

ANALISA KUALITAS PRODUK DUPA DENGAN METODE QFD (QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT) (STUDI KASUS UMKM PEMBUATAN DUPA)

Meslikah¹⁾, Nelly Budiarti²⁾

^{1,2)} Program Studi Teknik Industri S-1, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang
Email : ikahmeslikah@gmail.com

Abstrak, UMKM pembuatan dupa adalah usaha rumahan bergerak dibidang industri pembuatan produk dupa dengan produksi utamanya yaitu dupa. Permasalahan yang sering terjadi di UMKM pembuatan dupa yaitu permasalahan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan kualitas dalam produksi produk dupa, memberikan gambaran kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Metode yang digunakan QFD (Quality Function Deployment) untuk membantu proses analisa kualitas yang diinginkan oleh konsumen. Pengolahan data dan analisa penelitian ini diperoleh dari data kuisisioner. Dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memperoleh hasil data kepentingan dan kebutuhan dari konsumen pengguna produk dupa Codo. Hasil penelitian ini yaitu menentukan atribut yang diinginkan oleh konsumen untuk peningkatan kualitas produk yang dihasilkan. Dari hasil diperoleh nilai kepentingan lebih besar dari nilai kepuasan. Diketahui atribut yang paling diinginkan oleh pengguna produk dupa. Atribut yang paling diinginkan oleh konsumen yaitu perlu adanya tambahan kualitas bahan baku, variasi dan desain dengan nilai 4,63. Selain itu indikator harga sesuai kualitas dengan nilai 4,43 juga perlu diperhatikan dari segi pandang keinginan konsumen produk dupa Codo.

Kata kunci : Konsumen, Kualitas, QFD (Quality Function Deployment)

PENDAHULUAN

Perusahaan harus benar-benar menghasilkan produk yang berkualitas karena pertumbuhan industri saat ini semakin pesat. Kualitas adalah karakteristik produk atau layanan yang memenuhi atau melebihi kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini, pelanggan berperan penting dalam menentukan apakah suatu produk atau layanan memiliki kualitas yang baik atau tidak. Menurut American Society for Quality (ASQ) (2023). Kualitas dari suatu produk menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh suatu perusahaan karena dengan produk yang berkualitas, perusahaan dapat bersaing dengan para pesaingnya dengan menguasai pangsa pasarnya (Nugraha, 2016).

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) pembuatan dupa adalah sebuah industri yang bergerak di bidang industri pembuatan dupa, UMKM ini terletak di Codo Malang. Yang memproduksi dupa dalam jumlah yang lumayan banyak. Produk yang dihasilkan oleh UMKM ini yaitu berupa produk dupa, di pasarkan ke beberapa daerah yakni daerah sekitar Kecamatan Wagir, Gunung kawi

dan yang paling banyak di pasarkan yaitu di daerah pulau Bali.

Permasalahan yang sedang dihadapi UMKM dupa ini yaitu adanya cacat produk yang disebabkan oleh bahan yang digunakan tidak melekat ke stik dupa sehingga menyebabkan adanya produk yang setelah mengalami proses pengeringan menjadi pecah. Dengan analisis ini akan diketahui penyebab yang membuat produk menjadi gagal, mungkin dikarenakan oleh bahan baku yang kurang bagus atau cara pembuatannya yang kurang benar. Permasalahan tersebut bisa saja berimbas ke dalam persaingan pasar, sehingga produk tidak jauh lebih baik dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan lain. Sehingga produk ini tidak terjual habis dan mengalami penumpukan stok di dalam gudang. Dengan mengembangkan kualitas produk memungkinkan produk yang dihasilkan lebih berkualitas dari produk yang sudah dikeluarkan oleh UMKM lain maupun pabrik pesaing. Data produksi UMKM pembuatan dupa periode tahun 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Data Produksi UMKM Pembuatan Dupa

