

**IMPLEMENTASI METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (FASE I)
PADA PRODUK KOPI BUBUK "GUNUNG IJEN ROBUSTA"
(Studi Kasus Pada PT. Perkebunan Nusantara XII)**

**Oleh:
NANING RETNOWATI***

ABSTRAK

PTPN XII merupakan salah satu BUMN yang memproduksi produk kopi bubuk, dengan merk Gunung Ijen dan merk Rolas. Produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta memiliki prospek yang sangat baik untuk dikembangkan di pasar lokal karena mayoritas penduduk Indonesia lebih suka mengonsumsi kopi Robusta dibandingkan Arabika. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan PTPN XII harus berusaha meningkatkan kualitas produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya.

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui kriteria atribut produk kopi bubuk yang dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumen, (2) untuk mengetahui penilaian mutu produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta dibandingkan produk kompetitor (Kapal Api Special, Singa Robusta dan PDP) dengan menggunakan metode QFD, dan (3) untuk mengetahui usaha perbaikan PTPN XII dengan menggunakan metode QFD agar produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

Pada hasil penelitian didapatkan atribut harapan konsumen (*whats*) sebanyak sembilan (9) atribut. Dengan skala penilaian 1-5, urutan prioritasnya : rasa seduhan kopi (4,9), aroma seduhan kopi (4,69), keasaman seduhan kopi (4,23), kekentalan seduhan kopi (4,16), ketersediaan produk (4,13), warna seduhan kopi (4,11), informasi produk (4,10), kemasan produk (4,01), dan harga produk (3,60). Untuk penilaian kualitas produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta berdasarkan persepsi penilaian konsumen mengenai tingkat kepuasan, masih di bawah ketiga pesaingnya (Kapal Api Special, Singa Robusta and PDP). Produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta mendapatkan penilaian kepuasan konsumen paling rendah pada hampir semua atribut kualitas produknya, yaitu berupa warna seduhan kopi mendapatkan nilai (3,64), aroma seduhan kopi (2,53), rasa seduhan kopi (3,02), keasaman seduhan kopi (3,45), kekentalan seduhan kopi (3,54), kemasan produk (3,05), dan harga produk (3,25), dengan skala penilaian 1-5. Berdasarkan hasil perbandingan *Performance Respon Teknis Produk* menunjukkan bahwa produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta masih berada di bawah ketiga pesaingnya. Penilaian diatas menunjukkan bahwa PTPN XII perlu meningkatkan kinerja persyaratan respon teknis yang diperolehnya, dengan cara : (1) menggunakan bahan baku biji kopi dengan grade kualitas yang lebih baik; (2) memperbaiki setiap tahapan proses pengolahan kopi bubuk (3) memperbaiki strategi penetapan harga; (4) meningkatkan strategi promosi; dan (5) memperluas daerah distribusi produk.

Kata Kunci : Penilaian Konsumen, Kualitas Produk, Metode QFD (*Quality Function Deployment*)

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi adalah salah satu komoditas perkebunan yang sangat terkenal di dunia karena memiliki aroma dan cita rasa yang khas dan nikmat yang tidak dimiliki oleh bahan minuman lainnya. Kopi memiliki potensi untuk dikembangkan di Indonesia karena pangsa pasarnya yang cukup besar.

PTPN XII memproduksi 8 macam produk kopi bubuk; yaitu 4 macam produk dengan merk Gunung Ijen dan 4 macam lainnya dengan merk Rolas. Produk kopi bubuk dengan merk Gunung

Ijen terdiri dari Gunung Ijen Robusta, Rasa Mantap, Spesial dan Super. Produk kopi bubuk merk Gunung Ijen Robusta memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan di pasar lokal karena pada umumnya masyarakat Indonesia lebih suka mengonsumsi kopi jenis robusta dibandingkan arabika.

Tuntutan masyarakat konsumen kopi domestik terhadap mutu akhir-akhir ini juga semakin meningkat, dikarenakan semakin banyaknya macam merk produk kopi bubuk yang beredar di pasaran. Jumlah kompetitor yang cukup banyak ini mengharuskan PTPN XII untuk dapat menghasilkan produk kopi bubuk yang berkualitas

*)Staf Pengajar Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau sangat puas jika harapannya terlampaui.

