

## USULAN PENGEMBANGAN PRODUK KERIPIK SINGKONG PONG'S

### *PRODUCT DEVELOPMENT PROPOSAL FOR PONG'S CASSAVA CHIPS*

Riana Magdalena<sup>1</sup>, Junaidi Wijaya<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik,  
Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya – Jakarta

<sup>1</sup>riana.magdalena@atmajaya.ac.id, <sup>2</sup>wijaya.junaidi@gmail.com

#### Abstrak

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Salah satu hasil pertanian terbesar di Indonesia adalah singkong dimana singkong tidak tahan lama sehingga perlu diawetkan. Desa Ponggang di Kabupaten Subang banyak menghasilkan singkong dan diubah menjadi keripik. Namun, keripik singkong tersebut kurang laku karena rendahnya kualitas makanan pada keripik tersebut sehingga perlu untuk dikembangkan. *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan alat pengembangan produk dengan menggabungkan *Voice of Customer* dengan *Voice of Company*. Berdasarkan hasil matriks perencanaan produk dari *House of Quality*, terdapat tujuh kebutuhan yang perlu dikembangkan, yaitu keripik yang tidak berminyak, rasa keripik yang gurih, rasa keripik yang pedas, tidak meninggalkan *aftertaste* tidak enak, memiliki kemasan yang menarik, porsi yang sesuai dengan kemasan yang tertera, dan ketebalan keripik yang sama. Hasil dari pembentukan konsep menghasilkan gabungan lima konsep, yang pada seleksi konsep terpilih konsep 3 yang berisi spesifikasi-spesifikasi teknis produk keripik yang terkait dengan jumlah MSG, jumlah bumbu-bumbu, kandungan minyak pada keripik, waktu menggoreng, suhu penggorengan, jumlah level pedas, dan jenis kemasan yang digunakan. Harga Pokok Penjualan dihitung berdasarkan harga yang ditanggung oleh distributor di Jakarta yang terdiri dari biaya keripik, biaya transportasi, dan biaya kemasan yang berdasarkan perhitungan HPP dibagi menjadi empat, karena produk memiliki empat level pedas yang berbeda dengan HPP per bungkus yang sama, yaitu Rp 6.400,-/bungkus.

**Kata Kunci:** pengembangan produk, *Quality Function Deployment*, *House of Quality*

#### Abstract

*Agricultural sector has the potential to increase economic growth. One of the largest crops in Indonesia is cassava, which is not durable so preservation is needed. Ponggang village in Subang regency is one village that produces cassava and processes them into chips. However, their cassava chips products are not sold well due to low food quality. Therefore, product development is needed. QFD or Quality Function Deployment is a product development tool designed by combining Voice of Customer and Voice of Company. Based on the product planning matrix generated by House of Quality, there were seven needs to be developed: non-greasy chips, delicious chips, spicy flavor chips, no bad aftertaste, attractive packaging, corresponding portion to the information written on the packaging, and identical thickness of the chips. The concept development resulted in a combination of five concepts. Three concepts were selected, each covers technical specifications of chips products related to MSG level, number of spices, oil level, frying time, frying temperature, the number of spicy level, and type of packaging. Cost of Goods Sold (COGS) was calculated according to the price covered by the distributor in Jakarta. They were chips cost, transportation cost, and packaging cost based on the COGS calculation divided by four, since the product has four spicy levels with the same COGS: Rp6,400/pack.*

**Keywords:** *Product Development, Quality Function Deployment, House of Quality*

**Tanggal Terima Naskah** : 10 April 2018  
**Tanggal Persetujuan Naskah** : 15 Mei 2018

## I. PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara, terutama negara bercorak agraris seperti Indonesia. Pembuatan suatu industri pengolahan terhadap hasil pertanian merupakan suatu cara untuk memberikan nilai tambah terhadap produk, misalnya dengan melakukan pengawetan terhadap produk pertanian sehingga produk-produk pertanian yang bersifat tidak tahan lama dapat diubah menjadi produk yang tahan lama dan siap dikonsumsi.