Bulan	Jumlah produksi (kg)	Jumlah cacat produksi (lengket dan kalsium yang pecah) (kg)	Produk terjual (kg)	Produk menumpuk (kg)
Januari	200	10	100	100
Februari	180	25	110	70
Maret	150	20	135	15
April	200	15	180	20
Mei	210	10	205	5
Juni	185	5	115	70
Juli	210	12	150	60
Agustus	250	16	212	38
September	180	22	80	100
Oktober	250	35	120	130
November	180	40	125	55
Desember	240	16	150	90
Total	2.235	226	1.682	753

Sumber : Arsip UMKM dupa

Berdasarkan tabel 1 produksi pada UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dupa ini terjadi pada periode Januari-Desember tahun 2023. Dengan Jumlah hasil dari produksi sebanyak 2.235 kg. Namun pada periode ini terjadi penumpukan stok produksi sebanyak 753 kg dari keseluruhan hasil produksi yang di hasilkan. Terutama yang terjadi pada periode penjualan di bulan Januari sebanyak 100 kg, September sebanyak 100 kg dan Oktober sebanyak 130 kg.

METODE

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian survei (survey research) yaitu penelitian deskriptif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau maupun masa kini. Penelitian ini mengumpulkan data dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan kuisioner.

Metode QFD (Quality Function Deployment)

Quality Function Deployment (QFD) adalah metodologi dalam proses perancangan dan pengembangan produk atau layanan yang mampu mengintegrasikan ‘suara-suara konsumen’ ke dalam proses perancangannya. QFD sebenarnya adalah suatu jalan bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan

memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkannya.

1. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk (Customer satisfaction performance) dihitung dengan rumus:

$$\text{Current Satisfaction Performance} = \frac{\sum \text{Performance Weight}}{\sum \text{Number Of Responde}}$$

2. Rasio perbaikan (improvement ratio). Rasio perbaikan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Improvement Ratio} = \frac{\text{Goal}}{\text{Current Satisfaction Performance}}$$

3. Raw weigh merupakan nilai keseluruhan dari data-data yang dimasukkan. Dihitung dengan rumus:

$$\text{Normalized Raw Weight} = \frac{\text{RawWeight}}{\text{Raw Weight Total}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mendapatkan data mentah dari penyebaran kuisioner, selanjutnya di lakukan uji validitas pada data yang diperoleh.

Tabel 2 Hasil Uji Validasi

No	Atribut	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1	Produk dupa ini sudah memenuhi standart keinginan	0,454	0,254	Valid

	konsumen			
2	Produk ini mampu bersaing dengan produk lain	0,435	0,254	Valid
3	Perlu adanya peningkatan kualitas bahan baku, tambahan variasi dan desain	0,373	0,254	Valid
4	Informasi tentang produk cukup jelas	0,261	0,254	Valid
5	Produk mudah di peroleh	0,342	0,254	Valid
6	Stok selalu tersedia ditoko	0,350	0,254	Valid
7	Harga terjangkau	0,459	0,254	Valid
8	Harga sesuai kualitas	0,452	0,254	Valid
9	Harga bisa bersaing dengan produk lain	0,276	0,254	Valid
10	Bahan ramah lingkungan	0,356	0,254	Valid
11	Tersedia dalam beberapa varian wanggi	0,366	0,254	Valid
12	Produk dikemas secara rapi	0,547	0,254	Valid
13	Desain kemasan menarik	0,529	0,254	Valid
14	Strategi penjualan menarik	0,498	0,254	Valid
15	Adanya tenaga penjualan	0,528	0,254	Valid
16	fasilitas penjualan yang baik	0,521	0,254	Valid

Sumber: Pengolahan Data

Uji reliabilitas ini digunakan untuk melihat konsistensi dari pelanggan terhadap variabel yang ada. Jadi apakah data yang diperoleh akan cenderung memberikan hasil yang sama. Tinggi rendahnya reliabilitas dinyatakan oleh suatu nilai yang disebut koefisien reliabilitas, berkisaran antara 0-1. Koefisien reliabilitas dilambangkan dengan α adalah adalah index kasus yang dicari. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach's.

