

ABSTRAK

Upaya peningkatan kualitas produk pada UMKM KWT Kenanga merupakan hal yang penting untuk dilakukan agar tidak terjadinya kerugian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas produk, dimana berfokus pada empat dimensi kualitas yaitu *Reability* (kehandalan), *Durability* (daya tahan), *Serviceability* (kemampuan pelayanan), dan *Features* (keragaman produk). Metode yang digunakan dalam peningkatan kualitas produk adalah metode QFD dan ISM. Tujuan dari dua metode tersebut yaitu untuk meningkatkan kualitas produk serta dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pengambilan keputusan dalam melakukan pengendalian strategi kualitas produk yang menjadi prioritas. Hasil menunjukkan bahwa pada metode QFD diketahui kepuasan pelanggan terhadap membeli kerupuk kencur masih belum memuaskan, karena dapat diketahui bahwa dari empat dimensi dengan sepuluh atribut yang diukur rata-rata memiliki nilai kesenjangan (gap) hasilnya negatif, dimana nilai rata-rata gap skor tertinggi yaitu pada dimensi *Reliability* (kehandalan) sebesar -0,385, sedangkan untuk nilai rata-rata gap skor paling rendah yaitu pada dimensi *Durability* (daya tahan) sebesar -0,17. Kemudian terdapat 6 aksi perbaikan yang perlu di analisis menggunakan metode ISM. Hasil dari metode ISM menunjukkan bahwa dari model ISM dan model *MICMAC*, dapat diketahui bahwa terdapat level yang paling tinggi dan kuadran yang harus dilakukan prioritas perbaikan yaitu E2 dan E3, artinya kedua perbaikan tersebut perlu dilakukan prioritas terlebih dahulu. E2 merupakan perbaikan untuk melakukan *controlling* setiap proses penggorengan kerupuk kencur, dan E3 merupakan perbaikan waktu proses penggorengan perlu diperhatikan agar kualitas tingkat kematangan lebih baik.

Kata kunci: ISM, kepuasan pelanggan, Kualitas produk, QFD

ABSTRACT

Effort to improve product quality at UMKM KWT Kenanga are an important thing to do avoid losses. One of the factors that determines customer satisfaction is the customer's perception of product quality, which focuses on your dimensions of quality, namely Reability, Durability, Serviceability and features (product diversity). The methods used to improve product quality are the QFD and ISM methods. The aim of these two methods is to improve product quality and increase customer satisfaction, and decision making in controlling product quality strategies is a priority. The results show that using the QFD method it is known that customer satisfaction with the purchase of kencur crackers is still not satisfactory, because it can be seen that from the fourth dimension with ten attributes measured, the average kecak (gap) value is negative, where the average gap score is the highest, namely in the Reliability dimension it is -0,385, while the average gap score is the lowest in the Durability dimension (endurance) it is -0,17. Then there are 6 corrective actions that need to be analyzed using the ISM method. The result of the ISM method show that from the ISM model and MICMAC model, it can be seen that there are the highest levels and quadrants where improvements must be prioritized, namely E2 and E3, meaning that these two improvements need to be prioritized first. E2 is an improvement to control each process of frying kencur crackers, and E3 is an improvement in the frying process time that needs to be paid attention to so that the quality of the maturity level is better.

Keywords: Customer satifaction, product quality, ISM, QFD

KARAWANG