Salah satu metode yang terbukti efektif dan sukses untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen adalah penggunaan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Cohen (1995) mendefinisikan *Quality Function Deployment* (QFD) sebagai metode yang digunakan oleh perusahaan untuk mengantisipasi dan menentukan prioritas kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menggabungkan kebutuhan dan keinginan tersebut ke dalam produk atau jasa yang disediakan bagi konsumen. Metode QFD yang akan diterapkan di PTPN XII merupakan QFD fase I yang dilakukan dengan penyusunan *House Of Quality* (HOQ) yaitu berupa matriks yang berisi tentang kebutuhan konsumen yang lebih dikenal dengan *Voice Of Customer* (VOC) dan matriks berupa kebutuhan teknis dari pihak perusahaan. Melalui pendekatan QFD ini diharapkan akan dapat membantu PTPN XII dalam menyusun prioritas perbaikan proses sehingga akan dapat menghasilkan produk bubuk kopi Gunung Ijen Robusta yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah :

- a) Apakah kriteria atribut produk kopi bubuk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen?
- b) Bagaimanakah penilaian mutu produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta dibandingkan produk kompetitor dengan menggunakan metode QFD?
- c) Bagaimanakah usaha perbaikan PTPN XII dengan menggunakan metode QFD agar produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta yang dihasilkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengetahui kriteria atribut produk kopi bubuk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.
- b) Untuk mengetahui penilaian mutu produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta dibandingkan produk kompetitor dengan menggunakan metode QFD.
- c) Untuk mengetahui usaha perbaikan PTPN XII dengan menggunakan metode QFD agar produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta yang dihasilkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

a) Manfaat bagi PTPN XII antara lain adalah :

- Memberi informasi bagi perusahaan tentang penilaian mutu kopi bubuk dengan menggunakan metode QFD.
- Membantu perusahaan dalam menyusun prioritas perbaikan proses produksi agar dapat menghasilkan produk kopi bubuk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

b) Manfaat bagi konsumen adalah :

Produk kopi bubuk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam membeli produk.

II. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti merupakan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah menggunakan *mix methods*, dimana metode kuantitatif merupakan pendekatan utama penelitian dan metode kualitatif disertakan untuk melengkapi dan mempertajam pembahasan hasil penelitian.

2.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Mei – Juli 2009. Penelitian untuk memperoleh data primer dari responden konsumen akhir (*end customer*) akan dilakukan secara langsung di wilayah Kabupaten Jember.

Penelitian untuk memperoleh data primer dan sekunder mengenai proses pengolahan kopi bubuk Gunung Ijen Robusta dan informasi pemasaran produk akan dilakukan di Unit Usaha Industri Hilir Pengolahan Kopi Bubuk PTPN XII yang berada di Jalan Gajah Mada No. 249 Jember.

2.3 Batasan Masalah Penelitian

Batasan masalah penelitian meliputi :

- a) Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode QFD fase pertama, yaitu tahap *Product Planning* atau penyusunan Rumah Kualitas (*House of Quality*).
- b) Produk kompetitor produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta yang dipilih berjumlah 3 macam, yaitu produk Kapal Api Special, Singa Robusta, dan PDP; yang didasarkan pada pendapat konsumen (berdomisili di Kabupaten Jember).
- c) Penjelasan proses *benchmarking* terhadap perusahaan kompetitor hanya dilakukan secara detail pada kopi PDP, sedangkan pada kopi Kapal Api Special dan Singa Robusta hanya dijelaskan secara umum yang didasarkan pada pendapat para pakar Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia. Hal ini disebabkan karena terdapat kendala dalam proses perijinan perusahaan.

2.4 Identifikasi Variabel

Variabel yang menjadi perhatian pada penelitian ini adalah variabel bebas (*independent*) dan variabel tak bebas (*dependent*). Variabel bebas (*independent*) meliputi 4 P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*). Variabel tak bebas (*dependent*) yaitu berupa kemampuan teknis yang perlu dilakukan perusahaan agar dapat menghasilkan produk kopi bubuk yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.

2.5 Pemilihan Responden

Penelitian ini melibatkan dua komponen responden yaitu pakar dan konsumen. Responden pakar yang terlibat secara total terdiri dari pakar peneliti Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia dan praktisi dari PTPN XII. Sedangkan responden konsumen yang dipilih adalah konsumen akhir (*end customer*).

a). Responden Pakar

Responden pakar terdiri dari : 2 orang peneliti Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia, 2 orang praktisi dari PTPN XII serta 2 orang praktisi dari PDP.

b). Responden Konsumen (*End Customer*)

Responden konsumen yang dipilih adalah konsumen langsung (*end customer*) yang berdomisili di wilayah kota Kabupaten Jember. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu : metode *proportional sampling* dan metode *purposive sampling*.