Tabel 3 Tabel Reliability

Cronbach's Alpha	N of items
0,601	16

Sumber: Pengolahan Data

Reliability di atas Cronbach's alpha sebesar 0,601 yang berarti semua atribut tingkat kepentingan di UMKM pembuatan dupa bersifat reliabel untuk ke -16 atribut tersebut. Karena nilai $\alpha > 0,6$

Tabel 4 Tabel Reliability

Cronbach's Alpha	N of items
0,753	16

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan reliability diatas nilai Cronbach's alpha sebesar 0,753 yang berarti semua atribut tingkat kepentingan di UMKM pembuatan dupa bersifat reliabel untuk ke -16 atribut tersebut. Karena nilai $\alpha > 0,6$.

Importance To Customer

Importance to customer bertujuan untuk mengetahui penilaian tingkat kepentingan pelanggan terhadap variabel tentang produk dupa. Dimana nilai ini di dapat dari rata-rata tingkat kepentingan pelanggan/konsumen produk di UMKM pembuatan dupa. Importance to customer adalah ukuran seberapa baik produk, layanan, dan pengalaman pelanggan perusahaan secara keseluruhan memenuhi harapan pelanggan. Hal ini mencerminkan kesehatan bisnis dengan menunjukkan seberapa baik produk diterima oleh pembeli.

Tabel 5 Tabel Importance to Customer

No	Atribut	Mean	Rank
1	Produk dupa ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen	4,5	16
2	Produk ini mampu bersaing dengan produk lain	4,51	6
3	Perlu adanya peningkatan kualitas bahan baku, tambahan variasi dan desain	4,63	1
4	Informasi tentang produk cukup jelas	4,46	9
5	Produk mudah di peroleh	4,6	15

6	Stok selalu tersedia ditoko	4,55	5
7	Harga terjangkau	4,46	8
8	Harga sesuai kualitas	4,43	11
9	Harga bisa bersaing dengan produk lain	4,61	2
10	Bahan ramah lingkungan	4,51	7
11	Tersedia dalam beberapa varian wanggi	4,45	10
12	Produk dikemas secara rapi	4,58	3
13	Desain kemasan menarik	4,36	13
14	Strategi penjualan menarik	4,38	12
15	Adanya tenaga penjualan	4,36	14
16	fasilitas penjualan yang baik	4,56	4

Sumber: Pengolahan Data

Contoh perhitungan manual Importance to Customer:

$$\begin{aligned}
 &4+4+5+5+4+5+5+5+5+5+4+5+5+5+4+4+ \\
 &4+5+4+5+5+4+5+4+5+4+4+4+4+4+4+ \\
 &5+4+5+5+5+4+5+5+4+5+5+5+5+5+5+4+ \\
 &5+4+3+4+4+4+4+5+4+5+5+4= \\
 &270/60 = 4,5
 \end{aligned}$$

Pada tabel diperoleh nilai rata rata tertinggi tingkat kepentingan konsumen pada atribut nomor 3 “Perlu adanya tambahan

variasi/desain baru” dengan nilai 4,63 Berarti atribut ini memiliki tingkat bagi konsumen dan dapat dijadikan gambaran bagi perusahaan untuk lebih ditingkatkan lagi.

Customer Statisfaction Performance

Customer Statisfaction Performance bertujuan untuk mengetahui penilaian tingkat kepuasan pelanggan terhadap variabel tentang produk dupa. Dimana nilai ini didapatkan dari rata-rata nilai tingkat kepuasan pelamggan/konsumen produk di UMKM pembuatan dupa secara keseluruhan pada tiap variabel.

