

## ABSTRAK

Pada era globalisasi seperti saat ini, persaingan yang terjadi di dalam dunia industri meningkat tajam. Industri-industri baik manufaktur ataupun jasa bertempur dalam memperebutkan pangsa pasar. Hanya produk yang memiliki keunggulan bersaing yang akan dipilih oleh konsumen, sebab dengan banyaknya pilihan produk yang ditawarkan, konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi untuk memuaskan keinginannya. Hal ini menuntut produsen untuk selalu dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumennya secara berkesinambungan.

Keunggulan bersaing yang dimiliki oleh suatu produk harus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan target pasar. Oleh karena itu sebelumnya perlu diketahui segmen dan target pasar yang dituju oleh produsen. Berdasarkan kelompok usia yang menjadi dasar pengelompokan segmen, maka segmen pasar produk permen Prize adalah kelompok usia 15-59 tahun sedangkan target pasarnya adalah kelompok usia 25-49 tahun. Produk permen Prize memposisikan dirinya sebagai permen pelega tenggorokan dan pernapasan dengan harga terjangkau. Diferensiasi produk adalah pada harga yang terjangkau (lebih murah) dibanding pesaing.

Dalam rangka pengembangan dan perbaikan produk permen Prize maka penting sekali mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang menjadi target pasar terhadap produk permen Prize, serta mengetahui keunggulan dan kelemahan permen Prize dibandingkan dengan pesaing. Kriteria permen pelega tenggorokan yang dianggap penting oleh konsumen pada usia target pasar (25-49 tahun) adalah rasa mint kuat (67.82%), melegakan tenggorokan (66.67%), menyegarkan pernapasan (24.13%), harga terjangkau (22.98%), kemasan praktis (9.19%), dan rasa manis (6.89%). Kelemahan permen Prize dibandingkan pesaing terletak pada rasa mint kuat, kemampuan dalam melegakan tenggorokan dan pernapasan, dan rasa manis. Keunggulan permen Prize terletak pada harga yang terjangkau dan bentuk permen yang menarik. Kriteria atau atribut permen pelega tenggorokan yang penting menurut konsumen namun memiliki tingkat kepuasan yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaing merupakan atribut yang harus diperbaiki dan dikembangkan untuk meningkatkan kualitas produk.

Pengembangan dan perbaikan produk permen Prize menggunakan pendekatan metode QFD. Dengan metode QFD ini atribut yang dianggap penting dan akan diperbaiki adalah rasa mint kuat (33.93) dan melegakan tenggorokan (33.93). Sedangkan karakteristik kualitas pengganti yang perlu ditingkatkan adalah *Peppermint & Menthol* (30.2), *Liguarice* (28.2), dan *Angelica Absolute* (13.6). Perancangan perbaikan permen Prize rasa Aniseed ini adalah dengan mengubah komposisi bahan baku agar menghasilkan rasa yang lebih sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaingnya. Namun, pengembangan dan perbaikan produk yang dilakukan ini juga tidak terlepas dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan target pasarnya serta memperhatikan pula kemampuan daya beli konsumen terhadap produk permen pelega tenggorokan.