- 1) Metode *Proportional Sampling* dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di 3 Kecamatan di wilayah kota Kabupaten Jember, yaitu Kaliwates, Sumbersari, dan Patrang.
- 2) Metode *Purposive Sampling*. Target responden *end customer* dengan metode *purposive sampling* ini bersifat spesifik. Pengambilan sample dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan teknik *Sampling Accidental*.

2.6 Metode Pengumpulan Data

- a) Pengumpulan Data Primer
Cara-cara yang digunakan untuk memperoleh data primer dengan *interview/wawancara* dan kuesioner.
- b) Pengumpulan Data Sekunder
Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi.

2.7 Menyusun dan Menyebarkan Kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan pertanyaan yang berkaitan dengan variabel bebas dan tidak bebas. Penyusunan kuesioner dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner kepada *end customer*.

2.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Agar instrumen yang dipakai dalam penelitian ini dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan, maka instrumen tersebut perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan melalui uji statistik dengan menggunakan software SPSS 15.0.

2.9 Analisa Data

Analisa data dilakukan dengan menyusun *House Of Quality* merupakan Fase I dari Metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Penyusunan Fase Pertama dari QFD berupa *House of Quality* meliputi langkah-langkah sebagai berikut :

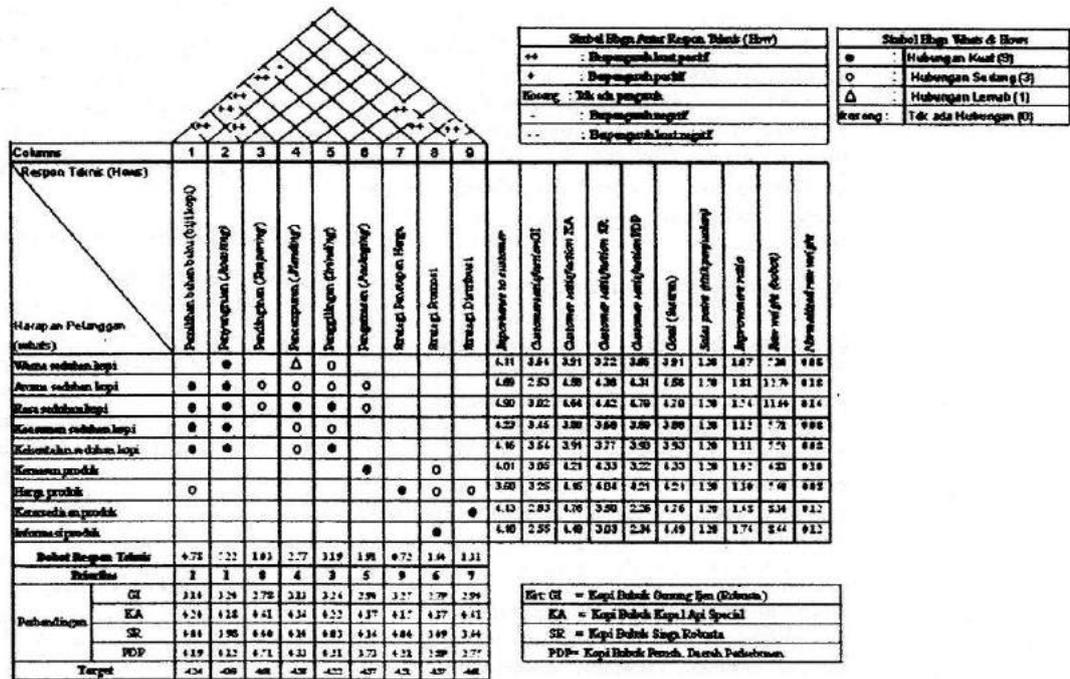
- 1) Pendataan Keinginan dan Kebutuhan Konsumen (*Customer Requirements*)/ Penyusunan Matriks *Whats*.
Berisi variabel-variabel produk kopi bubuk yang menjadi kebutuhan konsumen.
- 2) Pendataan *Technical Requirements/Technical Description (Hows)*/Penyusunan Matriks *Hows*.
Setiap karakteristik yang ada harus berhubungan secara langsung dengan *customer requirements* dan dapat diukur.
- 3) Penyusunan Matriks Perencanaan
Pada matriks perencanaan ini berisi tentang informasi penting, sebagai tempat penentu sasaran/tujuan produk, tahapannya meliputi sebagai berikut :
 - a) Penentuan Sub Matriks Tingkat Kepentingan (*Importance to Customer*)
Sub matriks ini berisi tentang nilai-nilai kepentingan konsumen terhadap produk kopi bubuk.
 - b) Penentuan Sub Matriks Tingkat Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction Performance*).
Merupakan suatu penilaian dari konsumen terhadap kualitas produk kopi bubuk Gunung Ijen (Robusta) dibandingkan dengan produk kompetitor.
 - c) Penentuan Sub Matriks Nilai Target (*Goal*)
Goal ditetapkan dari perbandingan nilai terbaik tingkat kepuasan konsumen pada produk kopi bubuk Gunung Ijen (Robusta) dengan kompetitornya.
 - d) Penyusunan Sub Matriks *Sales Point*
Sub matriks ini berisi tentang tingkat penjualan produk yang diinginkan oleh perusahaan (PTPN XII) berdasarkan *importance to customer*. Nilai yang dipakai adalah 1 (*no sales point*), 1.2 (*medium sales point*), 1.5 (*strong sales point*).
 - e) Penyusunan Sub Matriks *Improvement Ratio*