Tabel 6 Tabel Customer Statisfaction Performance

No	Atribut	Mean	Rank
1	Produk dupa ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen	3,66	9
2	Produk ini mampu bersaing dengan produk lain	3,7	14
3	Perlu adanya peningkatan kualitas bahan baku, tambahan variasi dan desain	3,65	10
4	Informasi tentang produk cukup jelas	3,76	7
5	Produk mudah di peroleh	3,98	2
6	Stok selalu tersedia ditoko	3,7	15
7	Harga terjangkau	3,78	6
8	Harga sesuai kualitas	4,05	1
9	Harga bisa bersaing dengan produk lain	3,93	4
10	Bahan ramah lingkungan	3,95	3
11	Tersedia dalam beberapa varian wanggi	3,85	5
12	Produk dikemas secara rapi	3,61	12
13	Desain kemasan menarik	3,65	11
14	Strategi penjualan menarik	3,7	16
15	Adanya tenaga penjualan	3,66	8
16	fasilitas penjualan yang baik	3,61	13

Sumber: Pengolahan Data

Contoh perhitungan manual Customer Statisfaction Performance:

$$\begin{aligned}
 &3+3+4+4+5+4=4+3+4+3+4+3+3+4+4+3+5+4 \\
 &+3+3+4+4+4+4+3+3+4+4+3+3+4+4+3+3+4+ \\
 &4+4+3+3++4+4+4+5+5+5+4+4+4+4+3+3+3+
 \end{aligned}$$

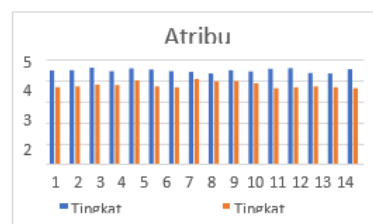
$$\begin{aligned}
 &3+4+3+3+4+4+3+3= \\
 &220/60 = 3,66
 \end{aligned}$$

Pada tabel diatas diperoleh nilai rata-rata tertinggi tingkat kepuasan konsumen pada

atribut nomor 8 “harga sesuai kualitas” dengan nilai 4,05 Berarti atribut ini memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dan dibutuhkan oleh konsumen atribut ini dapat dijadikan gambaran bagi perusahaan untuk lebih ditingkatkan lagi.

Goal perusahaan

Goal ini merupakan perbandingan dari tingkat kepentingan konsumen terhadap tingkat kepuasan konsumen di UMKM pembuatan dupa. Goal perusahaan merupakan level performance yang ingin dicapai untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan (costumer needs). Goal merupakan kepuasan pelanggan yang ingin dicapai oleh perusahaan berdasarkan kondisi tingkat kepuasan sebenarnya. Penentuan target kepuasan pelanggan memberikan efek yang besar dalam prioritas sepanjang proyek pengembangan. Penggunaan nilai target ditentukan dari tingkat kepuasan pelanggan. Jika tingkat kepuasan pelanggan rendah, maka perlu dinaikkan.



Gambar 1 Goal Perusahaan
Sumber: Pengolahan Data

Dari hasil gambar diatas dapat dilihat pada semua jumlah atribut, dari atribut pertama sampai atribut terakhir menunjukkan bahwa nilai kepentingannya lebih besar daripada nilai kepuasannya, yang berarti produk itu harus ditingkatkan kualitasnya.

Raw Weight dan Normalized Raw Weight

Tabel ini berisi perhitungan nilai dari data dan keputusan yang berisi dari voice of customer (VOC). Analisa ini sangat penting untuk melakukan pengembangan dari keinginan pelanggan yang berdasarkan pada importance to customer, improvement ratio dan sales point. Maka didapatkan nilai raw weight untuk setiap atributnya. Nilai raw weight dan normalized raw weight.