Indonesia merupakan penghasil singkong terbesar ke-3 di dunia. Berdasarkan data dari BPS tahun 2015 produksi singkong di Indonesia mencapai 21,7 juta ton pada tahun 2015. Provinsi Jawa Barat, berdasarkan data BPS tahun 2015, merupakan provinsi penghasil singkong terbesar ke-4 di Indonesia dengan jumlah 2 juta ton/tahun atau 10% dari produksi singkong di Indonesia. Desa Ponggang merupakan salah satu desa di Kabupaten Subang Jawa Barat yang banyak menghasilkan singkong dan untuk menambah nilai jual singkong, penduduk Desa Ponggang mengubahnya menjadi keripik. Namun keripik singkong tersebut kurang laku dan menumpuk karena rendahnya kualitas makanan pada keripik tersebut. Untuk mengatasi penumpukan keripik singkong tersebut perlu dilakukan penjualan ke luar dari Desa Ponggang karena selama ini produk keripik singkong ini hanya dipasarkan ke wilayah-wilayah sekitar Desa Ponggang. Selain itu, penjualan keripik singkong Pong's selama ini hanya pada wilayah sekitar Atma Jaya dimana terdapat kerjasama dengan Program Studi Teknik Industri Universitas Katolik Atma Jaya, yang pada penjualannya juga belum optimal. Pada proyeksi ke depan diharapkan produk keripik Pong's dari Desa Ponggang dapat dijual ke wilayah-wilayah lainnya di Jakarta sehingga untuk mencapai target tersebut perlu untuk dikembangkan kualitas makanan dari produk.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, yaitu rendahnya penjualan dari keripik singkong Pong's yang disebabkan oleh kualitas makanan yang kurang dari produk sehingga rumusan masalah yang ada adalah:

- Apa saja atribut kualitas makanan yang perlu untuk dikembangkan berdasarkan kebutuhan konsumen terhadap produk keripik singkong Pong's dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD)?
- Bagaimana usulan pengembangan produk keripik singkong Pong's berdasarkan atribut kualitas makanan yang penting untuk dikembangkan?
- Berapa harga pokok produksi dan biaya pengembangan awal produk, untuk produk keripik singkong Pong's?

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

- Mengetahui atribut kualitas makanan yang perlu untuk dikembangkan berdasarkan kebutuhan konsumen terhadap produk keripik singkong Pong's dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).
- Memberikan usulan pengembangan produk keripik singkong Pong's berdasarkan atribut kualitas makanan yang penting untuk dikembangkan.
- Menentukan harga pokok produksi dan biaya pengembangan awal produk, untuk produk keripik singkong Pong's.

Adapun batasan penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah penelitian dilakukan menggunakan produk berupa keripik singkong hasil produksi industri rumah tangga Desa Ponggang, Subang, Jawa Barat dimana:

- a. Fokus penelitian adalah kualitas makanan dari keripik singkong hasil produksi industri rumah tangga Desa Ponggang, Subang, Jawa Barat
- b. Wawancara dilakukan kepada orang-orang yang pernah membeli keripik singkong Pong's dan pihak-pihak terkait dalam produksi keripik singkong Pong's.
- c. Hasil akhir penelitian berupa usulan pengembangan produk sampai spesifikasi teknis kepada pihak industri rumah tangga pembuatan keripik singkong Pong's.

Kualitas produk adalah segala sesuatu, baik yang bersifat fisik maupun non fisik, yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya [1]. Kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Kualitas merupakan faktor dimana produk memiliki nilai sesuai dengan maksud produk tersebut diproduksi. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu kebutuhan konsumen yang harus dibeli, namun memenuhi atau melebihi spesifikasi/harapan dari konsumen tersebut. Kualitas memiliki dua perspektif, yaitu dari sisi konsumen dan dari sisi produsen [2]. Jika perspektif konsumen dan produsen tersebut digabungkan dan tercapai kesesuaian antara kedua perspektif tersebut maka terjadi kesesuaian untuk digunakan oleh konsumen.

*Food quality* adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen [3]. Hal ini termasuk dalam faktor eksternal, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Standar *food quality*, meskipun sulit didefinisikan dan tidak dapat diukur secara mekanik, masih dapat dievaluasi lewat nilai nutrisinya, tingkat bahan yang digunakan, rasa, dan penampilan dari produk [4]. Berbeda dengan dimensi kualitas pada umumnya, kualitas makanan memiliki dimensi yang berbeda, yang terdiri dari warna, tekstur, rasa, penampilan, porsi, dan bentuk [5].

