

ABSTRAK

Persaingan dalam industri kuliner, khususnya sambal kemasan, semakin meningkat seiring dengan perubahan preferensi konsumen yang menginginkan produk praktis namun tetap bercita rasa khas Nusantara. Saruhan, sebagai merek sambal rumahan, perlu melakukan inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama di kalangan Generasi Z di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan pasar menggunakan pendekatan *House of Quality* (HoQ).

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Wawancara terbuka dilakukan dengan konsumen untuk memetakan *Customer Journey Mapping* (CJM), yang bertujuan untuk memahami pengalaman dan perjalanan pelanggan dari awal mengenal hingga membeli produk. Sementara itu, analisis *Value Proposition* digunakan untuk menggali nilai yang diharapkan pelanggan dari produk Saruhan. Selanjutnya, wawancara tertutup menggunakan kuesioner diterapkan dalam analisis *House of Quality* (HoQ) untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan menjadi spesifikasi teknis produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z mengutamakan pengalaman pembelian yang praktis dan interaktif, serta nilai utama yang mereka cari dalam produk Saruhan adalah cita rasa otentik, variasi tingkat kepedasan, dan kemasan yang menarik. dan analisis Nvivo pada *customer journey* dan *value proposition* menunjukkan pada setiap indikatornya bahwa sudah cukup informatif terhadap perjalanan konsumen dan nilai produk pada sambal Saruhan. Analisis HoQ mengungkapkan bahwa aspek utama yang perlu ditingkatkan adalah standarisasi produksi, daya tahan, kemasan yang lebih ergonomis, serta strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan daya tarik dan keterjangkauan produk di pasar.

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa inovasi produk berbasis kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan daya saing Saruhan. Oleh karena itu, Saruhan disarankan untuk terus melakukan riset pasar, mengembangkan variasi produk, serta memperkuat branding melalui media sosial guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Saruhan akan menggunakan kemasan sachet dari plastik polipropilen dan petcan berbahan kaleng untuk kepraktisan. Standarisasi produk dijaga melalui kerja sama dengan Pawon Aqila Sejahtera. Kemasan akan mencantumkan level kepedasan, yaitu pedas aman dan pedas dahsyat, sesuai preferensi pelanggan. Selain itu, Saruhan menambahkan varian sambal mangga dengan jando sapi dan sambal matah dengan cumi. Langkah-langkah ini bertujuan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, *House of Quality*, *Value Proposition*, *Customer Journey Mapping*, Kepuasan Konsumen.