

**YAYASAM LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

**ANALISIS KUALITAS PRODUK  
(USAHA MIKRO PEMBUATAN TAHU DI JALAN PURNAMA DESA  
PANDAU JAYA KECAMATAN SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Bidang Ilmu Sosial program Studi Administrasi Bisnis  
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Islam Riau



**OLEH:**

**TUTUT SETIA NINGSIH**

**NPM: 167210848**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

**2021**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

---

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Tutut Setia Ningsih  
NPM : 167210848  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)  
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)

Format sistematika dan pembahasan masing-masing bab dan sub-sub bab dalam skripsi ini telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan ketentuan normatif dan Kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk di uji dalam sidang ujian komprehensif.

Pekanbaru, 09 maret 2022

Turut Menyetujui  
Program Studi Administrasi Bisnis



Arief Rifa'i Harahap, S.Sos., M.Si

Pembimbing

Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI**

Nama : Tutut Setia Ningsih  
NPM : 167210848  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)  
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Konferehensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana.

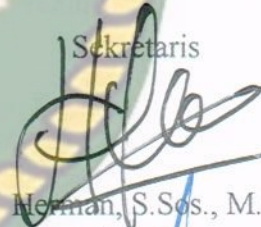
Pekanbaru, 09 maret 2021

Ketua



Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si

Sekretaris



Herman, S.Sos., M.Si  
Anggota

Dr. H. Moris Adidi Yogia. M.Si

Menyetujui,  
Wakil Dekan I,



Indra Satri, S.Sos., M.Si



**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**NOMOR : 1726/UIR-FS/KPTS/2021**  
**TENTANG TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA**

**DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

- menimbang** : 1. Bahwa untuk mengevaluasi tingkat kebenaran penerapan kaidah dan metode penelitian ilmiah dalam naskah Skripsi Mahasiswa maka dipandang perlu untuk diuji dalam forum ujian komprehensif.  
2. Bahwa Tim Penguji dimaksud perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.
- mengingat** : 1. UU Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional  
2. PP Nomor: 60 Tahun 1999 Tentang Sistem Pendidikan Tinggi  
3. SK. Mendiknas RI Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.  
4. SK Rektor UIR Nomor: 344/UIR/KPTS/2015 tentang Kurikulum Baru Fisipol UIR  
5. SK Rektor UIR Nomor: 258/UIR/KPTS/2020, tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2020-2024.
- memperhatikan** : Rekomendasi Ka Prodi dan Wakil Dekan I Bidang Akademik (WD.I) tentang Usulan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa.

**MEMUTUSKAN**

- ditetapkan** : 1. Dosen Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa atas nama yang tersebut dibawah ini :
- Nama : Tutut Setia Ningsih  
N P M : 167210848  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)  
Judul Skripsi : **“Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)”**
1. Dr. Hj. Rosmayani, M.Si.                      Sebagai Ketua merangkap Penguji
  2. Herman, M.Si                                  Sebagai Sekretaris merangkap Penguji
  3. Dr. H. Moris Adidi Yogia. M.Si              Sebagai Anggota merangkap Penguji
2. Tim Penguji melaksanakan tugas dan mengisi serta menandatangani berkas ujian sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas.
3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Ditetapkan di                      : Pekanbaru  
Pada Tanggal                     : 28 Desember 2021  
Dekan

  
**Dr. Syahrul Akmal Latif., M.Si**  
**NPK. 080102337**

Salinan Disampaikan Kepada :  
Yth. Bapak Rektor UIR  
Yth. Sdr. Ka. Biro Keuangan UIR  
Yth. Ketua Jurusan ADM Bisnis.....  
Arsip -----sk.penguji

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

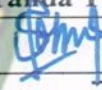
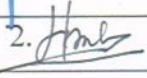

---

**BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSIF SKRIPSI**


Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 1726/UIR-Fs/Kpts/2021 tanggal 28 Desember 2021 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 30 Desember 2021 jam 08.00 – 09.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Tutut Setia Ningsih  
NPM : 167210848  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)  
Judul Skripsi : “Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)”

Nilai Ujian : Angka : ” 79 ” ; Huruf : ” B+ ”  
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ / ~~Ditunda~~  
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Hj. Rosmayani, M.Si.	Ketua	1. 
2.	Herman, M.Si	Sekretaris	2. 
3.	Dr. H. Moris Adidi Yogia. M.Si	Anggota	3. 

Pekanbaru, 30 Desember 2021  
An. Dekan

  
**Indra Safri, S.Sos, M.Si**  
Wakil Dekan I Bid. Akademik



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Tutut Setia Ningsih  
NPM : 167210848  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)  
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh Mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukkan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administratif dan akademis, oleh karena itu dapat disyahkan sebagai sebuah Karya Ilmiah

Pekanbaru, 09 Maret 2022

Ketua



Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si

Sekretaris



Herman, S.Sos., M.Si

Turut menyetujui,

Wakil Dekan I,


Indra Safri, S.Sos., M.Si

Program Studi Administrasi Bisnis

Ketua,

  
Arief Rifa'i Harahap, S.Sos, M.Si

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin Penulis mengucapkan Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan dan semangat dalam menyelesaikan Usulan penelitian yang berjudul “**Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)**”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelas sarjana sosial pada program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru.

Penulis dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun usulan ini sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari naskah usulan penelitian ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal tersebut penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca.

Pada kesempatan yang baik ini tak lupa penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya baik secara langsung maupun tidak langsung atas segala dukungan, bantuan, bimbingan, pengarahan, nasehat dan pemikiran dari sebagai pihak selama proses studi dan juga selama proses penyusunan Skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi., MCL, selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menuntut ilmu pada fakultas ilmu sosial dan ilmu politik.

2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang menyediakan fasilitas dan menyediakan kesempatan pada penulis dalam menuntut ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
3. Bapak Arief Rifa'i, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis pada fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan izin dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si sebagai pembimbing yang telah sangat membantu penulis dan memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar untuk meluangkan waktunya, tenaga dan fikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis dan telah mendidik serta memberikan dorongan dan arahan selama perkuliahan.
6. Seluruh pegawai tata usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis menyelesaikan administrasi mengenai surat menyurat dan keperluan penulis yang berhubungan dengan menyelesaikan skripsi.
7. Bapak Lutfi yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan data-data dan solusi yang penulis butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teristimewa untuk Ayahanda “Nyoto” Ibunda “Siti Sundari” dan abang-abang saya “Heru Susanto” “Hengki Setiawan” “Hendri Sulistio”.



teruntuk Ayahanda dan Ibunda tercinta atas segala pengorbanan, kasih sayang serta air mata dan doa yang tak henti dipanjatkan untuk saya. Untuk abang-abang saya terimakasih telah memberikan kasih sayang, dukungan dan arahan selama ini.

9. Dan juga tidak lupa buat kawan-kawan angkatan 2016 Prodi Administrasi Bisnis Kelas C, terimakasih telah memberikan bantuan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini akan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga ilmu yang penulis peroleh ini dapat berguna untuk pengembangan Ilmu pengetahuan serta bagi nusa dan bangsa, Amin.

Pekanbaru, 09 Maret 2022

Penulis

Tutut Setia Ningsih

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI</b> .....	iii
<b>BERITA ACARA UJIAN KONFERENSIF SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	xvi
<b>ABSTRAK</b> .....	xvii
<b>ABSTRACT</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan penelitian .....	9
D. Kegunaan penelitian .....	9
<b>BAB II STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR</b>	
A. Studi Kepustakaan .....	10
1. Konsep Administrasi .....	10
2. Konsep Organisasi .....	11
3. Konsep Manajemen .....	13
4. Pemasaran .....	15
5. Manajemen Pemasaran .....	18
6. Konsep Produk .....	20
7. Kualitas Produk .....	25
8. UMKM ( Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) .....	29
B. Kajian Penelitian terdahulu .....	29

C. Kerangka Pikir .....	33
D. Konsep Operasional .....	35
E. Operasional Variabel .....	37
F. Teknik Pengukuran .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Tipe Penelitian .....	43
B. Lokasi Penelitian .....	43
C. Populasi dan Sampel .....	43
D. Teknik Penarikan Sampel .....	44
E. Jenis dan Sumber Data .....	45
F. Teknik Pengumpulan Data .....	46
G. Teknik Analisis Data .....	47
<b>BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat Desa Pandau Jaya.....	49
B. Gambaran Singkat Usaha Tahu.....	50
C. Struktur tugas dan fungsi Organisasi .....	50
D. Tugas dan fungsi .....	51
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Identitas Responden Penelitian .....	54
B. Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)	56
1. Kinerja ( <i>Performance</i> ) .....	57
2. Fitur ( <i>Features</i> ) .....	59
3. Keandalan ( <i>Reliability</i> ). .....	61
4. Kesesuaian dengan Spesifikasi ( <i>Comformance To Specifications</i> ) ...	64
5. Daya Tahan ( <i>Durability</i> ) .....	67
6. Kemampuan Pelayanan ( <i>Service ability</i> ) .....	70
7. Estetika ( <i>Aesthetic</i> ). .....	73
8. kualitas yang dipersepsikan ( <i>perceived quality</i> ) .....	76

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 79

B. Saran ..... 80

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



Dokumen ini adalah Arsip Miik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I. 1. : Daftar Kemasan Beserta Isi dan Harga Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu .	6
II.1. : Penelitian Terdahulu.....	30
II.2. : Operasional Variabel Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu) .....	37
III.3. : Pengukuran Skala Likert .....	39
III. 1. : Populasi dan Sampel Penelitian .....	44
V. 1 : Distribusi responden penelitian berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
V.2 : Distribusi Responden penelitian Berdasarkan Umur .....	55
V.3 : Distribusi Responden penelitian berdasarkan Tingkatan Pendidikan .....	56
V.4. : Distibusi Jawaban Responden Pelanggan dan Konsumen Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Kinerja ( <i>Performance</i> ) .....	57
V.5. : Distribusi Jawaban Responden Pelanggan dan Konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Fitur ( <i>Features</i> ) .....	60
V.6. : Distribusi Jawaban Responden Pelanggan dan Konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Keandalan ( <i>Reliability</i> ) .....	62
V.7. : Distribusi Jawaban Responden Pelanggan Dan Konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Kesesuaian dengan Spesifikasi ( <i>Comformance To Specifications</i> ) .....	65
V.8. : Distribusi Jawaban Responden Pelanggan Dan Konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Daya Tahan ( <i>Durability</i> ) .....	68

V.9.	: Distribusi Jawaban Responden Pelanggan dan konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya mengenai Indikator Kemampuan Pelayanan (Service ability) .....	71
V.10.	: Tanggapan Responden Pelanggan dan Konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Estetika (Aestheti.....	74
V.11.	: Distribusi Jawaban responden pelanggan dan konsumen usaha mikro pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya terhadap indikator kualitas yang dipersepsikan ( <i>perceived quality</i> ) .....	76
V.12.	: Rekapitulasi Jawaban responden penelitian mengenai Kualitas Produk Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar .....	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II.1 : Kerangka Pikir Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu) .....	34
IV.1. : Struktur Organisasi Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya) .....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar Kuesioner Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar) .....
- Lampiran 2. Daftar Wawancara Penelitian Analisis Kualitas Produk ( Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampa) .....
- Lampiran 4. Rekap Telly Kualitas Produk Usaha Mikro Pembuatan Tahu .....
- Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian Analisis Kualitas Produk ( Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar) .....
- Lampiran 4. Surat Keterangan Penelitian Analisis Kualitas Produk ( Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar) .....
- Lampiran 5. Surat Riset Penelitian Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar) .....
- Lampiran 6. Surat Keputusan Dekan Fisipol UIR Tentang Penetapan Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi Mahasiswa .....
- Lampiran 7. Surat Keterangan Jurnal Online Mahasiswa .....
- Lampiran 8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi Skripsi .....
- Lampiran 9. Sertifikat Lulus Tes Baca Al-Qur'an Mahasiswa.....



## SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian Skripsi yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tutut Setia Ningsih

NPM : 167210848

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian Skripsi ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa, naskah Skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa, apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konfrehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 04 November 2021  
Pelaku Pernyataan

Tutut Setia Ningsih

**ANALISIS KUALITAS PRODUK  
(USAHA MIKRO PEMBUATAN TAHU DI JALAN PURNAMA DESA  
PANDAU JAYA KECAMATAN SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR)**

**Abstrak**

**Oleh**

**Tutut Setia Ningsih**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, adapun responden penelitian yaitu pekerja usaha tahu dan pemilik sebagai informan. Setelah melakukan pengumpulan, pengolahan data dapat di ambil kesimpulan kualitas tahu yang dimiliki oleh pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dalam kategori cukup baik. kinerja produk yang di ukur dari kemasakan yaitu belum memiliki merek produk, kemudian dari indikator tekstur yang di nilai oleh responden yaitu kenyal dan tidak hancur, indikator kehandalan yang diketahui bahwa bentuk dan kualitas tahu mulai dari pembuatan, pengantaran hingga pembelian dalam kondisi dan kualitas yang baik, kesesuaian dengan spesifikasi mengenai harga yang bersaing dan kesesuaian jumlah permintaan dengan pengantaran, indikator selanjutnya mengenai ketahan tahu yang rata-rata mencapai 3 hari, dan apabila dilakukan perebusan dan di simpan ke lemari es maka mencapai 7 hari, kemudian kemampuan pelayanan yaitu kecepatan dan ketepatan pengantaran tahu baik ke pelanggan maupun lokasi warung dan pasar, dan penilaian bentuk tahu dan warna tahu yang baik serta citra dan reputasi usaha tahu pak Luthfi yang sudah cukup terkenal baik pelanggan maupun warung dan pasar di sekitar lokasi usaha. Adapun beberapa hal yang dapat disarankan antara lain untuk memberikan merek pada kemasakan tahu kemudian menambah variasi produk tahu serta meningkatkan kualitas tahu dengan menggunakan bahan baku yang lebih berkualitas dan juga kan meningkat alat-alat produksi.

**Kata Kunci:** Kualitas, produk, Usaha mikro pembuatan tahu

**PRODUCT QUALITY ANALYSIS**  
**(SMALL BUSINESS OF MAKING TOFU IN PURNAMA STREET, PANDAU**  
**JAYA VILLAGE, SIAK HULU DISTRICT, KAMPAR DISTRICT)**

*Abstract*

By

**Tutut Setia Ningsih**

*This study aims to determine and analyze the quality of tofu-making micro-enterprises on Jalan Purnama, Pandau Jaya Village, Siak Hulu District, Kampar Regency. The method used in this research is descriptive with a quantitative approach, while the research respondents are tofu business workers and owners as informants. After collecting data, it can be concluded that the quality of the tofu that is owned by the tofu maker on Jalan Purnama, Pandau Jaya Village, Siak Hulu District, Kampar Regency is in a fairly good category. Product performance is measured from maturity, namely not having a product brand, then from the texture indicators rated by the respondent, namely elasticity and non-destruction, reliability indicators are known that the shape and quality of tofu from manufacture, delivery to purchase are in good condition and quality, conformity to specifications regarding competitive prices and the suitability of the number of requests with delivery, the next indicator is the durability of tofu which averages 3 days, and if it is boiled and stored in the refrigerator, it reaches 7 days, then the service capability is speed and accuracy. delivery of tofu to customers as well as to the location of stalls and markets, and an assessment of the shape of tofu and the color of the tofu is good as well as the image and reputation of Pak Luthfi's tofu business which is quite well known both to customers and stalls and markets around the business location. There are several things that can be suggested, among others, to give a brand to the maturity of tofu, then increase the variety of tofu products and improve the quality of tofu by using higher quality raw materials and also increasing the means of production.*

**Keywords:** *Quality, product, Small Business Of Making Tofu*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Globalisasi saat ini berdampak sangat besar terhadap beberapa aspek khususnya di dunia bisnis, seperti persaingan yang semakin hari semakin ketat, Maka dari itu untuk tetap dapat bertahan pada persaingan tersebut pebisnis harus bisa menciptakan keunggulan dalam bisnisnya sehingga dapat berkompetitif secara seimbang dengan perusahaan lainnya. Secara sederhana bisnis merupakan aktivitas yang dilakukan terus menerus sebagai kegiatan memperoleh keuntungan. Di Indonesia, usaha industri kecil berkembang sangat pesat dengan berbagai produk unggulan, dengan begitu usaha industri kecil dihadapkan berbagai masalah yang membutuhkan komitmen kuat dari pemilik/pengusaha usaha industri kecil.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bertujuan menumbuhkan kembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan dekmorasi ekonomi yang adil. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan (Wilantara & Susilawati 2016; 401). Sebagian besar masyarakat Indonesia berminat dengan bidang usaha sehingga masyarakat memulai usahanya dengan membentuk usaha mikro.

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana di atur dalam undang-undang. Kriteria usaha mikro dalam UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan

Menengah) telah diatur oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 pada Pasal 6 yaitu kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan pembangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha mikro di Indonesia sudah mulai berkembang dari tahun ketahun karena pemerintah sangat mendukung usaha mikro yang dibentuk oleh masyarakat dapat meningkatkan SDM (sumber daya manusia), meningkatkan ekonomi dan membuka kesempatan pekerja lokal untuk bekerja dan dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

Dalam perekonomian dapat meningkatkan ekonomi masyarakat dengan mengembangkan usaha mikro. Dunia usaha saat ini sangat menjaga kualitas produk dan terus berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama yang harus dilakukan untuk tetap bertahan ditengah persaingan. Kualitas produk yang baik sangat dibutuhkan untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dikelola. Kualitas menjadi faktor dasar keputusan konsumen dalam banyak produk. Gejala ini meluas tanpa membedakan jenis konsumen itu perseorangan, kelompok, kelompok industri, sehingga kualitas adalah faktor kunci yang membawa keberhasilan usaha, pertumbuhan, dan peningkat posisi bersaing.

Kedelai atau kacang kedelai merupakan salah satu tanaman jenis polong-polongan yang menjadi bahan dasar pembuatan kecap, tahu dan tempe. Kedelai adalah sumber utama protein nabati dan minyak nabati. Bagi orang Indonesia olahan kedelai yang biasa disebut tahu tentulah tidak asing lagi untuk didengar,

tahu sudah termasuk makanan pokok (pengganti ikan), tahu juga dianggap makanan sehat yang jika dikonsumsi bisa bermanfaat bagi kesehatan. Tahu telah mengalami indigenisasi di Indonesia sehingga muncul berbagai varian tahu serta panganan berbahan tahu. Tampilan luar tahu ada yang berwarna putih maupun kuning. Karena populernya, tahu menjadi bagian tak terpisahkan yang ditemui ditempat makan berbagai tingkat sosial di Indonesia.

Tahu adalah salah satu makanan yang biasa disukai bagi orang Indonesia, makanan yang relatif murah dan mudah didapat selain kaya akan protein, tahu juga mengandung gizi-gizi seperti kalsium, natrium dan gizi lainnya maka tahu sering dijadikan lauk pauk dan juga cemilan. Tahu diproduksi dengan memanfaatkan sifat protein, yaitu akan menggumpal bila dicampur dengan asam cuka. Pengumpulan protein oleh asam cuka akan berlangsung secara cepat dan serentak diseluruh bagian cairan sari kedelai, sehingga sebagian besar air yang semula bercampuran dengan air kedelai akan terperangkap didalamnya.

Adapun nutrisi dari tahu per 100g mempunyai kalori 76 dengan jumlah lemak 4,8 g, tahu juga memiliki natrium 7 mg, kalium 121 mg, jumlah karbohidrat 1.9 g dan memiliki protein 8 g. Dibalik kelezatannya, tahu menyimpan kasiat medis tersendiri bahwa tahu dapat menurunkan kolestrol jahat dalam tubuh yang dilakukan oleh lelaki dan perempuan yang berusia setengah baya. Selain menurunkan kolestrol, tahu juga terbukti dapat mencegah kanker panyudara. Mereka yang mengkonsumsi tahu 25% lebih banyak mengalami peningkatan pembentukan estrogen dibanding yang tidak mengkonsumsi tahu.

Dalam kehidupan sehari-hari sering kali kita mendengar orang-orang membicarakan tentang masalah kualitas, tetapi orang akan sulit mendefinisikan

dengan tepat. Menurut Tjiptono & Diana (2003:4) kualitas merupakan suatu kondisi yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa yang sangat berhubungan dengan manusia, proses dan lingkungan dengan tujuan memenuhi harapan pengguna. Kualitas merupakan konsep yang relatif untuk mengukur kebaikan suatu jasa dan produk. Tjiptono (2008) menjelaskan kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat berguna untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut Tohar (2000:43) menjelaskan bahwa produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Kotrel dan Armstrong (2004:283) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reperasi produk juga atribut produk lainnya. David Garvin (dalam Tjiptono, 2016:134) kualitas produk memiliki delapan dimensi kualitas produk yaitu: *Performance* (kinerja), *Features* (fitur), *Reliability* (kehandalan), *Confermance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), *Durability* (daya tahan), *Serviceability* (kemampuan pelayanan), *Esthetics* (estetika), *perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan) maka bisa dikatakan produk yang mereka tawarkan memiliki kualitas yang memenuhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada usaha pembuatan tahu yang berlokasi di Jalan Purnama-Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Pemilik pabrik tahu ini adalah Bapak Luthfi. Bapak Luthfi mendirikan pabrik tahu pada tahun 2017 sampai sekarang. Awal mula berdirinya usaha pabrik tahu ini dilakukan

dengan berkerja bersama dengan kakak kandungnya, pembuatan tahu dilakukan di pabrik tahu milik kakaknya tersebut, setelah memiliki kemampuan dan bakat membuat tahu Pak Luthfi membuka pabrik tahu sendiri dengan modal kurang lebih 100 juta dan memiliki 4 (orang) karyawan termasuk bapak Luthfi dan adik dari Bapak Luthfi.

