

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasannya telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel profil usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk Nabas To'o Jhon.

5.2 Implikasi Teoritis

Berikut ini dijelaskan implikasi teoritis dalam penelitian ini berdasarkan penelitian terdahulu:

Berdasarkan kerangka teoritis dan hasil empiris dari penelitian ini, ditemukan bahwa profil usaha yang mencakup citra merek, orientasi pelanggan, dan inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas produk pada UMKM kuliner Nabas To'o Jhon di Kelurahan Oesapa. Temuan ini menegaskan bahwa strategi pengelolaan usaha yang terfokus pada pembentukan citra merek yang kuat, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, serta penerapan inovasi secara konsisten, mampu meningkatkan persepsi dan kualitas produk di mata konsumen.

Hasil ini sejalan dengan pemikiran Kotler dan Keller (2020) yang menyatakan bahwa citra merek berperan penting dalam membentuk persepsi positif konsumen terhadap kualitas produk, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, citra merek yang dibangun oleh Nabas To'o Jhon memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan.

Selanjutnya, temuan ini memperkuat konsep orientasi pelanggan yang dikemukakan oleh Narver dan Slater (2000), yaitu bahwa pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen mendorong usaha untuk lebih adaptif dan responsif. Hal ini terbukti pada UMKM yang diteliti, di mana penyesuaian layanan dan produk dilakukan secara aktif demi memenuhi ekspektasi pelanggan.

Inovasi juga terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kualitas produk, sejalan dengan pandangan Drucker (2001) yang menekankan bahwa inovasi adalah elemen kunci dalam pengembangan bisnis. Inovasi dalam bentuk modifikasi menu, penyajian, dan pelayanan di Nabas To'o Jhon telah meningkatkan persepsi konsumen terhadap keunikan dan nilai tambah produk.

Dukungan terhadap temuan ini juga datang dari penelitian oleh Yogie Wijaya Rd, Mursalim, dan Sabri Hasan (2024) yang menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Abon Ikan Tuna. Demikian pula, penelitian oleh Denita Novia Handayani (2022) membuktikan bahwa orientasi pelanggan dan inovasi produk memberikan kontribusi terhadap kinerja pemasaran UMKM kerajinan tangan di Kota Pontianak.

Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa pengelolaan profil usaha secara strategis memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kualitas produk, khususnya dalam konteks UMKM kuliner.

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa profil usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk, maka terdapat beberapa implikasi terapan yang dapat dijadikan acuan oleh pelaku UMKM kuliner, khususnya oleh pemilik Nabas To'o Jhon maupun UMKM lain di Kelurahan Oesapa.

1. Penguatan Citra Merek/Produk (*Brand Image*):

Usaha seperti Nabas To'o Jhon perlu membangun citra merek yang kuat dan konsisten di benak konsumen. Hal ini dapat dilakukan melalui desain identitas visual (seperti logo, kemasan, dan banner yang menarik), pemanfaatan media sosial untuk promosi visual produk, serta menjaga konsistensi dalam pelayanan. Citra merek yang positif akan membentuk persepsi awal konsumen terhadap kualitas produk bahkan sebelum mereka mencobanya secara langsung.

2. Peningkatan Orientasi terhadap Pelanggan:

Pelaku UMKM perlu lebih aktif dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal ini bisa diterapkan dengan cara meminta masukan secara langsung dari pelanggan (*feedback*), menciptakan menu yang responsif terhadap tren selera, serta memberikan pelayanan yang ramah dan cepat. Orientasi terhadap pelanggan akan meningkatkan kepuasan, yang merupakan salah satu indikator utama dari kualitas produk.

3. Pengembangan Inovasi Produk:

Inovasi dalam produk dan penyajian menjadi faktor penting yang tidak hanya membedakan produk dari kompetitor tetapi juga meningkatkan persepsi konsumen terhadap nilai tambah. Dalam konteks kuliner seperti Nabas To'o Jhon, inovasi bisa berupa variasi menu baru dari olahan babi, pengemasan makanan siap saji, ataupun penggunaan sistem pre-order online. Inovasi yang berkelanjutan akan memperkuat persepsi konsumen terhadap keunikan, kemudahan konsumsi, dan nilai eksklusif dari produk yang ditawarkan.

4. Peningkatan Dimensi Kualitas Produk:

Mengacu pada indikator kualitas produk, pelaku usaha perlu secara konsisten memastikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen baik dari segi rasa, tekstur, penyajian, dan kebersihan. Di samping itu, menjaga konsistensi mutu, serta memberikan kemudahan akses seperti layanan antar atau jam buka yang lebih fleksibel dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

5. Penerapan Sistem Evaluasi Kualitas Berbasis Konsumen:

Mengingat pentingnya persepsi konsumen dalam menentukan kualitas produk, maka usaha seperti Nabas To'o Jhon perlu menerapkan sistem evaluasi rutin yang melibatkan konsumen sebagai responden, baik melalui kuesioner sederhana, review online, maupun sistem rating pada platform digital. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan untuk perbaikan dan pengembangan produk selanjutnya.

6. Bagi peneliti selanjutnya Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya, agar melakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lainnya yang tidak dapat diteliti oleh penulis.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengelolaan profil usaha secara terstruktur dan terencana akan membawa dampak nyata terhadap peningkatan kualitas produk, baik dari sudut pandang objektif (mutu, penyajian) maupun subjektif (kepuasan dan persepsi konsumen). Bagi UMKM di sektor kuliner, terutama di wilayah seperti Kelurahan Oesapa, strategi terapan ini menjadi penting untuk meningkatkan daya saing usaha di tengah pertumbuhan pasar yang semakin kompetitif dan juga agar penelitian ini menjadi bahan acuan untuk diteliti lagi karena masih ada sekitar 68,0% yang belum menjadi fokus penelitian ini.