

ABSTRAK

UMKM Mochi Sweet Bonds mengalami penurunan penjualan meskipun telah melakukan promosi melalui berbagai media, termasuk Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan pelanggan dan mengusulkan inovasi produk menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD). Data diperoleh melalui kuesioner terhadap 100 responden dan dianalisis menggunakan pendekatan House of Quality (HOQ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan menginginkan varian rasa baru, bentuk mochi yang konsisten, dan promosi yang menarik. Atribut teknis yang menjadi prioritas antara lain *quality check* pasca produksi dan pengembangan varian rasa tradisional. Strategi teknis seperti penambahan tepung pada permukaan mochi, penggunaan cetakan, serta penjadwalan promo bulanan diidentifikasi sebagai solusi utama. Penerapan QFD dalam penelitian ini memberikan arah strategis bagi UMKM dalam meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, Mochi Sweet Bonds, QFD, House of Quality, Inovasi Produk