Sub matriks ini berisi tentang nilai dari setiap *customer requirements* yang didapatkan dari pembagian antara *target value (goal)* dengan *customer satisfaction performance* terhadap produk Gunung Ijen (Robusta).

- f) Penyusunan Sub Matriks *Raw Weight*
Nilai *Raw Weight* : *importance to customer x improvement ratio x sales point*.
 - g) Penyusunan Sub Matriks Bobot Normal (*Normalized Raw Weight*)
Bagian ini berisi nilai bobot perhitungan dari data yang dibuat selama matrik perencanaan. Nilai dari bobot normal adalah *raw weight* dibagi jumlah *raw weight*.
- 4) Mengembangkan matriks hubungan antara keinginan konsumen (*Customer Requirements/Whats*) dengan kebutuhan teknis (*Technical Requirements/Hows*), yang dinotasikan dalam bentuk tanda/symbol dengan bobot angka sebagai berikut :
- a) Simbol [●] : hubungan kepentingan sangat kuat dan diberi bobot 9
 - b) Simbol [○] : hubungan kepentingan yang tidak terlalu kuat dan diberi bobot 3
 - c) Simbol [Δ] : hubungan kepentingan lemah dan diberi bobot 1
 - d) Tanpa simbol : tidak adanya hubungan kepentingan dan diberi bobot 0.
- 5) Matriks Teknis
Pada bagian ini berisi empat jenis data yaitu meliputi :
- a) Bobot Respon Teknis

Nilai dari bobot respon teknis adalah *normalized raw weight x numeric matrik relationship*.

- b) Prioritas
Nilai prioritas mempresentasikan kontribusi relatif dari respon teknis terhadap kepuasan konsumen.
 - c) Perbandingan Kinerja Proses Kompetitor (*Benchmarking*)
Benchmarking bertujuan mengukur produk pesaing untuk dibandingkan dengan produk sendiri (Gunung Ijen Robusta). Perhitungan *benchmarking* diperoleh dengan mengalikan jumlah kinerja produk (nilai kepuasan konsumen terhadap suatu produk) dengan nilai hubungan *whats* dan *hows* lalu membagi dengan jumlah nilai hubungan *whats* dan *hows*.
 - d) Target
Target yang ingin dicapai oleh pihak perusahaan, didapat dari nilai terbaik antara nilai *Own Performance* dan *Competitive Performance*.
- 6) Mengembangkan Matriks Hubungan diantara *Technical Requirements/Hows*.
Matriks ini terletak pada bagian atas yang akan menggambarkan hubungan atau pengaruh dari *Technical Requirements* yang satu dengan yang lain. Simbol-simbol yang digunakan dalam memetakan korelasi antara *Technical Requirements*, yaitu:
- a) Korelasi positif kuat dengan simbol ++
 - b) Korelasi positif dengan simbol +
 - c) Korelasi negatif kuat dengan simbol --
 - d) Korelasi negatif lemah dengan simbol -



Gambar 1. Rumah Kualitas Produk Kopi Bubuk Gunung Ijen (Robusta)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Produk Kopi Bubuk Gunung Ijen Robusta Dengan Metode QFD

Analisis metode QFD selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 1, yaitu gambar House of Quality (HOQ) secara utuh. Gambar ini mewakili keenam matriks yaitu matrik harapan konsumen/pelanggan (*whats*), matrik perencanaan (*importance to customer, customer satisfaction, goal, sales point, improvement ratio, dan raw weight*), matrik respon teknis (*hows*), matrik korelasi *whats* dan *hows*, matrik teknis (prioritas, *benchmarking, target*) dan matrik korelasi respon teknis.