Tabel 7 Voice of Customer (VOC)

No	Atribut	Mean	Rank
1	Produk dupa ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen	5,49	0,038
2	Produk ini mampu bersaing dengan produk lain	6,54	0,046
3	Perlu adanya peningkatan kualitas bahan baku, tambahan variasi dan desain	8,47	0,059
4	Informasi tentang produk cukup jelas	7,89	0,055
5	Produk mudah di peroleh	6,34	0,044
6	Stok selalu tersedia ditoko	8,32	0,058
7	Harga terjangkau	8,16	0,057
8	Harga sesuai kualitas	8,65	0,061
9	Harga bisa bersaing dengan produk lain	4,79	0,033
10	Bahan ramah lingkungan	6,16	0,043
11	Tersedia dalam beberapa varian wanggi	7,67	0,054
12	Produk dikemas secara rapi	5,84	0,041
13	Desain kemasan menarik	6,97	0,049
14	Strategi penjualan menarik	7,75	0,054
15	Adanya tenaga penjualan	5,18	0,036
16	fasilitas penjualan yang baik	6,89	0,048

Sumber: Pengolahan Data

Dari hasil tabel diatas maka diketahui pada atribut “Harga sesuai kualitas” mempunyai nilai raw weight tertinggi yaitu 8,65 dengan nilai normalized raw weight 0,061. Jadi atribut tersebut sangat dibutuhkan dan harus menjadi

perhatian pihak UMKM pembuatan dupa untuk meningkatkan atribut tersebut terlebih dahulu untuk memenuhi kepuasan konsumen yang membeli produk dan bisa meningkatkan kualitas.

Respon Teknis

Respon teknis dimunculkan untuk memenuhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap setiap atribut dalam voice of costumer. Respon teknis merupakan tanggapan yang diberikan oleh pihak UMKM dupa Codo untuk memnuhi kebutuhan konsumen (costomer needs).

Tabel 8 Respon Teknis

No	Respon teknis
1	Menjamin kualitas produk dupa sesuai dengan standart
2	Melakukan pemeriksaan sebelum produk dikemas
3	Memberikan produk yangberkualitas
4	Merancang desain baru dengan mengikuti trend saat ini
5	Menyebarkan produk secara merata di toko kecil maupun toko besar
6	Melakukan penyesuain harga sesuai pasaran

Sumber: Pengolahan Data

Pembahasan

Adapun dari hasil Goal Perusahaan yang menunjukkan bahwa nilai kepentingan lebih besar dari nilai kepuasan konsumen, yang berarti peoduk harus benar - benar meningkatkan kualitasnya.

1. Dari atribut harga pada analisa yang sudah dilakukan dengan QFD (Quality Function Deployment) terdapat hasil indikator “Harga Sesuai Kualitas” dengan nilai 4,43. Atribut ini harus diperhatikan untuk memenuhi kepuasan konsumen yang membeli produk. Maksud dari indikator ini bahwa harga jual sudah terjangkau karena dibawah standar 5.
2. Pada penggunaan QFD (Quality Function Deployment) untuk kualitas terdapat hasil dengan indicator “perlu adanya tambahan kualitas bahan baku, variasi dan desain dengan nilai 4,63. Maksud dari indikator ini adalah nilai dari hasil yang diinginkan oleh konsumen untuk UMKM pembuatan dupa agar dapat diusahakan untuk menjadikan indikator ini sebagai atribut yang harus diusahakan ditingkatkan lagi dengan maksimal sesuai dengan yang di harapkan oleh konsumen, dari standar yaitu 5.
3. Hasil yang diperoleh harus diusahakan oleh pemilik UMKM dupa Codo bertujuan memenuhi keinginan dan kebutuhan