Seperti yang telah di jelaskan diatas bahwa bahan baku pembuatan tahu yaitu kacang kedelai dan asam cuka. Kacang kedelai lokal lebih tinggi kadar proteinnya dari kacang kedelai impor yaitu sekitar 40-44% sedangkan kacang kedelai impor 35-37% (BPPP, 2008). Rasa tahu yang berasal dari kedelai lokal lebih enak, rendaman kedelai pun lebih tinggi. Kualitas kacang kedelai lokal Indonesia jauh lebih bagus dari kedelai impor, selain warna yang tidak kusam dan juga segar karena langsung dipanen dan diolah. Sedangkan kacang kedelai impor selain warnanya kusam, lamanya waktu pengiriman dari negara-negara pengimpor ke Indonesia akan menurunkan kualitas kacang kedelai sebelum diolah (Ozal, 2012). Khususnya dalam memproduksi tahu bapak Luthfi menggunakan kacang kedelai impor yang bermerek Bola kedelai Usa No.1 dengan berat 50 kg, Satu karung kedelai seharga Rp. 300.000.00, di pabrik Bapak Luthfi tersebut hanya memproduksi tahu saja.

Selain membicarakan masalah tahu dan kualitas tahu, merek merupakan satu hal yang penting sebagai pengenalan produk. Merek merupakan nama, istilah, simbol desain, atau pun kombinasi yang mengidentifikasi suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan (Durianto dkk, 2001:1). Para pemasar mengatakan bahwa pemberian merek adalah seni dan landasan pemasar. Menurut Kotrel dan Amstrong (2001:357) mengatakan merek mempunyai manfaat yaitu:



1. Merek membantu konsumen untuk mengidentifikasi produk yang mungkin menguntungkan mereka.
2. Merek menyampaikan beberapa hal mengenai kualitas produk kepada pembeli.
3. Konsumen akan mendapatkan fitur, manfaat dan kualitas yang sama setiap kalinya.
4. Membantu penjual untuk melakukan segmentasi pasar.

Adapun daftar kemasan beserta isi dan harga pada usaha tahu Bapak Luthfi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.:

**Table 1.1 Daftar Kemasan Beserta Isi dan Harga Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu**

No	Kemasan	Isi	Harga
1	Ember 50kg	100	Rp. 40.000
2	Plastik 1kg	18	Rp. 5.000

**Sumber: Data Olahan Penelitian, 2020**

Dari daftar tabel di atas maka dapat mempermudah konsumen untuk melihat isi dan harga, sehingga akan menarik konsumen untuk membeli sesuai dengan kebutuhan mereka. Akan tetapi Bapak Luthfi hanya meletakkan tahu ke penjual dipasar dengan kemasan ember. Untuk masyarakat sekitar usaha pabrik pak Luthfi bisa langsung datang ketempat usaha tahu milik pak Luthfi untuk membeli.

Proses pembuatan tahu diawali dengan perendam kacang kedelai kedalam ember yang berukuran 25 kg untuk perendaman di usaha ini waktu yang dipergunakan hanya 2 jam perendaman. Perendaman kacang kedelai untuk melunakkan kacang kedelai sehingga mudah digiling, perendaman juga dapat mempermudah pengupasan kulit kacang kedelai akan tetapi perendaman yang

terlalu lama dapat mengurangi total kepadatan. Dalam proses perendaman kacang kedelai sangat berpengaruh pada hasil tahu itu sendiri. Maka semakin lama kacang kedelai di rendam akan menurunkan kadar protein di dalam tahu, sehingga kandungan gizi juga akan menurun, maka dari itu perendaman kedelai di sarankan hanya pada 4 hingga 8 jam. Menurut Anglemier dan Montgomery (1976), semakin menurunnya kadar protein dengan semakin lama perendaman disebabkan lepasnya ikatan struktur protein sehingga komponen protein terlarut dalam air.

Proses selanjutnya Penggilingan 5 menit dan penguapan 10-15 menit, untuk proses penyaringan dibutuhkan waktu 10 menit. Sari pati kacang kedelai yang akan diolah menjadi tahu. Setelah tahap penyaringan sari pati kacang kedelai diberi asam cuka agar menyatu dan menjadi bubur. Tahap selanjutnya pencetakan dan dipotong sesuai ukuran lalu dimasukkan ke wadah (ember).

Keberlangsungan usaha tentunya ditentukan oleh penjualan dan keuntungan untuk menyediakan modal, pembiayaan produksi, gaji pegawai dan pemasaran, begitu juga tahu Pak Luthfi yang tentunya dalam kegiatan usahanya menjadikan keuntungan dan penjualan sebagai tujuan utamanya. Berikut ini merupakan jumlah data penjualan Usaha Mikro Pembuatan Tahu di jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu:

**Table 1.2 Jumlah Data Penjualan Usaha Mikro Pembuatan Tahu Dijalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu**

No	Tahun	Pelanggan	Penjualan/Ember
1	2017	58	11.520
2	2018	112	17.280
3	2019	139	28.800
4	2020	160	23.040

**Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020**

Dari tabel di atas dapat dilihat pada tahun 2017 Bapak Luthfi menjual 11.520 ember tahu. Kemudian pada tahun 2018 menjual 17.280 ember tahu dan pada tahun 2019 menjual 28.800 ember tahu, sedangkan pada tahun 2020 hanya 23.040 ember tahu lebih rendah dari tahun 2019 karena peneliti hanya menghitung data penjualan delapan bulan. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan penjualan dan pelanggan pada usaha mikro pembuatan tahu di jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu mengalami peningkatan pertahunnya.

Dapat dilihat dari penjelasan di atas peneliti menyimpulkan bahwa fenomena yang terdapat dalam penelitian ini yaitu:

1. Dari awal usaha berdiri hingga tiga tahu berjalan Usaha tahu bapak Luthfi belum memiliki merek pada kemasan.
2. Dalam memproduksi tahu usaha tahu Pak Luthfi masih menggunakan peralatan tradisional, yang mana kurang efisien dalam penggunaan waktu produksi
3. Diketahui bahwa kualitas kacang kedelai yang digunakan usaha Pak Luthfi sebagai bahan baku dalam kategori kualitas kurang baik
4. Waktu yang digunakan untuk merendam kacang kedelai hanya dua jam sehingga kacang kedelai belum meresap air dan mengembang sepenuhnya.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi serta telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik dan ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)”**.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka penulis menarik rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)”**.

## C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan kualitas produk pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar.

## D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaannya yaitu :

### a. Manfaat Teoritis

Manfaatnya sebagai sarana menerapkan ilmu khususnya dalam bidang administrasi bisnis yang diperoleh selama diperguruan tinggi, sehingga dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian.

### b. Manfaat Akademis

Adapun manfaatnya sebagai informasi yang dapat digunakan untuk bahan penelitian selanjutnya bagi peneliti yang berminat dalam bidang yang sama dan bagi saya sendiri maupun pihak pabrik pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar.

### c. Manfaat Praktis

Sebagai bahan referensi bagi pihak lain dalam penelitian selanjutnya dengan objek yang sama.

## BAB II

### STUDI PERPUSTAAAN DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Studi Perpustakaan

##### 1. Administrasi

Istilah administrasi berasal dari bahasa latin yaitu “*Ad*” dan “*ministrare*” yang artinya pemberian jasa atau bantuan, yang dalam bahasa inggris disebut *administration* artinya *to serve* yaitu melayani dengan baik-baiknya. Administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih berdasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Administrasi dalam arti sempit, menurut Soewarto Handaya Ningrat (1988:2) mengatakan administrasi secara sempit berasal dari kata *administratie* (bahasa belanda) yaitu meliputi kegiatan catat-mencatat, surat-menyurat, pembukuan ringan, kektik-mengketik, agenda yang bersifat teknis tatausaha. Administrasi dalam arti luas, menurut The Liang Gie (1980) mengatakan administrasi secara luas adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam suatu kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Haryadi (2009:1) menjelaskan ada dua pengertian administrasi yaitu dalam arti sempit administrasi adalah kegiatan penyusunan dan pencatatan data informasi secara sistematis dengan tujuan untuk menyediakan keterangan dan memudahkan, memperoleh kembali secara keseluruhan dalam satu hubungan satu sama lain. Dengan kata lain administrasi dalam arti sempit sebenarnya lebih tepat disebut dengan tata usaha. Sedangkan dalam arti luas administrasi adalah suatu kegiatan kerja sama yang dilakukan sekelompok orang berdasarkan pembagian

Kerja sebagaimana ditentukan dalam struktur dengan menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Administrasi dalam arti luas juga memiliki unsur-unsur yaitu sekelompok orang, kerja sama, pembagian tugas secara terstruktur, tujuan yang akan dicapai, dan manfaat berbagai sumber.

## 2. Organisasi

Organisasi dibentuk untuk mencapai suatu tujuan. Ada organisasi yang bertujuan mencari laba, maupun dengan tidak tujuan mencari laba/nonprofit. Menurut Robbins Dan Judge (2007) dalam Feriyanto & Triana (2015:7) Organisasi adalah suatu unit sosial yang terdiri dari dua orang atau lebih, dikoordinasi secara sadar, dan berfungsi dalam suatu dasar yang relative terus-menerus untuk mencapai satu atau serangkaian tujuan.

Keberadaan organisasi sebenarnya setua sejarah peradaban manusia, organisasi tidak asing lagi untuk didengar sepanjang hidup manusia telah menggabungkan diri dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Namun tidak semua orang sadar bahwa mereka telah berorganisasi. Effendi (2015) organisasi adalah proses pengelompokan orang, alat-alat, wewenang, tanggung jawab yang dapat digerakan sebagai kesatu kesatuan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati.

Menurut Stephen Robbins dalam Effendi (2015) organisasi merupakan kesatuan sosial yang dikoordinasi secara sadar dengan batas yang relatif dan berfungsi secara berkesinambungan untuk mencapai tujuan bersama. Definisi ini mengandung beberapa unsur yaitu:

- a. Kesatuan sosial, bahwa organisasi terdiri dari kelompok manusia yang berinteraksi satu sama lain.
- b. Koordinasi secara dasar, interaksi diatur sehingga kesatuan yang berjalan kearah tertentu.
- c. Batas waktu, organisasi membedakan antara anggota dan bukan anggota.
- d. Kestinambungan, organisasi dibentuk untuk jangka waktu yang tidak terbatas, merupakan usaha yang berjalan.
- e. Tujuan bersama, organisasi dibentuk untuk mencapai sesuatu yang tidak bisa dicapai oleh para anggota secara individual.