3.2 Matriks Whats

Hal penting bagi konsumen yang perlu diperhatikan dalam memilih produk kopi bubuk meliputi : (a) unsur organoleptik kopi, (b) kemasan produk; (c) harga produk, (d) ketersediaan produk dan (d) informasi produk. Unsur organoleptik kopi berkaitan dengan cita rasa kopi yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen, antara lain mencakup: (1) warna seduhan kopi, (2) aroma seduhan kopi, (3) rasa seduhan kopi, (4) keasaman, dan (5) kekentalan seduhan kopi.

3.3 Matriks Respon Teknis (Hows)

Matriks respon teknis (*hows*) berisi tentang beberapa atribut karakteristik teknis (kebutuhan

teknis) yang perlu dilakukan perusahaan. Hasil wawancara dan observasi yang dilakukan diperoleh sembilan (9) atribut respon teknis yaitu: Pemilihan bahan baku (biji kopi), penyangraian (*roasting*), pendinginan (*tempering*), pencampuran (*blending*), penggilingan (*grinding*), pengemasan (*packaging*), strategi penetapan harga, strategi promosi, dan strategi distribusi.

3.4 Matriks Perencanaan

Matriks perencanaan berisi tentang informasi penting sebagai tempat penentu sasaran/tujuan produk.

3.4.1 Sub Matriks Importance to Customer

Nilai atribut harapan konsumen (*whats*) yang mendapatkan prioritas tertinggi yaitu rasa seduhan kopi selanjutnya diikuti oleh aroma seduhan kopi, keasaman seduhan kopi, kekentalan seduhan kopi, ketersediaan produk, warna seduhan kopi, informasi produk, kemasan produk, dan harga produk.

3.4.2 Sub Matriks Customer Satisfaction Performance

Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut kualitas produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta (warna, aroma, rasa, keasaman, kekentalan seduhan kopi, kemasan, dan harga produk) lebih rendah dibanding produk pesaingnya.

3.4.3 Sub Matriks Goal (Sasaran)

Nilai goal untuk semua atribut kualitas produk kopi bubuk mengarah pada nilai kepuasan konsumen pada ketiga kompetitor produk Gunung Ijen Robusta (Kapal Api Special, Singa Robusta, dan PDP). Hal tersebut menunjukkan bahwa pihak PTPN XII harus berusaha keras untuk mencapai nilai goal yang ditargetkan agar dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumennya.

3.4.4 Sub Matriks Sales Point

Atribut yang mendapatkan nilai titik penjualan kuat (1,5) yaitu rasa dan aroma seduhan kopi, berarti konsumen menganggap bahwa dua atribut kualitas tersebut sangat berperan dalam pengambilan keputusan pembelian. Sedangkan titik penjualan (*sales point*) menengah (1,2) terdapat pada atribut warna seduhan kopi, keasaman seduhan, kekentalan seduhan kopi, kemasan produk, harga produk, ketersediaan produk dan informasi produk.

3.4.5 Sub Matriks Improvement Ratio

Nilai *improvement ratio* dari urutan tertinggi sampai terendah meliputi: aroma seduhan kopi, informasi produk, ketersediaan produk, rasa seduhan kopi, kemasan produk, harga produk, keasaman seduhan kopi, kekentalan seduhan kopi, dan warna seduhan kopi.

3.5 Matriks Teknis

Matriks teknis merupakan matrik yang dapat digunakan untuk menentukan urutan prioritas respon teknis dan untuk mengetahui hasil perbandingan dari kinerja respon teknis suatu perusahaan bila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya.

3.5.1 Sub Matriks Prioritas

Atribut respon teknis yang memiliki bobot di atas rata-rata adalah : penyangraian (*roasting*), pemilihan bahan baku, penggilingan (*grinding*) dan (4) pencampuran (*blending*). Urutan prioritas selanjutnya jika diurutkan dari prioritas yang lebih tinggi meliputi : pengemasan, strategi promosi, strategi distribusi, pendinginan (*tempering*) dan terakhir adalah strategi penetapan harga produk.

