudah terdapat di beberapa kota seperti Bukittinggi, Pekanbaru dan Bandung. Produk yang ditawarkan oleh Chocolate Changer hanya satu varian rasa cokelat dengan beberapa pilihan topping. Pada era globalisasi saat ini, permintaan dan keinginan konsumen berubah secara dinamis dengan perkembangan teknologi sehingga membuat pasar bisnis harus bisa menawarkan produk yang sesuai kepada konsumennya. Pesaing bisnis Chocolate Changer sudah banyak beredar di kalangan masyarakat yang mampu memberikan pilihan variasi menu dari produk yang ditawarkan kepada konsumen sehingga itu dapat menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, bisnis Chocolate Changer harus mampu mengembangkan produk minuman cokelat yang dapat disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan dari konsumennya.

Pengembangan produk minuman cokelat pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode conjoint analysis untuk melihat preferensi konsumen terhadap atribut minuman cokelat yang dianggap penting dan metode DEMATEL untuk mendapatkan modul yang sesuai supaya dapat menghasilkan produk yang bervariasi. Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengolahan data, diketahui bahwa terdapat lima atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam pengembangan produk minuman cokelat yaitu, atribut rasa, atribut topping, atribut keadaan penyajian, atribut ukuran cup dan atribut kesehatan. Masing-masing atribut juga memiliki level yang telah dipilih oleh konsumen dan dianggap penting. Dari atribut dan level yang telah didapat maka terbentuk 25 kombinasi produk minuman cokelat. Preferensi konsumen terhadap kombinasi produk minuman cokelat yang berada pada peringkat pertama adalah minuman cokelat dengan rasa original chocolate, ukuran cup medium, ditambahkan topping ice cream, keadaan penyajian normal ice dan terdapat kandungan kesehatan rendah kalori. Untuk mempermudah pengembangan produk minuman cokelat yang bervariasi, terdapat empat modul yang didapatkan dari hubungan antar atribut menggunakan metode DEMATEL. Akan tetapi, penelitian selanjutnya dapat memperluas dan menggali lagi terkait atribut yang digunakan dalam pengembangan produk minuman cokelat.

**Kata Kunci :** Atribut, industri makanan dan minuman, conjoint analysis, DEMATEL, modul.

## ABSTRACT

One of the industries that is capable of supporting the industry in Indonesia is the food and beverage industry. Currently, many companies have jumped into the contemporary food and beverage business by offering a variety of products to attract consumers in their market segments. One of the trending food and beverage businesses is around chocolate drinks. Chocolate Changer is a chocolate drink business that has been established in Padang since 2014. Chocolate Changer outlets are currently available in several cities such as Bukittinggi, Pekanbaru and Bandung. The product offered by Chocolate Changer is only chocolate flavor variant drink with several choices of toppings. In the current era of globalization, the demands and desires of consumers change dynamically with technological developments so that the business market must be able to offer products that are suitable for consumers. Competitors in the Chocolate Changer business have been widely circulating among the public who are able to provide a choice of menu variations of the products offered to consumers so that they can attract consumers' attention. Therefore, the Chocolate Changer business must be able to develop chocolate beverage products that can be tailored to the wants and needs of its consumers.

The development of chocolate beverage products in this study was carried out using the conjoint analysis method to see consumer preferences for the attributes of chocolate drinks which are considered important and the DEMATEL method to obtain the appropriate modules for which to produce various products. Based on the results of data collection and processing, it is known that there are five attributes that are considered important by consumers in developing chocolate beverage products, namely, taste attributes, topping attributes, serving state attributes, cup size attributes and health attributes. Each attribute also has a level that already been chosen by consumers and considered important. From the attributes and levels that have been obtained, 25 combinations of chocolate drink products were formed. Consumer preferences for the combination of chocolate drink products that are ranked first are chocolate drinks with original chocolate flavor, medium cup size, added ice cream topping, normal serving state of ice and low calorie health content. To facilitate the development of chocolate drink products variety, there are four modules obtained from the relationship between attributes using the DEMATEL method. However, further research can expand and explore the attributes used in the development of chocolate beverage products.

**Keywords :** Attribute, food and beverage industry, conjoint analysis, DEMATEL, module.