Definisi serupa oleh Hampton (dalam Effendi, 2015) bahwa organisasi adalah suatu pengelompokan manusia yang bertahan lama dalam suatu sistem yang berstruktur dan usaha-usaha yang berkoordinar untuk mencapai tujuan dalam lingkungan yang dinamis. Definisi ini mengandung tiga unsur pokok yaitu:

- a. Kolektivitas manusia dengan pengaturan yang berkelanjutan dalam suatu sistem yang memiliki struktur.
- b. Koordinasi usaha dengan orientasi tujuan, membedakan dari kelompok lain seperti keluarga.
- c. Interaksi dengan lingkungan dalam arti organisasi mempengaruhi lingkungan dan lingkungan mempengaruhi organisasi.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa organisasi adalah sekelompok orang yang terdiri dua orang atau lebih yang mempunyai tugas dan wewenang untuk mencapai tujuan dengan waktu tetentu.

### 3. Manajemen

Manajemen sudah ada sejak dahulu, dimana sejak manusia memenuhi kebutuhannya melalui bantuan orang lain. Manajemen berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur (mengelola). Manajemen adalah suatu proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan sebagai kemampuan atau keterampilan yang menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain (Effendi, 2015)

Effendi (2015) menyebutkan manajemen merupakan inti dari administrasi karena manajemen alat pelaksanaan utama administrasi. Dilihat dari segi fungsional, administrasi mempunyai dua tugas utama, yaitu:

- a. Menentukan tujuan yang hendak dicapai (*organization goal*)
- b. Menentukan kebijakan umum yang mengikat seluruh organisasi (*general and over all polices*)

Menurut Hasibuan, Malayu SP (2004) memberikan pengertian manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Robbins (2005) mendefinisikan manajemen merupakan suatu proses melakukan koordinasi dan integrasi kegiatan-kegiatan kerja agar disesuaikan secara efisien dan efektif dengan melalui orang lain yang dikutip oleh Effendi (2015).



Menurut Hasan dan Syamid A (2016) manajemen mempunyai fungsi-fungsi yaitu:

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan fungsi awal manajemen yang dimulai dari penetapan tujuan, menetapkan perencanaan. Perencanaan berhubungan dengan tujuan yang akan dicapai dimasa datang.

b. Pengorganisasian (*organizing*) dan pembedakan staff (*staffing*)

Pengorganisasian adalah suatu proses memperoleh dan mengatur sumber daya perusahaan baik manusia, modal, dan teknologi untuk menjalankan rencana yang sudah yang sudah dibuat dan mencapai tujuan organisasi. Pembentukan staff merupakan pemilihan dan penetapan sumber daya manusia yang akan melaksanakan rencana kegiatan yang telah disusun sehingga dapat berjalan dengan baik dan tepat.

c. Pengarahan (*Directing*)

Pengarahan bertujuan untuk memberikan panduan dan panutan kepada karyawan sehingga kegiatan operasional akan berjalan sesuai dengan yang diinginkan organisasi.

d. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian merupakan bentuk pengawasan dan control dari manajemen terhadap kegiatan operasional organisasi. Pengendalian mencegah adanya kegagalan dengan cara mengamati kinerja secara keseluruhan dan melakukan evaluasi apabila diperlukan.

Stoner memiliki pendapat, ilmu manajemen adalah proses membuat suatu perencanaan, pengorganisasian, pengendalian serta memimpin berbagai usaha dari anggota organisasi dan mempergunakan semua sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Dalam Nicho, 2015)

Sehingga dari beberapa teori yang telah di paparkan diatas maka dapat di ambil kesimpulan bahwa manajemen merupakan suatu proses kerja sama untuk mencapai tujuan organisasi dengan melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan efesien.

#### **4. Pemasaran**

Menurut Kotler (2002) yang dialih bahasakan oleh Imam Nurmawan mengatakan bahwa pemasaran suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan melalui pertukaran produk atau perpindahan hak milik, dalam hal ini adanya pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain. Adapun menurut William J. Stanton (dalam Swasta dan Irawan, 2008:5) pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditugaskan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa guna memuaskan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Fuad Dkk (2006:120) menjelaskan bahwa pemasaran merupakan tugas terakhir dari kegiatan ekonomi dalam memuaskan kebutuhan hidup manusia, pemasaran juga berfungsi untuk menentukan barang dan jasa serta menjual barang

dan jasa kepada konsumen pada waktu yang diinginkan dengan harga terjangkau tetapi tetap menguntungkan bagi perusahaan yang memasarkan.

Menurut Miller dan Layton yang dikutip oleh Tjiptono (2007) pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Terdapat konsep fungsi pemasaran yang dikemukakan oleh Assuari (dalam Nicho, 2015) mengklasifikasikan fungsi pemasaran kedalam tiga fungsi dasar manajemen, yaitu:

- a. Fungsi pembelian dan penjualan
- b. Fungsi *supply* fisik, pengangkutan dan penyimpanan (Penggudangan)
- c. Fungsi penunjang–pengamanan, standarisasi dan grading, keuangan, penanggungian terhadap resiko serta informasi pasar.

Gronroos (dalam Tjiptono Dkk, 2008:8) berpendapat bahwa pemasaran bertujuan untuk menjalin, pengembangan dan mengomersialisasikan hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang sehingga tujuan masing-masing pihak dapat dipenuhi, Hal tersebut dilakukan melalui proses pertukaran dan saling memenuhi janji.

- a. Keinginan dan kebutuhan konsumen

Perusahaan juga harus mampu menjaga hubungan baik dengan konsumennya, apabila konsumen dikenal baik oleh pihak perusahaan maka perusahaan akan lebih mudah mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen dan yang diinginkan konsumen.

b. Harga yang memuaskan

Dalam keadaan tertentu harga terjangkau tentu lah hal yang sangat penting. Namun ada juga konsumen yang mau membeli barang yang ditawarkan dengan harga relatif mahal. Jika barang atau produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka harga tersebut tidak lah menjadi masalah bagi konsumen.

c. Tempat membeli

Tempat membeli barang atau jasa yang diminati oleh konsumen merupakan faktor yang penting. Karena konsumen akan memilih dan memperhatikan tempat penjualan produk yang bermutu dan berkualitas.

d. Komunikasi

Tidak semua konsumen mengetahui dan mengerti dengan produk yang ditawarkan, maka pentingnya komunikasi yang baik antara konsumen dan perusahaan demi menyakinkan konsumen dengan barang dan jasa yang ditawarkan.

Jadi penulis menyimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses merencanakan, menetapkan harga dan mempromosikan barang atau jasa kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan mampu memenuhi keinginan pasar sasaran dengan harga yang relatif terjangkau akan tetapi tetap menguntungkan bagi perusahaan.

## 5. Manajemen Pemasaran

Dharmmesta dan Handoko, (dalam Hansan & Syamid, 2016:87) menjelaskan manajemen pemasaran adalah kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan, perkembangan, dan untuk mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran harus juga memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kotler (dalam Hansan & Syamid, 2016:87) mendefenisikan manajemen pemasaran merupakan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran pasar bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan. Adapun menurut Stanton (dalam Hansan & Syamid, 2016:87) secara definitif dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Adapun tiga unsur konsep pemasaran antara lain:

- a. Orientasi pada konsumen, yaitu pemasaran harus menomor satukan konsumen dalam menentukan strategi pemasaran.
- b. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral, yaitu kegiatan pemasaran merupakan satu kegiatan yang tidak bisa dipisahkan dengan konsep bauran pemasaran (*Marketing Mix*)
- c. Kepuasan konsumen, kepuasan konsumen yang terpenting dan menjadi tujuan utama yang harus dicapai oleh perusahaan.

Menurut Fuad Dkk (2006) terdapat lima unsur manajemen pemasaran yaitu:

- a. Konsep produksi, konsep ini menjelaskan bahwa konsumen menyukai produk-produk yang terjangkau. Oleh sebab itu manajemen perlu berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produk dan efisiensi distribusi.
- b. Konsep produk, konsep ini berpegangteguh pada konsumen yang menyenangi produk bermutu, penampilan yang menarik, dan keistimewaan.
- c. Konsep penjualan, menekankan pada anggapan konsumen yang tidak akan membeli produk jika organisasi tidak melakukan usaha-usaha promosi dan penjualan.
- d. Konsep pemasaran, kunci untuk mencapai keberhasilan sasaran organisasi adalah kejelian dalam menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, mengusahakan kepuasan yang lebih baik .
- e. Konsep pemasaran kemasyarakatan, organisasi berhubungan dengan kebutuhan, keinginan, serta minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang efisien dan efektif dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen maupun masyarakat.

Swasta (2000:4) mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dimaksud untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen pemasaran bertujuan memberikan kepuasan dan kebutuhan konsumen. Manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan menganalisis, perencanaan, melaksanakan, mengendalikan serta mengontrol

program yang telah diciptakan dengan maksud menarik daya minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

## 6. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang memberikan nilai yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen. Suatu produk harus memiliki ciri-ciri khusus agar dapat diterima oleh para konsumen. Ciri khas suatu produk yang dapat dijual dan diterima oleh konsumen adalah kualitas produk dan mampu memberikan manfaat yang nyata sesuai kebutuhan konsumen. Secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif produsen atas segala sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai bentuk pencapaian tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi (Dalam Tjiptono, 2019:232).

Tjiptono (2019:232) dalam merencanakan produk, pemasar perlu memahami tiga level produk, yaitu :

- a. *Core Product*, yakni semua manfaat produk yang ditawarkan kepada konsumen. Manfaat merupakan hasil yang diterima konsumen dari penggunaan atau kepemilikan barang atau jasa.
- b. *Actual Product*, yaitu produk fisik yang memberikan manfaat produk, semisal saat kita membeli tiket pesawat Air Asia menuju kuala lumpur, *core product* berupa *time-critical transport*, sedangkan *actual product* berupa merek Air Asia, *layout* dan layanan terminal bandara, konfigurasi tempat duduk dalam pesawat. Mencangkup fitur, kemasan, merek, kualitas, penampilan.

- c. *Augmented Product*, yaitu *actual product* ditambah fitur-fitur pendukung lainnya, seperti garansi, kredit, layan antar, instalasi, dan reparasi purnabeli.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Bagus (2009) adalah “*a product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption and that might satisfy a want or need*” artinya produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dan dipergunakan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Tjiptono (2008: 95) konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan.

- a. Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, yang dapat dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan dan diperlukan dalam bentuk fisik lainnya.

- b. Kemasan

Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perencanaan dan pembuatan wadah atau pembungkus suatu produk.

- c. Merek

Merek adalah nama, istilah, tanda, symbol/lambang, disain, warna, atau kombinasi-kombinasi lainnya yang bisa memberikan identitas terhadap produk atau jasa.



d. Label

Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk.

e. Pelayanan

Kotler (2003:464) menjelaskan bahwa pelayanan ialah suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan kepada orang lain.

f. Jaminan

Jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produk yang diciptakan kepada konsumen, dimana konsumen akan diberi ganti rugi bila produk yang dibeli ternyata terdapat kerusakan atau kecacatan.