3.5.2 Benchmarking

Produk kopi bubuk Gunung Ijen masih berada di bawah ketiga pesaingnya, hal ini dapat dilihat dari nilai hasil perbandingan *performance* dari mulai dari atribut pemilihan bahan baku sampai strategi promosi. Penilaian diatas menunjukkan bahwa PTPN XII perlu meningkatkan kinerja persyaratan respon teknis yang diperolehnya, dengan cara berusaha mencapai target yang sama atau melebihi

kompetitor agar dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

3.5.3 Sub Matriks Target

Semua nilai perbandingan *performance* setiap atribut respon teknis produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta lebih kecil dari nilai target, sehingga semua respon teknis perlu ditingkatkan.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

- Atribut harapan konsumen (*whats*) pada produk kopi bubuk terdiri dari sembilan (9) atribut, dengan urutan prioritas sebagai berikut : rasa seduhan kopi, aroma seduhan kopi, keasaman seduhan kopi, kekentalan seduhan kopi, ketersediaan produk, warna seduhan kopi, informasi produk, kemasan produk, dan harga produk.
- Nilai kualitas produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta berdasarkan persepsi penilaian konsumen mengenai tingkat kepuasan, masih di bawah pesaingnya yaitu produk Kapal Api Special, Singa Robusta, dan PDP.
- Berdasarkan hasil perbandingan *Performance Respon Teknis* produk menunjukkan bahwa produk kopi bubuk Gunung Ijen Robusta masih berada di bawah ketiga pesaingnya. Penilaian diatas menunjukkan bahwa industri hilir pengolahan kopi bubuk PTPN XII perlu meningkatkan kinerja persyaratan respon teknis yang diperolehnya, dengan cara (1) menggunakan bahan baku biji kopi dengan grade kualitas yang lebih baik, (2) memperbaiki metode penyangraian (suhu dan lama proses) yang tepat, (3) lama proses *tempering* ditentukan dengan tepat, (4) *blending* diperbaiki dengan mengadakan riset penentuan formulasi bahan baku, (5) memperbaiki proses penggilingan misal dengan menentukan ukuran mesh partikel kopi bubuk secara tepat, (6) memperbaiki sealing dan menggunakan bahan pengemas yang kualitasnya lebih baik (bahan LDPE berlapis aluminium foil), (7) strategi penetapan harga produk diperbaiki, misal dengan menekan biaya produksi, promosi dan distribusi produk, (8) strategi promosi perlu ditingkatkan, (9) distribusi produk juga perlu diperluas.

4.2 Saran

PTPN XII perlu meningkatkan kinerja persyaratan respon teknis yang diperolehnya, yaitu dengan : (1) menggunakan bahan baku biji kopi dengan kualitas yang lebih baik, (2) memperbaiki metode proses pengolahan (dari proses penyangraian sampai penggilingan), (3) strategi promosi juga perlu ditingkatkan, (4) alternatif strategi pemasaran lain yang dapat dilakukan oleh PTPN XII adalah dengan melakukan strategi penetapan *positioning* produk (posisi produk).

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Sebuah Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Cohen, Lou. 1995. *Quality Function Deployment, How to Make QFD Work for You*. Massachusetts: Addison Wesley Publishing Company.
- Gonzales, M. E. 2001. *Quality Function Deployment: A Road To Listening Customer Expectation*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Ismayadi, Cahya. 2007. *Karakteristik dan Deskripsi Citarasa Kopi*. Materi Pelatihan Uji Pelatihan Citarasa Kopi. Jember: Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia.
- Nurbiyati, Titik dan Machfoedz, Mahmud. 2005. *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Kayon.
- Sulistiyowati. 2007. *Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Citarasa Seduhan Kopi*. Materi Pelatihan Uji Pelatihan Citarasa Kopi. Jember: Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia.
- Yusianto. 2003. Karakter Fisik dan Cita Rasa Kopi Hasil Penyangraian Sistem Pemanasan Langsung. *Pelita Perkebunan*. Vol. XIX (3). Hal. 152-170.
- Yusianto. 2004. Pengaruh Ukuran Partikel Kopi Bubuk Terhadap Citarasa. *Warta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia* Vol. XX (1). Hal . 87-93.
- Yusianto dan Sri Mulato. 2007. *Pengolahan dan Komposisi Kimia Biji Kopi : Pengaruhnya Terhadap Citarasa Seduhan*. Materi Pelatihan Uji Pelatihan Citarasa Kopi. Jember: Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia.