

LAPORAN SKRIPSI

**TINGKAT KEPUASAN DUA KELOMPOK USIA KONSUMEN
DI BOYOLALI TERHADAP PENGEMBANGAN PRODUK
TIWUL MENGGUNAKAN METODE KANO**

***THE LEVEL OF SATISFACTION OF TWO AGE GROUPS OF
CONSUMERS IN BOYOLALI TOWARDS THE DEVELOPMENT
OF TIWUL PRODUCT USING KANO METHOD***



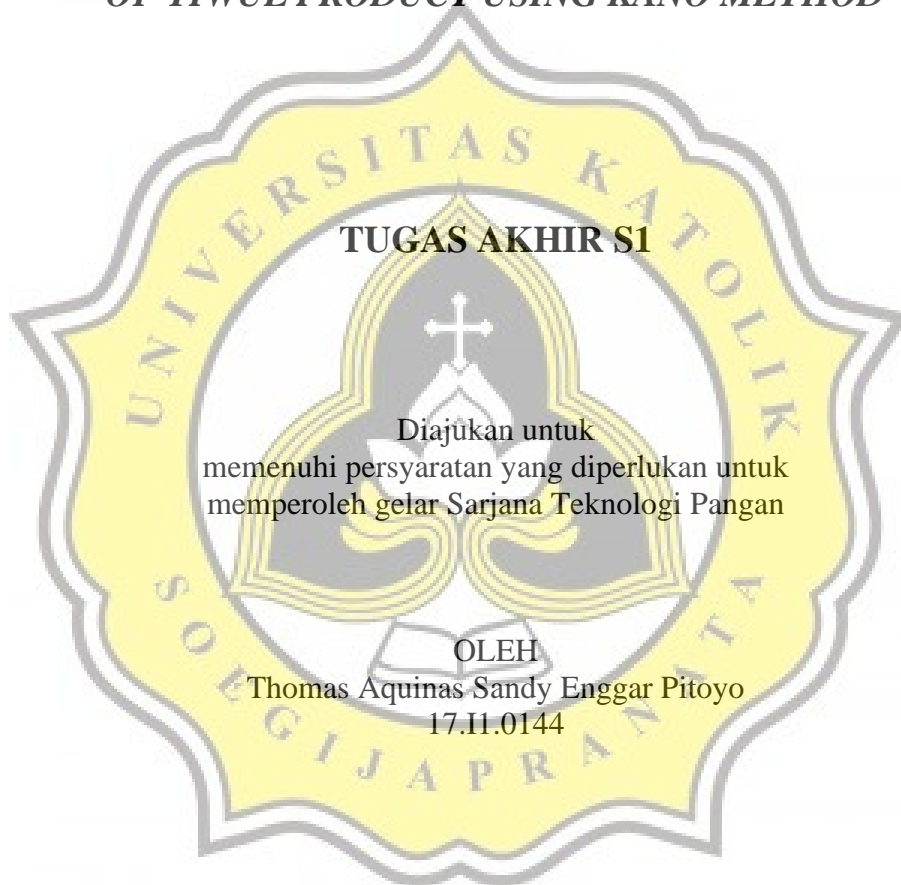
**KONSENTRASI *FOOD TECHNOLOGY AND INNOVATION*
PROGRAM STUDI SARJANA TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

LAPORAN SKRIPSI

**TINGKAT KEPUASAN DUA KELOMPOK USIA KONSUMEN
DI BOYOLALI TERHADAP PENGEMBANGAN PRODUK
TIWUL MENGGUNAKAN METODE KANO**

***THE LEVEL OF SATISFACTION OF TWO AGE GROUPS OF
CONSUMERS IN BOYOLALI TOWARDS THE DEVELOPMENT
OF TIWUL PRODUCT USING KANO METHOD***



**KONSENTRASI *FOOD TECHNOLOGY AND INNOVATION*
PROGRAM STUDI SARJANA TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

