

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PROFIL USAHA TERHADAP KUALITAS PRODUK NABAS TO'O JHON DI KELURAHAN OESAPA

Profil usaha merupakan aspek penting yang membentuk daya saing dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya dalam sektor kuliner yang sangat dipengaruhi oleh selera dan persepsi konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2020), citra merek merupakan persepsi konsumen terhadap sebuah merek yang dibentuk melalui pengalaman langsung atau tidak langsung. Sementara itu, Narver dan Slater (2000) menekankan pentingnya orientasi pelanggan sebagai pendekatan strategis dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta Drucker (2001) yang menyatakan bahwa inovasi merupakan elemen kunci dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Ketiga aspek tersebut menjadi bagian penting dari profil usaha yang diyakini dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk.

Dalam konteks ini, UMKM kuliner Nabas To'o Jhon di Kelurahan Oesapa menjadi contoh menarik karena keberhasilannya dalam membangun citra merek, menerapkan orientasi pelanggan, dan berinovasi dalam produknya. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profil usaha terhadap kualitas produk pada UMKM kuliner di Kelurahan Oesapa. Variabel profil usaha dalam penelitian ini diukur melalui tiga indikator, yaitu: citra merek/produk, orientasi pelanggan, dan inovasi. Sementara kualitas produk diukur melalui enam indikator: kesesuaian dengan harapan konsumen, konsistensi mutu, kepuasan konsumen, persepsi terhadap nilai produk, keunikan dan nilai tambah, serta kemudahan akses dan konsumsi.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nabas To'o Jhon, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan melalui rumus Rao Purba. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi linear sederhana, uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial profil usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), nilai t-hitung 6,655 $>$ t-tabel 1,661. Uji F menunjukkan F-hitung sebesar 44,283 $>$ F-tabel

3,942, dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,320 mengindikasikan bahwa sebesar 32,0% variasi kualitas produk dipengaruhi oleh profil usaha, sedangkan sisanya 68,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa profil usaha berperan penting dalam meningkatkan kualitas produk pada UMKM kuliner, khususnya melalui penguatan citra merek, orientasi pelanggan, dan inovasi. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pelaku UMKM untuk secara strategis mengelola profil usaha sebagai upaya membangun kualitas produk yang kompetitif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Profil Usaha dan Kualitas Produk.