

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki kontribusi yang signifikan dalam perekonomian nasional, termasuk dalam sektor kuliner yang terus berkembang mengikuti dinamika selera masyarakat. Di tengah persaingan yang semakin kompetitif, kualitas produk menjadi faktor penentu dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan menarik pelanggan baru. Terlebih lagi, dalam konteks UMKM kuliner, kualitas produk bukan hanya mencakup rasa dan penyajian makanan, tetapi juga menyangkut persepsi konsumen terhadap pelayanan, kebersihan, inovasi menu, serta identitas atau citra usaha yang ditampilkan.

Salah satu UMKM kuliner yang menarik perhatian publik di Kota Kupang, khususnya di Kelurahan Oesapa, adalah Nabas To'o Jhon. Usaha ini dikenal sebagai penyedia makanan non-halal berupa nasi babi yang setiap malam dipadati pengunjung. Fenomena ini mencerminkan keberhasilan Nabas To'o Jhon dalam membangun suatu identitas usaha yang kuat di tengah masyarakat dengan segmentasi pasar yang spesifik. Kesuksesan tersebut tidak terlepas dari profil usaha yang mereka bangun, yang meliputi branding atau citra merek yang khas, orientasi terhadap kepuasan pelanggan, dan inovasi produk yang terus disesuaikan dengan permintaan pasar.

Menurut Kotler dan Keller (2020), citra merek merupakan persepsi dan keyakinan konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk dari pengalaman

langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini, citra merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan dan persepsi positif konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Sementara itu, orientasi pelanggan menurut Narver dan Slater (2000) adalah suatu pendekatan strategis yang menempatkan kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan usaha. Orientasi ini akan mendorong pelaku UMKM untuk berinovasi secara berkelanjutan dan merespons dinamika pasar dengan lebih adaptif.

Selain itu, Drucker (2001) menyatakan bahwa inovasi merupakan salah satu fungsi utama dalam sebuah bisnis, karena melalui inovasi, produk atau layanan dapat terus disesuaikan dengan perubahan kebutuhan pasar. Inovasi dalam konteks usaha kuliner mencakup pembaruan menu, teknik penyajian, serta kreativitas dalam menyampaikan nilai tambah kepada pelanggan.

Namun demikian, keberhasilan Nabas To'o Jhon juga menimbulkan pertanyaan yang lebih kompleks mengenai keterkaitan antara profil usaha dan kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen. Apakah branding yang kuat mampu menciptakan persepsi positif yang konsisten terhadap kualitas produk? Sejauh mana orientasi pelanggan yang diterapkan dalam strategi usaha mampu membentuk kepuasan konsumen secara berkelanjutan? Dan bagaimana inovasi yang dilakukan oleh usaha kuliner ini mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai dan kualitas produk yang ditawarkan?

Permasalahan tersebut menjadi semakin relevan ketika melihat pentingnya kualitas produk sebagai representasi dari keseluruhan pengalaman konsumen. Dalam konteks ini, kualitas produk tidak hanya dipandang dari sisi objektif seperti

rasa, tekstur, dan penyajian, tetapi juga dari sisi subjektif seperti persepsi dan kepuasan pelanggan. Zeithaml et al. (2006) mendefinisikan kualitas produk sebagai persepsi konsumen atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk dalam memenuhi harapan mereka. Dengan kata lain, kualitas produk menjadi cerminan dari bagaimana profil usaha dikembangkan dan diimplementasikan secara strategis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profil usaha yang ditinjau dari aspek citra merek, orientasi pelanggan, dan inovasi terhadap kualitas produk pada UMKM kuliner di Kelurahan Oesapa, dengan studi kasus pada Nabas To'o Jhon. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat ditemukan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana strategi usaha dalam membentuk citra dan menjalin hubungan dengan pelanggan dapat memberikan dampak nyata terhadap persepsi konsumen atas kualitas produk. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM kuliner lainnya dalam mengembangkan profil usaha yang berorientasi pada kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

Permasalahan analisis pengaruh profil usaha terhadap kualitas produk ini juga memiliki keterkaitan dengan penelitian terdahulu oleh Denita Novia Handayani (2022). Pengaruh Orientasi Pelanggan, Produk Inovatif, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kerajinan Tangan di Kota Pontianak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pelanggan, produk inovatif, dan kualitas produk terhadap pengelolaan kinerja pemasaran. Hasil penelitian membuktikan bahwa

ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Sementara penelitian dari Yogie Wijaya Rd, Mursalim, Sabri Hasan (2024) meneliti dengan judul penelitian: Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan yang Dimediasi oleh Minat Beli pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM Abon Ikan Tuna) di Kecamatan Sinjai Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan minat beli terhadap produk abon ikan tuna. Hasil penelitian membuktikan bahwa ketiga variabel berpengaruh/signifikan terhadap kepuasan minat beli konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian ini karena peneliti ingin mencaritahu **“Analisis Pangaruh Profil Usaha terhadap Kualitas Produk Nabas To’o Jhon di Kelurahan Oesapa”**

1.2 Masalah penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah Analisis Pangaruh Profil Usaha terhadap Kualitas Produk Nabas To’o Jhon di Kelurahan Oesapa.

1.3 Persoalan Penelitian

Persoalan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

Apakah profil usaha berpengaruh terhadap kualitas produk Nabas To’o Jhon?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh profil usaha terhadap kualitas produk Nabas To’o Jhon

2. Manfaat Penelitian

- a) **Manfaat Akademik:** Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dalam hal profil usaha dan kualitas produk. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna untuk mahasiswa agar dapat dijadikan sebagai referensi dalam pembelajaran serta penelitian selanjutnya yang akan membahas topik yang sama.
- b) **Manfaat Praktis:** Penelitian ini diharapkan menambah wawasan yang lebih luas mengenai profil usaha dan kualitas produk umkm serta mampu dijadikan sebagai bahan pustaka ataupun referensi untuk pembandingan dipenelitian berikutnya.