RINGKASAN

Tiwul merupakan salah satu makanan tradisional yang terbuat dari singkong yang dikeringkan (gaplek). Makanan tradisional sering kali terlupakan karena hadirnya makanan-makanan baru yang lebih memikat konsumen. Hal tersebut menjadi tantangan bagi produsen untuk melakukan pengembangan produk terhadap tiwul agar lebih menarik. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tiwul, mengetahui atribut mutu tiwul yang diinginkan dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada usia remaja dan dewasa, serta memberikan usulan guna mengembangkan produk sesuai keinginan konsumen. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kano dengan jumlah responden sebanyak 800 orang, yang terdiri dari 400 responden golongan usia remaja (usia 15-24 tahun) dan 400 responden usia dewasa (35-44 tahun). Penelitian diawali dengan *study literature* dan melakukan wawancara pada 5 produsen dan 5 konsumen tiwul. Setelah itu didapatkan atribut yang diinginkan oleh konsumen tiwul. Atribut yang didapatkan disusun ke dalam kuesioner Kano, dan disebarakan kepada responden dengan kriteria yang sudah ditentukan. Terdapat 2 jenis pernyataan yang disajikan pada kuesioner kano, yaitu *functional form* dan *dysfunctional form*. Hasil data kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Kemudian ditentukan kategori Kano per atribut menggunakan *blauth's formula*. Hasil yang diperoleh dari *blauth's formula*, digunakan untuk menghitung nilai IBT (*if better than*) dan IWT (*if worse than*) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan IBT dan IWT, pada kelompok usia remaja (15-24 tahun), atribut tiwul yang berkategori *One dimensional* terdiri atas tiwul yang menggunakan pewarna alami dan bentuk tiwul yang bervariasi. Didapatkan juga kategori *Attractive* yang terdiri dari atribut tekstur tiwul yang tidak lengket saat dipegang, tekstur tiwul yang kering, rasa tiwul yang gurih, tiwul memiliki berbagai varian rasa, tiwul diberi variasi *topping* (taburan), tiwul menggunakan kemasan kardus atau besek, dan tiwul bebas dari pengawet. Didapatkan juga atribut berkategori *Indifferent* yaitu, atribut tiwul berwarna coklat, rasa tiwul yang manis, tiwul menggunakan gula aren sebagai pemanis, tiwul sebagai *snack*, perlu adanya perubahan kemasan tiwul, dan pembelian tiwul di pedagang tradisional. Sedangkan pada kelompok usia dewasa (35-44 tahun), atribut yang termasuk kategori *One-dimensional* adalah tiwul menggunakan pewarna alami, tiwul tidak lengket saat dipegang, rasa tiwul gurih, ada variasi *topping*, dan tiwul sebagai *snack*. Atribut yang termasuk kategori *Indifferent* antara lain, rasa tiwul yang manis dan perlu adanya perubahan kemasan tiwul. Sedangkan, atribut dengan kategori *Attractive* antara lain, tiwul berwarna coklat, tekstur tiwul yang kering, tiwul memiliki berbagai varian rasa, gula aren digunakan sebagai pemanis, bentuk tiwul bervariasi, menggunakan kemasan kardus dan besek, tiwul bebas dari pengawet, dan pembelian tiwul di pedagang tradisional. Dapat disimpulkan bahwa atribut yang diinginkan konsumen untuk pengembangan produk tiwul antara lain tiwul menggunakan pewarna alami, tekstur tiwul yang kering, tiwul yang memiliki varian rasa, menggunakan kemasan kardus/besek, dan bebas dari pengawet. Selain itu juga terdapat atribut yang perlu ditambahkan pada pengembangan produk tiwul

seperti tiwul yang lebih bervariasi, tiwul yang memiliki rasa gurih, tidak lengket saat dipegang, dan juga tiwul yang dapat dikonsumsi sebagai cemilan/*snack*.



SUMMARY

Tiwul is one of the traditional foods made from dried cassava, usually called gaplek. Traditional foods are often forgotten because of the presence of the recently developed fast foods that are more attractive to consumers. This is a challenge for manufacturers to develop tiwul to be more appealing. The purposes of this research are to determine the level of consumer satisfaction with tiwul, determine the quality attributes of tiwul that teenage and adult consumers want and can increase their level of satisfaction, and provide suggestions for developing tiwul according to consumer's requirements. This research was conducted using the Kano method with a total of 800 respondents, consisting of 400 respondents in the teenage age group (aged 15-24 years old) and 400 respondents in the adult age group (35-44 years old). The research began with a literature study and conducting interviews with 5 producers and 5 consumers of tiwul. Then, the attributes preferred by tiwul consumers were obtained. The attributes obtained were used to compose the Kano questionnaire which then were distributed to respondents based on the predetermined criteria. There are 2 types of statements presented in the Kano questionnaire: functional form and dysfunctional form. The data obtained were then tested for validity and reliability. Next, the Kano category per attribute was determined using Blauth's formula. The results obtained from Blauth's formula calculations were used to calculate the IBT (if better than) and IWT (if worse than) and these values were used to determine the level of customer satisfaction. Based on the results of IBT and IWT calculations, for the teenage age group (15-24 years), the attributes categorized as One-dimensional are tiwul uses natural dyes and has a variety of shapes. There were also attributes that were categorized as Attractive which are that tiwul is not sticky when touched, tiwul is dry, tiwul tastes savory and has various flavors, tiwul is given variation topping (sprinkles), tiwul uses cardboard or basket as packaging, and tiwul is free from preservatives. There were also attributes categorized as Indifferent which are tiwul has a brown color, the taste of tiwul is sweet, tiwul uses palm sugar as a sweetener, tiwul consumed as a snack, it is necessary to change the packaging of tiwul, and consumer prefer buying traditional tiwul at traditional seller. Simultaneously for the adult age group (35-44 years), attributes that fall into the category of One-dimensional are that tiwul uses natural dyes, tiwul is not sticky when touched, tiwul tastes savory, there are variations of topping, and tiwul consumed as a snack. Attributes that fall into the category of Indifferent are that tiwul has a sweet taste and there is a need to change the packaging of tiwul. Meanwhile, attributes categorized as Attractive are tiwul is brown, the texture of tiwul is dry, tiwul has various flavors, palm sugar is used as a sweetener, tiwul has various shapes, cardboard and basket packaging is used, tiwul is free from preservatives, and consumer prefer buying traditional tiwul at traditional seller. It can be concluded that the attributes preferred by consumers for developing tiwul are tiwul uses natural dyes, tiwul is dry, tiwul has various flavors, using cardboard or basket as packaging, and tiwul is free from preservatives. Moreover, some attributes need to be added for the development of tiwul, such as tiwul has various flavors and shapes, tiwul has a savory taste, is not sticky when touched, and tiwul which can be consumed as a snack.