konsumen dan bisa menjadi langkah yang bisa di ambil pemilik UMKM untuk meningkatkan kualitas atribut tersebut sesuai yang diharapkan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil goal perusahaan diperoleh hasil kepentingan lebih besar dari kepuasan konsumen, yang berarti kualitas produk UMKM Dupa Codo harus ditingkatkan.
2. Hasil analisa QFD (Quality Function Deployment) UMKM pembuatan dupa untuk menganalisa kualitas produk di peroleh indikator yang penting meningkatkan dari segi kualitas dengan menambah pada penggunaan bahan baku yang digunakan menambah inovasi produk dari segi aroma dan variasi produk dari segi bentuk dan ukuran penambahan desain yang lebih menarik. Hasil yang diperoleh dengan indikator ini yaitu 4,63 dengan yang diharapkan oleh konsumen, dari standar 5. Kualitas dari produk ini dituntut untuk diperbaiki dan diusahakan pemillik UMKM Dupa Codo mampu untuk mengembangkan.
3. Harga sesuai kualitas sudah sesuai dengan keinginan konsumen (terjangkau) yaitu 4,43 dari standar 5. Menjadi indikator keinginan konsumen yang harus dipertahankan dan diperhatikan. Indikator harga pada penelitian ini sudah terjangkau karena dibawah standar 5.

Saran

1. UMKM dupa diusahakan lebih memperhatikan bahan baku yang di pergunakan, untuk menciptakan produk yang lebih berkualitas.
2. Diusahakan memberikan inovasi lebih untuk produk dupa dengan memenuhi keinginan konsumen. Diusahakan mengganti desain produk menambah kualitas bahan baku, menambah varian dan improve ke segala aspek yang di nilai masih kurang.
3. Diusahakan selalu memperhatikan setiap proses pembuatan produk agar produk yang di hasilkan bisa memenuhi apa keinginan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Pengaruh Periklanan Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Indonesia di Masa Pandemi. *Jurnal brand*, 123-130.
- Batubara, B. L. H. (2014). Perbaikan Kualitas Layanan Dengan Metode Servqual, Kano dan Quality Function Deployment (QFD) di Krakatoa Coffee and Gemstone. *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Fakultas Teknik Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Chaffey, D. F. E. C. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition. In *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Davide, M. (2014). *Practical Manual of Quality Function Deployment*. Switzerland.
- Effendi, U. (2015). Analisa Perencanaan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Konsumen Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*.
- Eisingerich, A. B. and Rubera, G. (2018). Drivers of Brand Commitment: A Cross-National Investigation. *Journal of International Marketing*, 18(2), 64-79.
- Ginting, G. A. (2014). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Quality Function Deployment (QFD); (Studi Kasus Japanese Mathematics Center Sakamoto Method Cabang Multatuli Medan). *Skripsi*. Tidak Diterbitkan.
- Hadi, D. F. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Untuk Bersaing di era Pandemi. *Competitive*.
- Hutabalian, I. W. (2015). Aplikasi Metode Quality Function Deployment (QFD) Untuk Peningkatan Kualitas Bahan Baku.
- Jayadi, R. P. dan Efendi, Z. (2018). Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Makanan Tradisional Lemang Tapai di Kota Bengkulu.
- Limandono, J. A. D. D. (2018). Pengaruh Content Marketing dan Event Marketing Terhadap Customer Engament Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Modernisasi di Pakuwon City. *Jurnal strategi pemasaran*.
- Nuriawati. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis*. Izzi, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Rucitra, A. L. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan dan Strategi Peningkatan Kualitas Keripik Nangka Menggunakan QFD (Studi Kasus CV. Aneka Rasa, Dau Malang).
- Simarmata, N. M. (2015). Aplikasi Integrasi Metode Fuzzy Servqual dan Quality Function Deployment (QFD) Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Pendidikan (Studi Kasus: SMP Swasta Cinta Rakyat 3 Pematang Siantar). *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Suryadi. (2015). Perbaikan Rancangan Produk Menggunakan Metode Quality Function Deployment dan Design for Manufacturing and Assembly. *Skripsi*. Tidak Diterbitkan. Fakultas Teknik Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Suryaningrat, I. B. (2020). Produk Quality Analisis of Pia Edamame Using Quality Funcation Deployment Method. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*.