QFD merupakan suatu metode yang dapat memudahkan dalam menerjemahkan keinginan konsumen melalui *Voice of Customer* (VOC) ke dalam spesifikasi teknis yang diperlukan oleh suatu produk hingga proses produksi yang berkaitan dengan atribut-atribut kritis yang dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan konsumen (*customer oriented*).

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian atau kerangka pemecahan masalah merupakan tahap-tahap yang harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian. Dengan adanya metodologi penelitian, penelitian dapat menjadi lebih terarah dan terfokus. Selain itu, metodologi penelitian dapat memudahkan peneliti selama proses yang berlangsung, karena telah diketahui tahapan-tahapan yang harus dilalui secara berurutan sampai pada pemecahan masalah yang ada. Jadi, dapat dikatakan bahwa metodologi penelitian merupakan sebuah acuan bagi peneliti untuk dapat melakukan penelitian secara teratur dan sistematis. Gambar 1 merupakan *flowchart* penelitian yang digunakan untuk menggambarkan secara umum jalannya penelitian:



Gambar 1. Flowchart Alur Penelitian

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Uji Validitas dan Relibilitas

Berikut merupakan hasil dari uji validitas dan realibilitas kuesioner *pre-test* sebesar 30 kuesioner menggunakan *software* SPSS 17:

Tabel 1. Uji Validitas

No	Atribut Pertanyaan	Uji Valid		
		Tingkat Kepentingan	Kepuasan Maicich	Kepuasan Karuhun
1	Jenis Rasa yang bervariasi	Valid	Valid	Valid
2	Bumbu kripik terasa	Valid	Valid	Valid
3	Rasa bumbu kripik yang merata	Valid	Valid	Valid
4	Kripik yang tidak berminyak	Valid	Valid	Valid
5	Rasa kripik yang gurih	Valid	Valid	Valid
6	Rasa Kripik yang pedas	Valid	Valid	Valid
7	Tidak meninggalkan <i>aftertaste</i> tidak enak (menyebabkan haus)	Valid	Valid	Valid
8	Kripik yang tidak mudah hancur	Valid	Valid	Valid
9	Kripik yang renyah	Valid	Valid	Valid
10	Kripik yang memiliki tekstur yang kering	Valid	Valid	Valid
11	Penyusunan kripik yang rapih pada kemasan	Valid	Valid	Valid
12	Memiliki kemasan yang menarik	Valid	Valid	Valid
13	Warna kripik yang merata	Valid	Valid	Valid
14	Warna kripik yang menarik	Valid	Valid	Valid
15	Porsi yang konsisten ( kemasan kripik yang sama)	Valid	Valid	Valid
16	Porsi yang sesuai dengan ukuran kemasan yang tertera	Valid	Valid	Valid
17	Ukuran kemasan kripik lebih dari 1 ukuran	Valid	Valid	Valid
18	Bentuk Kripik yang tidak hancur	Valid	Valid	Valid
19	Bentuk kripik yang sama	Valid	Valid	≠ Valid
20	Ketebalan kripik yang sama	Valid	Valid	Valid
21	Ukuran potongan kripik yang sama	Valid	Valid	Valid

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Atribut Pertanyaan	Uji Reliabel		
		Tingkat Kepentingan	Kepuasan Maicich	Kepuasan Karuhun
1	Jenis Rasa yang bervariasi	Reliabel	Reliabel	Reliabel
2	Bumbu kripik terasa	Reliabel	Reliabel	Reliabel
3	Rasa bumbu kripik yang merata	Reliabel	Reliabel	Reliabel
4	Kripik yang tidak berminyak	Reliabel	Reliabel	Reliabel
5	Rasa kripik yang gurih	Reliabel	Reliabel	Reliabel
6	Rasa Kripik yang pedas	Reliabel	Reliabel	Reliabel
7	Tidak meninggalkan <i>aftertaste</i> tidak enak (menyebabkan haus)	Reliabel	Reliabel	Reliabel
8	Kripik yang tidak mudah hancur	Reliabel	Reliabel	Reliabel
9	Kripik yang renyah	Reliabel	Reliabel	Reliabel
10	Kripik yang memiliki tekstur yang kering	Reliabel	Reliabel	Reliabel
11	Penyusunan kripik yang rapih pada kemasan	Reliabel	Reliabel	Reliabel
12	Memiliki kemasan yang menarik	Reliabel	Reliabel	Reliabel
13	Warna kripik yang merata	Reliabel	Reliabel	Reliabel
14	Warna kripik yang menarik	Reliabel	Reliabel	Reliabel
15	Porsi yang konsisten ( kemasan kripik yang sama)	Reliabel	Reliabel	Reliabel
16	Porsi yang sesuai dengan ukuran kemasan yang tertera	Reliabel	Reliabel	Reliabel
17	Ukuran kemasan kripik lebih dari 1 ukuran	Reliabel	Reliabel	Reliabel
18	Bentuk Kripik yang tidak hancur	Reliabel	Reliabel	Reliabel
19	Bentuk kripik yang sama	Reliabel	Reliabel	Reliabel
20	Ketebalan kripik yang sama	Reliabel	Reliabel	Reliabel
21	Ukuran potongan kripik yang sama	Reliabel	Reliabel	Reliabel

Berdasarkan pengujian Validitas dan Realibilitas pada tabel 1 dan 2 hampir semua atribut pertanyaan *valid* dan *reliable*, kecuali pertanyaan no. 19 pada bagian kepuasan produk karuhun yang tidak *valid*. Dalam kebanyakan kasus, pertanyaan yang tidak *valid* harus dibuang dan kemudian disebarakan kuesioner *pre-test* yang baru, namun dalam penelitian ini, pertanyaan tersebut tidak akan dibuang. Hal ini disebabkan karena beberapa alasan, diantaranya:

- a. Pertanyaan berasal dari permintaan konsumen akan suatu produk keripik singkong yang sebenarnya belum terdapat produk keripik singkong dengan atribut seperti yang dijabarkan dalam butir pertanyaan 19 (bentuk keripik yang sama).
- b. Pertanyaan tersebut bisa saja menjadi suatu potensi untuk pengembangan produk karena berasal dari kebutuhan pasar (VOC) tetapi belum tersedianya atribut tersebut di pasar sejenis.
- c. Metode pengukuran dan perhitungan dengan SPSS 17 ini hanya berdasarkan pada skala dimana jika responden menjawab 4 atau 5 semua, disimpulkan bahwa pertanyaan tersebut tidak dapat membedakan konsumen, padahal dalam kenyataannya, beberapa atribut pengembangan produk baru seperti keripik singkong tidak memerlukan pembeda tersebut (inovatif).

### 3.2 House Of Quality (HOQ)

Tabel 3 berikut menunjukkan hasil dari HOQ yang didapatkan dari pengolahan data kepuasan pelanggan terhadap pesaing, kepuasan pelanggan terhadap produk Pong's, dan juga tingkat kepentingan terhadap atribut kebutuhan produk.

Tabel 3, Hasil HOQ

<i>COSTUMER REQUIREMENT</i>	<i>ACTION</i>	<i>KETERANGAN</i>
Kripik yang tidak berminyak	B	<i>Examine concept</i>
Rasa kripik yang gurih	C	<i>Competitive opportunity</i>
Rasa Kripik yang pedas	B	<i>Examine concept, pelajari konsep kompetitor</i>
Tidak meninggalkan <i>aftertaste</i> tidak enak (menyebabkan haus)	D	Pertahankan
Memiliki kemasan yang menarik	B	<i>Examine concept, dapat mempelajari dari kompetitor</i>
Porsi yang sesuai dengan ukuran kemasan yang tertera	B	Pelajari cara pesaing
Ketebalan kripik yang sama	B	<i>Examine concept</i>

Hasil atribut kebutuhan yang penting untuk dikembangkan berdasarkan nilai *row weight* terbesar adalah rasa keripik yang pedas dengan nilai *row weight* 11,9; porsi yang sesuai dengan ukuran kemasan yang tertera dengan *row weight* 8,3; tidak meninggalkan *aftertaste* tidak enak (menyebabkan haus) dengan nilai *row weight* 8,1; memiliki kemasan yang menarik dengan *row weight* 7,8; ketebalan keripik yang sama dengan *row weight* 7,5; dan rasa keripik yang gurih dengan *row weight* 7,4.

### 3.3 Pembentukan dan Seleksi Konsep

Setelah didapatkan atribut kebutuhan yang terpenting, kebutuhan teknis yang berhubungan dengan atribut kebutuhan tersebut diambil, kemudian dijadikan berbagai kemungkinan konsep-konsep produk yang dapat terbentuk, seperti yang dapat dilihat pada tabel 4 berikut

Tabel 4. Pembentukan Konsep

		Tabel Pembentukan Konsep			
<i>Requirement</i>		A	B	C	D
Rasa dan Bentuk	1.Jumlah MSG	0 gram	100 gram	-	-
	2.Jumlah Bumbu Asin	300 gram	400 gram	500 gram	600 gram
	3.Jumlah Bumbu Manis	1500 gram	2000 gram	2500 gram	
	4.Jumlah Kandungan Minyak	>10%		10%	15%
	5.Jumlah Bumbu Pedas				20%
	5.1 Jumlah bumbu pedas level 1	150 gram	-	-	-
	5.2 Kenaikan setiap level pedas		50%	100%	150%
	6.Jumlah rempah-rempah				
	6.1 Jumlah Daun Jeruk	100 gram	200 gram	300 gram	
	6.2.Jumlah Bawang Putih	100 gram	200 gram	300 gram	
	8.Waktu menggoreng	1 jam	2 jam		
	9.Suhu Menggoreng	100 celcius	150 celcius	200 celcius	
Penampilan	10.Kualitas Singkong				
	10.1.Kualitas awal singkong	Sangat Baik			
	10.2.Lama penyimpanan singkong	>1 hari	2 hari	3 hari	
	11.Jumlah Level Pedas	3	4	5	
	12.Ketebalan Kripik	1 mm	2 mm		
	13.desain Label Kemasan				
	13.1 Warna Label Kemasan				
	13.2 Logo Kemasan				
	13.3.Desain Huruf				
	13.4 Desain Keseluruhan	desain 1	desain 2		
	14.Bahan Kemasan				
	14.1 Jenis Bahan Utama	Plastik	Alumunium		
14.2 Jenis Bahan kemasan	Full Plastik	Full Alumunium	Alumunium +plastik		
15.Bentuk Kemasan	Standing pouch	Bantal			
Porsi	16.Jumlah Ukuran Kemasan	1	2		
	17.Berat bersih kripik	60 gram	100 gram	125 gram	
	18.Dimensi Kemasan	12 x 20	14 x 22		

Setelah dibuat tabel kemungkinan konsep yang terbentuk, maka muncul lima konsep spesifikasi teknis, dimana dilakukan penilaian konsep-konsep tersebut oleh pihak-pihak terkait dan kemudian terpilih konsep 3 dengan spesifikasi teknis sebagai berikut:

Tabel 5. Konsep Terpilih

Spesifikasi Teknis	Spesifikasi
1.Jumlah MSG	0 gram
2.Jumlah Bumbu Asin	400 gram
3.Jumlah Bumbu Manis	2000 gram
4.Jumlah Kandungan Minyak	20%
5.Jumlah Bumbu Pedas	
5.1 Jumlah bumbu pedas level 1	150 gram
5.2 Kenaikan setiap level pedas	100%
6.Jumlah rempah-rempah	
6.1 Jumlah Daun Jeruk	300 gram
6.2.Jumlah Bawang Putih	300 gram
8.Waktu menggoreng	2 jam
9.Suhu Menggoreng	200 celcius
10.Kualitas Singkong	Sangat Baik
10.1.Kualitas awal singkong	
10.2.Lama penyimpanan singkong	>1 hari
11.Jumlah Level Pedas	4
12.Ketebalan Kripik	1 mm
13.desain Label Kemasan	
13.1 Warna Label Kemasan	
13.2 Logo Kemasan	
13.3.Desain Huruf	
13.4 Desain Keseluruhan	desain 2
14.Bahan Kemasan	
14.1 Jenis Bahan Utama	
14.2 Jenis Bahan kemasan	Full Plastik
15.Bentuk Kemasan	Standing pouch
16.Jumlah Ukuran Kemasan	1
17.Berat bersih kripik	60 gram
18.Dimensi Kemasan	14 x 22

### 3.4 HPP Produk

Harga pokok penjualan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk. Harga Pokok Produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead*. Pada produk keripik Pong's terdiri dari biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, dan biaya transportasi. Tabel 6 merupakan penghitungan HPP produk setelah dilakukan pengembangan produk.

Tabel 6. HPP Produk

Level Pedas	Harga Keripik	Biaya Transportasi	Biaya Kemasan	Harga Pokok Produksi
level 1	Rp3.000	Rp2.100	Rp1.300	Rp6.400
level 2	Rp3.000	Rp2.100	Rp1.300	Rp6.400
level 3	Rp3.000	Rp2.100	Rp1.300	Rp6.400
level 4	Rp3.000	Rp2.100	Rp1.300	Rp6.400

Untuk harga pokok penjualan yang telah sampai pada distributor di Jakarta, yaitu seharga Rp 6.400,- dengan mengambil untung sekitar Rp 1.100,-/bungkus atau 30 % dari HPP, kemudian dari pihak distributor menjual dengan harga Rp 7.500,- /bungkus ke pihak *reseller* yang berada di Jakarta. Dari pihak *reseller* dapat menjual dengan harga Rp 8.500,- sampai Rp 9.000,- untuk ukuran 60 gram tergantung dari pihak *reseller* yang menjual keripik tersebut. Dibandingkan dengan produk sejenis, misalnya keripik singkong Maiicih yang harganya adalah Rp 25.000,-/120 gram atau Rp 12.500,- untuk ukuran 60 gram yang sama dengan keripik Pong's, maka produk keripik Pong's memiliki keunggulan dalam segi harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor yang sama.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengolahan data, serta analisis data yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Dengan menggunakan metode QFD dalam mengolah data atribut kebutuhan konsumen didapatkan hasil atribut kebutuhan yang penting untuk dikembangkan berdasarkan nilai *row weight* terbesar adalah rasa keripik yang pedas, porsi yang sesuai dengan ukuran kemasan yang tertera, tidak meninggalkan *aftertaste* tidak enak (menyebabkan haus), memiliki kemasan yang menarik, ketebalan keripik yang sama, dan rasa keripik yang gurih.
- Berdasarkan atribut kebutuhan yang penting untuk dikembangkan terdapat hubungan-hubungan dengan kebutuhan teknis, dimana kebutuhan teknis yang perlu untuk dikembangkan, antara lain jumlah kandungan minyak, waktu menggoreng, suhu penggorengan, kualitas singkong, ketebalan keripik, persentase msg, persentase bumbu asin, persentase bumbu manis, persentase bumbu pedas terhadap keripik, persentase rempah-rempah, jumlah *level* pedas, waktu penirisan keripik, suhu penggorengan, bahan kemasan warna, label kemasan, logo kemasan, desain huruf, label kemasan, bentuk kemasan, berat isi keripik, dan volume kemasan. Usulan pengembangan produk keripik singkong Pong's berdasarkan atribut kualitas makanan yang penting untuk dikembangkan adalah dengan menggunakan konsep 3.
- Harga Pokok Penjualan produk keripik singkong Pong's yang dihitung dengan mempertimbangkan biaya keripik, biaya transportasi, dan biaya kemasan setelah dilakukan pengembangan terbagi menjadi empat *level* yang berbeda, yaitu untuk harga pokok penjualan setiap *level* di tingkat distributor di Jakarta adalah Rp 6.400,-/bungkus ukuran 60 gram. Dari pihak *reseller* dapat menjual dengan harga Rp 8.500,- sampai Rp 9.000,- untuk ukuran 60 gram tergantung dari pihak *reseller* yang menjual keripik tersebut. Dibandingkan dengan produk sejenis, misalnya keripik singkong Maiicih yang harganya adalah Rp 25.000,-/120 gram atau Rp 12.500,- untuk ukuran

60 gram yang sama dengan keripik Pong's, maka produk keripik Pong's memiliki keunggulan dalam segi harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor yang sama.

## **REFERENSI**

- [1]. Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [2]. Ariani, D.W. (1999). *Manajemen Kualitas*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- [3]. Potter, N. N., & Hotchkiss, J. H. (1995). *Food Science* (3rd ed.). New Delhi: CBS Publishers and Distributors.
- [4]. West, W & Harger. (1965). *Food service in Institutions*. New York: John Wiley & Sons, Inc
- [5]. Armstrong, G., & Kotler, P. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.