Setiap produk berkaitan secara hirarkis dengan produk lainnya. Hirarkis produk ini dimulai dari kebutuhan dasar sampai dengan item tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan. Hierarki produk terdiri dari enam tingkatan yaitu sebagai berikut, dengan contoh jasa asuransi jiwa (Tjiptono, 2019:232):

- a. *Need Family*, yaitu kebutuhan dasar atau kebutuhan inti yang mendasari keberadaan suatu kelompok membentuk *product family*, contoh rasa aman.
- b. *Product Family*, yaitu seluruh kelas produk yang dapat memuaskan suatu kebutuhan inti atau dasar dengan tingkatan yang memadai, contoh tabungan dan penghasilan.

- c. Product Kelas, merupakan sekumpulan produk dalam product yang dianggap memiliki kohorensi fungsional tertentu, misalnya instrumen keuangan.
- d. Product Line, adalah sekumpulan produk didalam kelompok produk yang berhubungan erat, misalnya asuransi jiwa. Adanya hubungan erat disebabkan salah satu empat faktor yaitu fungsi aman, dijual kepada kelompok konsumen yang sama, dipasarkan melalui saluran distribusi atau gerai yang sama, harga berada dalam rentang yang sama.
- e. Product tipe, yaitu item-item dalam kelompok produk yang memiliki bentuk tertentu dari banyak kemungkinan bentuk produk, contoh asuransi jiwa berjangka.
- f. Item, yaitu unit khusus dalam sebuah merek atau line produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau atribut lainnya.

Menurut Hasan & Syamid A (2016:99) Secara umum produk yang ditawarkan dibagi menjadi dua kelompok utama yaitu produk yang memiliki fisik dan produk yang tidak memiliki fisik (jasa) :

- a. Produk Fisik, merupakan produk yang terlihat secara fisik dan dapat diketahui wujud dari produk. Produk fisik berupa benda yang ditawarkan kepada konsumen untuk memperoleh manfaat yang berbeda dari produk tersebut.
- b. Jasa, yaitu produk yang tidak terlihat fisiknya, bentuknya sehingga seseorang tidak bisa mengetahui wujud produk tersebut namun dapat

merasakan manfaat yang diberikan oleh produk tersebut. Produk jasa adalah suatu aktifitas atau proses yang manfaatnya dapat dirasakan oleh konsumen.

Dikutip Hasan dan Syamid A (2016:100) menjelaskan salah satu untuk mengklasifikasi produk adalah berdasarkan pembeli yang diharapkan. Pembeli dibagi menjadi dua kelompok yaitu pembeli barang konsumsi dan pembeli produk produksi. Pembeli barang konsumsi menggunakan produknya untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa memberikan nilai tambah untuk suatu produk yang baru. Sedangkan pembeli produk industri menggunakan produk yang mereka beli untuk melakukan proses produksi dalam kegiatan produksi. Klasifikasi produk konsumsi secara umum terdapat tiga kategori meliputi:

- a. *Convenience Good* (barang kenyamanan dan jasa kenyamanan), produk yang termasuk katagori merupakan barang yang relatif tidak mahal dan sering dibeli serta dengan sedikit waktu dan pertimbangan untuk melalukan pembelian.
- b. *Shopping Goods*, produk barang dan jasa relatif lebih mahal dan lebih jarang dibeli oleh konsumen dibandingkan barang kenyamanan (*convenience good*). Produk ini merupakan produk yang memerlukan evaluasi dan pertimbangan yang lebih kompleks bagi konsumen dalam melakukan pembelian.
- c. *Specialty Goods*, berupa barang khusus dan jasa khusus merupakan produk yang sangat penting dan mahal harganya. Dalam memilih produk konsumen akan melakukan proses pengambilan keputusan

membeli akan relatif lama dan dianggap yang paling tepat mudah untuk berubah-ubah produk.

## 7. Kualitas Produk

Kotler and Armstrong (2004:283 di kutip dalam Bagus (2009), menjelaskan arti dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Dikutip dalam Tjiptono & Diana (2003:3) mengatakan bahwa meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal dari definisi-definisi yang ada terdapat beberapa kesamaan, yaitu dalam elemen-elemen sebagai berikut:

- a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)

Adapun menurut Handoko (2002:23) kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukuran yang telah ditetapkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Menurut Nurmansyah (2018:122)

kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan kehandalan, kekuatan, kemudahan dalam menggunakan dan reperasi produk dan ciri-cirinya.

Menurut Garvin dalam Tjiptono (2001:27) ada delapan dimensi kualitas yang dikembangkan garvin dimensi ini dapat digunakan kerangka perencanaan dan strategis dan analisis. Dimensi-dimensi tersebut adalah :

a. Kinerja (*Performance*)

Kinerja merupakan karakteritis produk inti yang meliputi merek, kerapian kemasan, merek merupakan nama, istilah, tanda, symbol/lambang. Hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang juga merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli suatu barang tersebut.

b. Fitur (*Features*)

Fitur merupakan ciri-ciri atau keistimewaan tambahan yaitu karakteristik untuk menyempurnakan atau tambahan berbentuk tambahan dari produk inti, yang dapat menambah nilai dari suatu produk. Dimensi fitur biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing pelanggan. Fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki sama seperti menambahkan keragaman produk yang ditawarkan lebih dari satu pilihan.

c. Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai dan kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak

berfungsi pada suatu periode. Keadaan suatu produk menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk.

d. Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance*)

Kesesuaian dapat diukur sejauh desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Kesesuaian suatu produk dalam industri diukur dari tingkat akurasi, waktu penyelesaian, perhitungan, kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak bisa diantisipasi. Kesesuaian pemenuhan kualitas yang diinginkan terhadap suatu produk seperti yang diharapkan oleh pelanggan menunjukkan kemampuan perusahaan yang bersangkutan mendefinisikan kualitas produk yang dapat memenuhi harapan.

e. Daya Tahan (*Durability*)

Daya tahan berkaitan dengan seberapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Mencakup umur pemakaian produk, maupun umur ekonomis produk saat disimpan, penggunaan suatu produk atau sering dikatakan suatu refleksi ukuran ekonomis, berapa daya tahan atau masa pakai suatu produk. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis produk, dilihat melalui berapa jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

f. Kemampuan Pelayanan (*Service ability*)

Kemampuan pelayanan meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direperasi: penanganan keluhan yang memuaskan. Kemampuan

pelayanan ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk, tetapi juga waktu produk sebelum disimpan, penjadwalan pelayanan, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk.

g. Estetika (*Aesthetic*)

Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra. Seperti produk yang terdengar oleh pelanggan, bentuk fisik, model/desain, warna, rasa, aroma. Estetika merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan konsumen.

h. Kualitas Yang Dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan. Ini di sebabkan oleh konsumen tidak memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk. Biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya merek, nama, iklan dan reputasi perusahaan.

Bila dimensi-dimensi di atas lebih banyak diterapkan, maka bisa dikatakan konsumen yang menggunakan atau membeli suatu produk mempunyai kepuasan sendiri yang dirasakan. Karena konsumen adalah orang yang menerima hasil dari suatu produk, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

## 8. **UMKM ( Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah)**

Menurut Wilantara dan Susilawati (2016) Definisi dari UMKM berdasarkan undang-undang No. 20 Tahun 2008, menggariskan sebagai berikut: usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil .

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil dan besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Jadi pengertian umkm (usaha mikro, kecil dan menengah) adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi.

### **B. Kajian Penelitian Terdahulu**

Kajian penelitian terdahulu berguna untuk melihat apakah penelitian serupa dan melihat apakah ada perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan. Berikut tabel mengenai penelitian terdahulu yang pernah dilakukan>



Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Judul Dan Tahun	Metode Penelitian	indikator	Kesimpulan
1	2	3	4	5
1	Tri Yanto, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri). Simki-Economic Vol. 01 No. 02 Tahun 2017 Issn	Pendekatan kuantitatif, teknik penelitian adalah deskriptif atau survey.	Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan keputusan konsumen.	Kualitas produk memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen 50,7%, kualitas pelayanan 28,5%, harga 24,8%.
2	Irman Maulana. Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Bakso Berdasarkan Model Kano Di Cv Mett Ball Foods, Jurnal Optimasi Teknik Industry 2019, Vol. 01, No. 01 25-33.	Menggunakan metode atau model kano, atribut kualitas dalam kuesioner berbasis kriteria dimensi kualitas tqm	Kualitas produk (kinerja produk, fitur, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan, estetika, kesan kualitas)	Terdapat nya usulan prioritas perbaikan kinerja kualitas atribut berdasarkan metode kuno.
3	Shinta Wahyu Hati, Analisis Kualitas Produk Kaos Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) Pada CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam, Jurnal Inovasi Dan Binis 6 (2018)	Jenis penelitian deskriptif	Kualitas produk (Kinerja, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, kesan kualitas, kemampuan melayani)	CV. Customindo Kreasi Mandiri dapat melakukan inovasi produk, menggunakan kualitas bahan yang bagus, cepat tanggap dalam pemesanan, informasi yang jelas, bahan yang menyerap keringat.

5.	Devi Maulida. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Baxo Ibu Pudji Diponegoro, Journal Of Social And Politic (2018) Hal 1-7.	Tipe penelitian adalah explanatory research, teknik non-probability sampling	Kualitas produk (daya tahan, keandalan, ketepatan, rasa. Desain kemasan) Citra merek ( <i>recognition, reputation, affinity, keyakinan</i> konsumen terhadap merek, brand loyaly)	Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden diketahui bahwa persepsi variable kualitas produk, citra merek yang baik dibenak konsumen, tahu Baxo Ibu Pudji menjadi pilihan utama dalam melakukan keputusan pembelian.
6.	Ndaru Prasastono. Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi, Jurnal Dinamika Kepariwisata Vol XI, No 2, Oktober 2012.	Metode Yang Digunakan Adalah Eksplanatori ( <i>Explanatory Method</i> )	Kualitas Produk (Kinerja, Imteraksi Pegawai, Keandalan, Daya Tahan, Ketepatan Waktu Dan Kenyamanan, Estetika, Kewajaran Fisik) Kualitas Pelayanan (Kehandalan, Cepat Tanggap, Kepastian, Empati, Berwujud) Kepuasan Pelanggan (Dimensi Kualitas Produk, Dimensi Harga, Dimensi Mutu Pelayanan, Dimensi Emosional, Dimensi Kemudahan)	Pengaruh Variabel Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen Adalah Sebesar 80,9% Sedangkan Sisanya Sebesar 19,1% Dipengaruhi Oleh Variabel Lain Yang Seperti Variable Lokasi, Harga Dan Lainnya.

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

7.	Yetty Husnul Hayati. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Geprek Pak Ndut Solo, Jurnal E-Issn 2502-5678.	Metode Deskriptif Kuantitatif	Kualitas Produk (Perfomance, Features, Keandalan, Estetika, Kualitas Yang Dipersepsikan) Kepuasan Konsumen (Sistem Keluhan Dan Saran, Ghost Shopping, Lost Costumer Analysis, Survai Kepuasan Pelanggan.	Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan “Lesehan 88” Madiun Adalah Baik, Artinya Di Rumah Makan “Lesehan 88” Madiun Kualitas Produk Mempunyai Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.
8.	Hana Ofela. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Vol 5, No 1, Januari 2016 – Issn : 2461-0593.	Metode Kuasal Komperatif.	Harga (Keterjakauan Harga, Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk, Daya Saing Harga, Kesesuaian Harga Dengan Manfaat) Kualitas Produk (Keandalan, Kesesuaian Dengan Spesifikasi, Daya Tahan) Kualitas Pelayanan (Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Bukti Fisik, Empati) Kepuasan Konsumen Faktor Personal, situasi	Dari Hasil Pengujian Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Konsumen,
9.	Dian Rahmawati. Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan	Metode non probability sampling.	Kualitas Produk (Rasa, Tekstur, Aroma,	Kualitas Produk Dan Iklan Memiliki

	Pada Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Es Wall's Buavita Di Surabaya Selatan, Jurnal Ilmu Manajemen Vol1, No 2, Maret 2013.		Temoeratur, Daya Tahan Kesehatan) Iklan (Gambar, Warna, Gerakan, Musik-Musik, Kata-Kata, Pengulangan Kata) Keputusan Pembelian (Penentuan Waktu Pembelian, Frekuensi Pembelian)	Pengaruh Secara Simultan Dan Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Es Wall's Buavita Di Surabaya Selatan.
10.	Monica Maria <sup>1</sup> , Mohamad Yusak Anshori <sup>2</sup> . Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake, Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan Vol 6, No 1, April 2013.	Metode Deskriptif Dan Inferensial.	Kualitas Produk (Tampilan Fisik, Kesesuaian Atas Spesifikasi, Variasi Yang Banyak) Kualitas Pelayanan (Dimensi Reliability, Dimensi Responsiveness, Dimensi Assurance, Dimensi Emphaty, Dimensi Tangibles)	Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake.

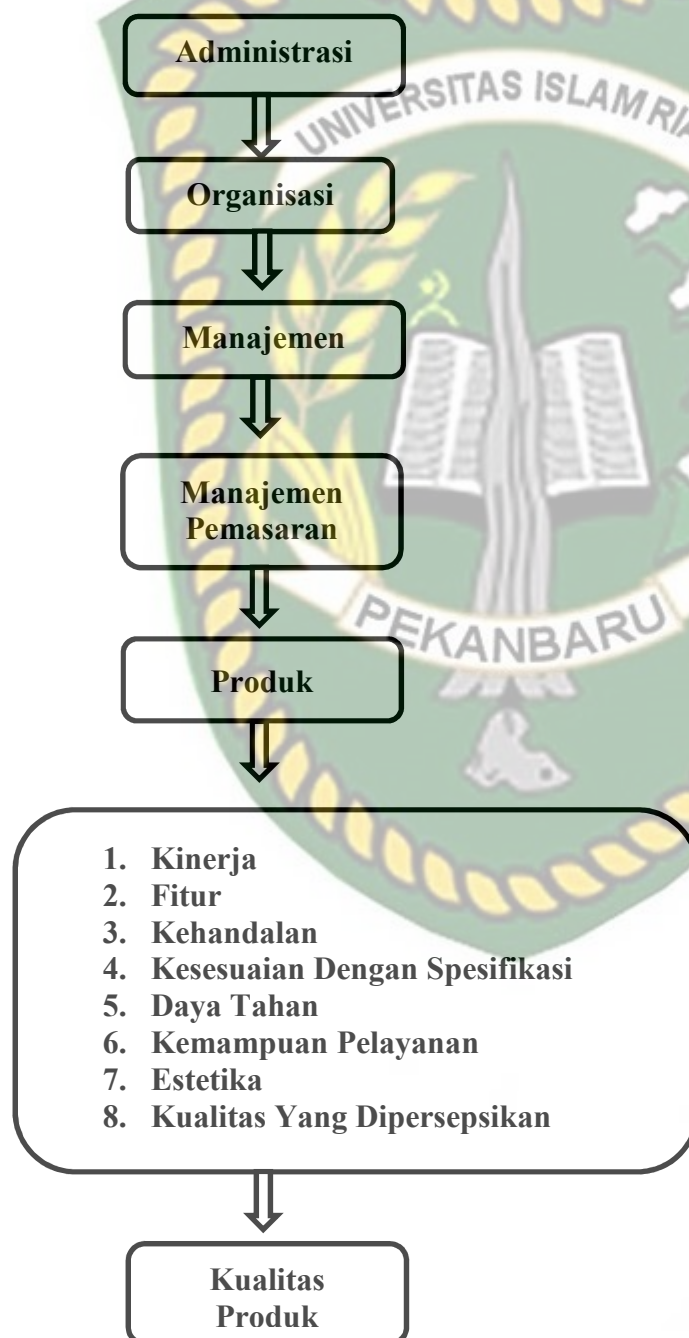
*Sumber: Data Olahan Penelitian, 2020*

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir penelitian berguna sebagai analisis proses identifikasi masalah dan teori dalam penelitian sekaligus alur bagaimana penelitian melihat permasalahan dalam penelitian serta proses pemikiran hingga pada hasil

penelitian. Untuk lebih jelasnya mengenai kerangka pikir dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar II.1 Kerangka Pikir Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu)**



*Sumber: Hasil Modifikasi Penelitian, 2020*

#### D. Konsep Operasional

Untuk memberikan penjelasan konsep teoritis yang telah di cantumkan dan menghindari kekeliruan dalam menggunakan istilah maka perlu kiranya penulis mengemukakan konsep operasional yang merupakan konsep yang dipakai dalam proses penelitian sebagai berikut:

1. Administrasi adalah suatu kegiatan kerja sama, catat mencatat antara satu orang atau lebih yang sama-sama mempunyai tujuan yang sama.
2. Organisasi merupakan sekelompok orang yang terdiri dua orang atau lebih yang mempunyai tugas dan wewenang untuk mencapai tujuan dengan waktu tertentu.
3. Manajemen adalah suatu proses kerja sama untuk mencapai tujuan organisasi dengan melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan efisien.
4. Manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan menganalisis, perencanaan, melaksanakan, mengendalikan serta mengontrol program yang telah diciptakan dengan maksud menarik daya minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.
5. Pemasaran adalah suatu proses merencanakan, menetapkan harga dan mempromosikan barang atau jasa kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan mampu memenuhi keinginan pasar sasaran dengan harga yang relative terjangkau akan tetapi tetap menguntungkan bagi perusahaan.

6. Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan juga mempunyai nilai dan manfaat agar konsumen yang membutuhkan mempunyai kepuasan tersendiri pada dirinya.
7. Kualitas produk adalah usaha untuk meningkatkan kualitas, mutu, suatu produk yang telah diciptakan. Kualitas juga memiliki dimensi-dimensi yaitu:
  - a. Kinerja yaitu karakteristik produk inti yang meliputi merek dan atribut
  - b. Fitur adalah karakteristik sekunder atau pelengkapan.
  - c. Keandalan yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
  - d. Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu kesesuaian suatu produk dalam industri diukur dari tingkat akurasi, waktu penyelesaian, perhitungan, kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak bisa diantisipasi.
  - e. Daya tahan merupakan berkaitan dengan berapa lama produk tersebut tersebut dapat terus digunakan. Mencangkup umur pemakaian produk, maupun umur ekonomis produk saat disimpan, penggunaan suatu produk.
  - f. Kemampuan pelayanan, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.



- g. Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, seperti bentuk, aroma, warna, desain dan sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab terhadap produknya.

#### E. Operasional Variabel

Untuk memudahkan arah penelitian ini tentang “Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu)” yang terdiri dari satu variable dengan delapan indikator sebagai berikut.

**Tabel II.2 Operasional Variabel Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu)**

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
1	2	3	4	5
Menurut Fandy Tjiptono (2019:231), Produk merupakan segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada produsen untuk di perhatikan, dibeli atau digunakan.	Kualitas Produk	1. Kinerja	a. Kerapian dalam pengemasan b. Memberi Tanda Nama Pada Wadah Tahu	Baik Kurang Baik Cukup baik
		2. Fitur	a. Tekstur b. Rasa dan ukuran	Baik Kurang Baik Cukup baik
		3. Kehandalan	a. Kondisi bentuk tahu yang di beli atau di terima b. Kondisi kualitas tahu yang di beli atau di terima	Baik Kurang Baik Cukup baik
		4. Kesesuaian	a. Harga produk tahu	Baik Kurang



			b. Kesesuaian jumlah dan kualitas memenuhi pesanan	Baik Cukup baik
		5. Daya Tahan	a. Ketahanan tahu b. Tahu tidak harus disimpan dalam suhu dingin	Baik Kurang Baik Cukup baik
		6. Kemampuan pelayanan	a. Kecepatan pengantaran tahu b. Melayani konsumen ditempat usaha	Baik Kurang Baik Cukup baik
		7. Estetika	a. Tahu memiliki warna yang putih b. Tahu memiliki bentuk segi empat	Baik Kurang Baik Cukup baik
		8. Kualitas yang dipersepsikan	a. Usaha ini sudah dikenal oleh masyarakat b. Reputasi produk Tahu	Baik Kurang Baik Cukup baik

Sumber: Data olahan penelitian, 2020

#### F. Teknik Pengukuran

Pengukuran terhadap indikator variabel diklasifikasi menjadi 3 bagian kategori penelitian yaitu baik, cukup baik, dan kurang baik. Untuk setiap item pertanyaan yang diajukan perindikator variabel masing-masing alternatif jawabannya terdiri dari 3 kategori dengan nilai skor sebagai berikut:

**Tabel II. 3: Pengukuran Skala Likert**

Options	Bobot
Baik	3
Cukup Baik	2
Kurang Baik	1

Sumber: Sugiyono, 2017

Baik : apabila indikator kinerja, fitur, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, kualitas yang dipersepsikan memperoleh presentase 68% - 100%.

Cukup Baik : apabila indikator kinerja, fitur, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, kualitas yang dipersepsikan memperoleh presentase 34 – 67%

Kurang Baik : apabila indikator kinerja, fitur, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, kualitas yang dipersepsikan memperoleh presentase 1% - 33%.

Untuk mengetahui masing-masing penilaian atas variabel tentang kualitas produk yang terdiri dari 8 indikator untuk konsumen dapat dilihat sebagai berikut:

#### 1. Kinerja

Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kinerja, berada pada interval 68% - 100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kinerja, berada pada interval 34% - 67%.

Kurang Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur berada pada interval 1% - 33%.

## 2. Fitur

Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur, berada pada interval 68% - 100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur, berada pada interval 34% - 67%.

Kurang Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur berada pada interval 1% - 33%.

## 3. Kehandalan

Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kehandalan berada pada interval 1% - 100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kehandalan, berada pada interval 34% - 67%.

Kurang Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kehandalan berada pada interval 1% - 33%.

## 4. Kesesuaian Dengan Spesifikasi

Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kesesuaian dengan spesifikasi berada pada interval 1% - 100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kesesuaian dengan spesifikasi berada pada interval 34% - 67%.

Kurang Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kesesuaian dengan spesifikasi berada pada interval 1% - 33%.

#### 5. Daya Tahan

Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator daya tahan berada pada interval 68% - 100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator daya tahan berada pada interval 34% - 67%.

Kurang Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator daya tahan berada pada interval 1%- 33%.

#### 6. Kemampuan Pelayanan

Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kemampuan pelayanan berada pada interval 68% -100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kemampuan pelayanan berada pada interval 34% - 67%.



Kurang Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kemampuan pelayanan berada pada interval 1% - 33%.

#### 7. Estetika

Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator estetika berada pada interval 68% -100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator estetika berada pada interval 34% - 67%.

Kurang Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator estetika berada pada interval 1% - 33%.

#### 8. Kualitas Yang Dipersepsikan

Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kualitas yang dipersepsikan berada pada interval 68% -100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kualitas yang dipersepsikan berada pada interval 34% - 67%.

Kurang Baik : Apabila jumlah presentasi yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kualitas yang dipersepsikan berada pada interval 1% - 33%.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang penulis digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, analisis data yang bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2017:23). Penulis menggunakan tipe ini adalah untuk mengetahui secara jelas dan konkrit dari objek penelitian yaitu kualitas produk tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu.

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Jalan Purnama Ujung Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Alasan penulis melakukan penelitian di lokasi ini karena di daerah Desa Pandau Jaya merupakan salah satu desa yang dekat dengan Kota Pekanbaru merupakan sentral usaha tahu. Selain itu juga peneliti telah mendapatkan akses dan izin untuk meneliti ditempat usaha tahu.

#### C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek /subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:126-137).

Adapun dalam penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Rescoe (dalam Sugiyono, 2015:13) yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Peneliti mengambil sampel 20 orang sebagai pelanggan yang mengambil tahu bapak Luthfi dan 15 orang konsumen pembeli tahu Luthfi, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel III. 1. Populasi dan Sampel Penelitian**

No	Jenis Populasi	Populasi (Orang)	Sampel (Orang)
1	Pemilik	1	1
2	Karyawan	3	1
3	Pelanggan	245	20
4	Konsumen	~	15
	Jumlah		37

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2020 Teknik Penarikan Sampel

#### D. Teknik penarikan sampel

Dalam penelitian ini penulis menggunakan 3 (tiga) macam teknik penarikan sampel, yaitu sensus/sampling total, *purposif* dan *accidental sampling*. Teknik sensus/sampling total merupakan teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel semua (Sugiyono, 2017:146). Yakni pada karyawan usaha pembuatan tahu yang berjumlah 3 orang karyawan. Kemudian *purposif* digunakan kepada pelanggan Sedangkan *accidental sampling* adalah teknik penentu sampel berdasarkan kebetulan yang akan peneliti terapkan pada konsumen, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/accidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:144).

## E. Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti yakni data primer dan data sekunder.

### a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2013;193) adalah data yang berasal langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer ini data yang diperoleh langsung dari lapangan langsung pada lokasi penelitian baik yang diperoleh dari pemilik usaha pembuatan tahu maupun konsumen. Data primer ini digunakan sebagai data primer hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden penelitian yang terdiri dari:

- 1) Kinerja (*Performance*)
- 2) Fitur (*Features*)
- 3) Kehandalan (*Reliability*)
- 4) Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance To Specifications*)
- 5) Daya Tahan (*Durability*)
- 6) Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)
- 7) Estetika (*Aesthetic*)
- 8) Kualitas Yang Dipersepsikan (*Perceived Quality*)

### b. Data Sekunder

Sugiyono (2013;193) mengatakan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder juga merupakan data yang bersifat mendukung keperluan, seperti buku-buku, literature dan data lainnya yang mendukung keperluan penelitian.



## F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi lapangan dengan melakukan penelitian langsung, pengumpulan data yang dilakukan dengan cara:

### a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan. Apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon (Sugiyono, 2017;220), maka wawancara yang dilakukan pada penelitian ini ialah wawancara terstruktur untuk mendapatkan data tambahan penelitian yaitu dengan Pemilik usaha tahu.

### b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017;225) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

c. Observasi

Dalam Sugiyono (2017;229) observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila peneliti berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara untuk melakukan pengumpulan data dengan mengumpulkan dan mencari serta mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti mengambil gambar atau foto tempat penelitian yang dilakukan (Sugoyono, 2013:240)

**G. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisa data dengan metode kuantitatif dan pendekatan deskriptif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. (Sugiono, 2017:23), penelitian kuantitatif khususnya untuk mengetahui tingkat pemahaman atau asumsi subjek terhadap objek yang akan diteliti. Deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri baik hanya satu variabel atau lebih (Sugiyono, 2017;35). Dengan demikian metode kuantitatif deskriptif yaitu suatu menganalisa dengan cara mengelompokkan data-data yang disusun sedemikian rupa,

ditabulasikan dan kemudian menghubungkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang hendak diteliti.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## BAB IV

### DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Singkat Desa Pandau Jaya

Desa Pandau Jaya adalah salah satu Desa di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar yang mempunyai luas wilayah  $\pm$  14,274 Ha, Desa Pandau Jaya terbentuk pada tahun 2000 berdasarkan SK Gubernur Riau Nomor 41 Tanggal 9 Agustus 1999 atas usulan dan desakan masyarakat yang pada saat itu masih termasuk wilayah Desa Baru /RK I, Desa Baru yang saat itu terdiri dari 4 (empat) RK, yaitu RK I: DEsa Baru, RK II Desa Pasir Putih, RK III Desa Pandau Jaya, RK IV Desa Bencah Limbat.

Kemudian pada bulan Maret 2000 atas usaha dan desakan masyarakat maka dimekarkan Rukun Warga (RW) 6 dan Rukun Warga (RW) 7 Desa Baru sesuai dengan SK Gubernur Riau No. 41 tanggal 9 Agustus 1999 menjadi Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu dengan batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara Berbatasan dengan Jalan Pasir Putih
- Sebelah Timur Berbatasan dengan Desa Baru
- Sebelah Selatan Berbatasan dengan Sungai Tangon
- Sebelah Barat Berbatasan dengan Sungai Sialang

Orbitasi atau jarak pusat pemerintahan desa ke-kecamatan adalah 16 KM, dan jarak pusat pemerintahan desa ke-kabupaten adalah 46 KM, sementara itu jarak pusat pemerintahan desa ke-Ibu Kota Propinsi yaitu pekanbaru adalah 14 KM. Kondisi Kependudukan Jumlah penduduk Desa Pandau Jaya secara keseluruhan pada tahun 2019 adalah 44.690 jiwa.

## B. Sejarah Singkat Usaha Tahu

Usaha tahu Luthfi terletak di jalan purnama ujung Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Usaha tahu ini awal didirikan pada tahun 2017 sampai sekarang, pemilik tahu ini adalah bapak Luthfi. Awal mula berdirinya usaha ini bapak Luthfi berkerja dengan kakak kandung yang mana kakak kandung dari Bapak Luthfi memiliki usaha tahu sendiri yang sudah berdiri selama 5 (lima) tahun terakhir dari 2010. Selama Bapak Luthfi berkerja dengan kakak kandungnya Bapak Luthfi mulai mahir membuat tahu, sehingga bapak Luthfi membuka usaha tahu sendiri di daerah Pasir Putih di Jalan Purnama Ujung.

Bapak Luthfi sendiri mempunyai karyawan yang dapat membantu pak Luthfi dalam mengolah tahu setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan konsumen. bapak Luthfi memiliki 3 (tiga) karyawan dengan tugas masing-masing, salah satu dari karyawan tersebut adalah adik kandung dari bapak Luthfi . Walaupun dengan tenaga kerja/karyawan yang sederhana, usaha Tahu bapak Luthfi semakin lama semakin mengalami kemajuan. Perkembangannya sampai saat ini cukup baik, ini terbukti dari pelanggan dan konsumen yang meningkat. Selain itu juga pemasaran tahu hasil produksinya kian meluas, diwilayah Kecamatan Siak Hulu maupun Kecamatan Marpoyan Damai dan Bukit Raya Kota Pekanbaru, sehingga kedua hal itu dapat dijadikan tolok ukur suatu perkembangan industri.

## C. Struktur Organisasi

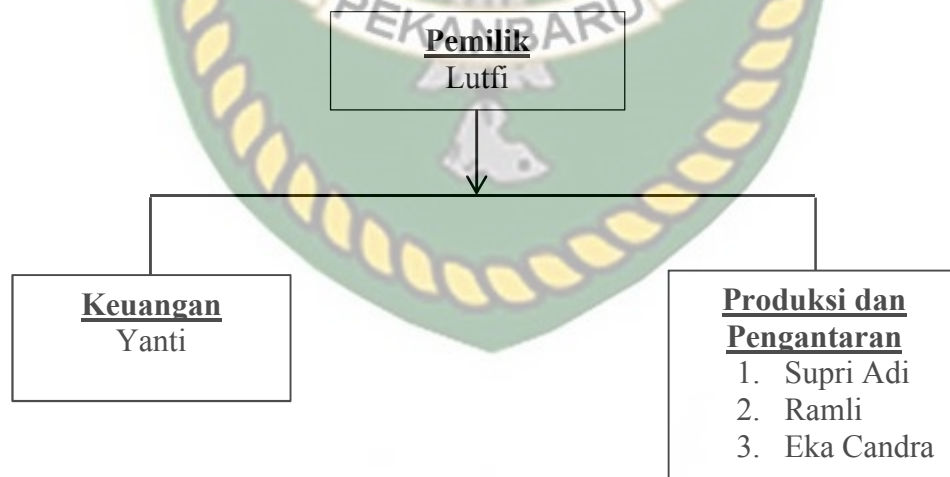
Struktur organisasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam suatu perusahaan ataupun industri, tanpa adanya struktur organisasi yang sistematis dan baik, maka sulit bagi suatu perusahaan dalam menjalankan berbagai aktivitas dan kegiatannya secara terarah dan tertib serta teratur dalam pencapaian tujuan-tujuan

yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini sangat berpengaruh dalam pencapaian tujuan organisasi dan terciptanya suatu kerja sama anggota organisasi yang dalam hal ini adalah karyawan.

Organisasi disusun agar memudahkan perusahaan dalam menerapkan tugas-tugas dan tanggung jawab karyawan, sehingga karyawan dapat mengetahui tugas dan tanggung jawabnya. Agar fungsi organisasi terbentuk maka perlu adanya pembagian tugas dan wewenang yang selanjutnya dituangkan dalam struktur organisasi. Struktur organisasi di harapkan para pekerja lebih mudah dan tanggap dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Untuk mengetahui lebih jauh tentang keadaan struktur organisasi usaha tahu bapak Luthfi maka dapat dilihat sebagai berikut.

**Gambar IV.1 Struktur Organisasi Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya)**



Sumber : Usaha Tahu Bapak Luthfi, 2021

#### D. Tugas dan fungsi bagian pada Usaha tahu Pak Luthfi

Berdasarkan gambar di atas, maka dapat dijelaskan tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian seperti tertera di bawah ini:’

### 1. **Pemilik**

Pemilik, yaitu orang yang memimpin usaha tahu. Tugas pimpinan adalah sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab terhadap kegiatan sehari-hari, baik dalam administrasi maupun produk.
- b. Membuat perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan mengawasi kegiatan produksi
- c. Merumuskan dan menetapkan peraturan di dalam pabrik dan memberikan perintah kepada karyawan.
- d. Memotivasi karyawan agar bekerja dengan baik melalui kerjasama dan peningkatan keterampilan dalam mengolah tahu

### 2. **Bendahara**

Bendahara mempunyai tugas antara lain:

- a. Memberi upah kepada karyawan setiap bulannya
- b. Melaksanakan transaksi pembayaran kepada pihak yang memasok bahan baku kedelai.
- c. Mempunyai tanggung jawab atas biaya operasional yang dikeluarkan setiap bulan, untuk kelancaran produksi tahu.

### 3. **Bagian Produksi dan Pengantaran**

1. Bagian produksi mempunyai tugas melakukan pengolahan tahu mulai dari perendaman kedelai, pencucian, pengilingan, perebusan, penyaringan dan percetakan serta pembungkusan tahu
2. Tugas bagian pengantarann adalah mengatur kegiatan pengantaran dan pemasaran, dengan melakukan penjualan hasil produksi kepada

konsumen, baik yang ada di sekitar lokasi pembuatan tahu maupun pengantaran ke lokasi pasar dan pelanggan, kegiatan pemasaran dilakukan oleh pemilik sendiri dan di temani oleh 1 orang bagian produksi.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**



## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Identitas Responden

Identitas responden merupakan bagian penting yang dapat dikemukakan dalam sebuah penelitian. Hal ini berhubungan dengan responden yang diambil dalam penelitian. Identitas responden yaitu keterangan yang dapat diperoleh dari penyebaran beberapa pertanyaan yang telah di sediakan untuk responden atau yang sering di ebut dengan penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah para pelanggan dan konsumen yang membeli tahu. Adapun beberapa pertanyaan yang tertulis dalam kuesioner adalah data identitas responden yang terdiri umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan.

##### 1. Umur Responden

Umur responden yang sangat sesuai dengan kebutuhan penelitian akan sangat mempermudah tingkat pemahaman responden terhadap pertanyaan yang telah disebarkan untuk memperoleh data yang peneliti butuhkan. Untuk lebih jelasnya mengenai distribusi responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel V.1 Responden penelitian Berdasarkan Umur**

No	Umur Responden	Frekuensi	Persentase %
	21 – 30 Tahun	5	14,2%
1	31 - 40 Tahun	8	22,8%
2	41 – 50 Tahun	16	45,7%
3	50 Tahun Keatas	6	17,1%
	<b>Jumlah</b>	35	100%

**Sumber Data : Olahan Penelitian, 2021.**

Berdasarkan keterangan pada tabel V.1 diatas memberikan kejelasan bahwa responden berumur 21-30 tahun sebanyak 5 orang atau sebanyak 14,2%, yang berumur 31-40 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 22,8%, responden yang

berumur 41-50 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 45,7%, dan untuk responden yang berumur 50 keatas sebanyak 6 dengan presentase 17,1%. Dari tabel diatas dapat dilihat yang lebih banyak membeli tahu berada pada umur 41-50 tahun. Karena ini identitas responden pada umur tersebut lebih berminat mengkonsumsi tahu yang dapat diolah menjadi bermakai macam lauk pauk atau cemilan.

## 2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin digolongkan identitas umum dari responden dengan adanya identitas ini maka dapat diketahui jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan atau laki-laki. Data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan tentang identitas responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

**Tabel V.2 Responden penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Presentasi %
1	Laki-laki	13	37,1%
2	Perempuan	22	62,9%
	<b>Jumlah</b>	35	100%

**Sumber Data : Olahan Penelitian, 2021**

Dari tabel V.2 dapat diketahui bahwa jenis kelamin yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 13 orang atau sebanyak 37,1%, sedangkan responden perempuan sebanyak 22 orang atau sebanyak 62,9%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden pelanggan dan konsumen tahu adalah perempuan.

## 3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yaitu salah satu kriteria yang sangat penting dalam memberikan informasi untuk memenuhi kebutuhan penelitian. Tingkat pendidikan dalam diri seseorang memberikan pengaruh terhadap pola pikir, tingkah laku, dan

pertimbangan didalam mengambil suatu keputusan. Data yang diperoleh dari lapangan tingkat pendidikan responden adalah sebagai berikut:

**Tabel V.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase%
1	SD - SMA	19	54,2%
2	Diploma	9	25,8%
3	Sarjana	7	20%
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan penelitian, 2021.

Berdasarkan tabel V.3 diatas dapat diketahui bahwa pelanggan dan konsumen yang berpendidikan SD – SMA sebanyak 19 orang persentase 54,2%, responden yang memiliki tingkat pendidikan diploma sebanyak 9 orang dengan presentase 25,8%, dan yang memiliki tingkat pendidikan sarjana berjumlah 7 orang dengan presentase 20%. Dengan demikian pelanggan dan konsumen usaha mikro pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya yang paling banyak yaitu SD – SMA sebanyak 19 orang dengan persentase 54,2%.

#### **B. Analisis Kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)**

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan dan konsumen. Terdapat perbedaan antara konsumen dan pelanggan, konsumen menurut Nasution (2014:102) adalah orang yang membeli dan menggunakan suatu produk atau hanya mencoba produk tersebut, sedangkan pelanggan ialah orang yang menggunakan dan membeli produk yang mereka sukai sebagai kebiasaannya dan menjadikan satu produk tersebut sebagai produk unggulannya.

### 1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja menurut Gaspersz (2008:119) merupakan pencerminan bagaimana sebuah produk itu disajikan atau ditampilkan kepada pelanggan. Tingkat pengukuran *Performance* pada dasarnya mengacu pada tingkat karakteristik dasar produk itu beroperasi. Sebuah produk dikatakan memiliki *performance* yang baik bilamana dapat memenuhi harapan. Bagi setiap produk/jasa, dimensi *performance* merupakan yang paling dasar dan berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk. Hal ini menjadi karakteristik utama yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam membeli suatu produk bisa berlainan, tergantung pada *functional value* yang dijanjikan oleh perusahaan. Untuk bisnis makanan, dimensi *performance* adalah rasa yang enak. Aspek karakteristik pada kinerja produk ini merupakan bagaimana produsen dalam melakukan pengemasan produk dan merek yang di tetapkan oleh produsen kepada produk. Berikut tanggapan responden yang terdiri dari 35 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai kualitas produk tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu:

**Tabel V.4 Distribusi Jawaban Responden Pelanggan dan Konsumen Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Kinerja (*Performance*)**

No	Item Penilaian	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Kerapian dalam pengemasan	10 (18%)	12 (34%)	13 (38%)	35 (100%)
2	Rasa tahu yang enak	23 (66%)	12 (34%)	-	35 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>33</b>	<b>24</b>	<b>13</b>	<b>70</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>17</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>35</b>
<b>Persentase</b>		<b>34%</b>	<b>34%</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Sumber: data olahan Penelitian, 2021.

Dari tabel V.5 dapat diketahui bahwa sub indikator kerapian dalam pengemasan, dari 35 responden pelanggan dan konsumen sebanyak 10 orang yang menjawab baik sebesar 18%, cukup baik 12 pelanggan dan konsumen sebanyak 34% dan untuk kurang baik sebanyak 13 pelanggan dan konsumen sebesar 38%. Pada item lampiran dalam pengemasan dan juga peletakan di wadah tahu.

Untuk sub indikator rasa tahu yang enak yang dari 35 responden pelanggan dan konsumen sebanyak 23 orang yang menjawab baik sebanyak 66%, yang menjawab cukup baik 12 orang sebanyak 34% dan tidak ada yang menjawab kurang baik. Kemudian diketahui bahwa rata-rata jawaban responden didominasi pada kategori baik yaitu 17 responden atau 34%. Pada item memiliki rasa tahu yang enak dapat dikategorikan baik karena tahu bapak Luthfi pada item kerapian dalam pengemasan tahu dapat dikategorikan kurang baik karena pemberian nama pada wadah tahu belum maksimal hanya dengan inisial saja sehingga banyak konsumen yang belum mengetahui merek dari Tahu Pak Luthfi .

Berdasarkan hasil wawancara penulis 22 Februari 2021 dengan pemilik tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya mengenai indikator kinerja dengan sub indikator memberi tanda nama pada wadah tahu :

“untuk nama pada wadah atau ember saya memberi tanda hanya menggunakan cat cair dengan menuliskan nama saya seperti LTF dimana itu merupakan singkatan nama saya. Jadi jika konsumen atau pelanggan membeli tahu saya bisa melihat tanda tersebut jadi mereka bisa hafal bahwa itu tahu bapak Luthfi yang memiliki tekstur yang bagus. Pemberian tanda itu pun agar tidak tertukar dengan usaha tahu yang lainnya. Untuk harganya kami mematokkan harga yang sesuai dengan harga kantong masyarakat sekitar yang tidak begitu mahal atau bisa dijangkau”

Pendapat serupa di utarakan oleh karyawan pembuat tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya mengenai item penilaian kinerja, yaitu :

“nama yang diletakkan di ember betul nama singkatan dari pak Luthfi pemilik tahu ini. Tujuan di beri nama singkat bapak Luthfi di ember agar ember tidak tertukar dengan ember tahu yang lainnya”

Berdasarkan hasil observasi penulis di lapangan dengan melihat indikator ini bahwa betul tempat wadah atau ember yang digunakan untuk tempat tahu bapak Luthfi sudah diberi tanda dengan singkatan nama bapak Luthfi itu sendiri LTF agar tahu yang dijual bisa dikenal oleh konsumen, ada beberapa tempat yang di letakkan untuk pemasarannya seperti pasar dan kedai. Kemudian untuk kerapian dalam kemasan dapat dikatakan cukup baik dikarenakan khusus untuk pelanggaran tahu akan diberikan tahu dengan kemasan plastik dan untuk konsumen yang membeli di warung atau pasar disediakan ember sebagai tempat untuk meletakkan tahu dan plastik untuk mengambil tahu agar tahu tetap bersih dan higienis. Dari hasil pengolahan data, wawancara dan observasi untuk indikator kinerja produk dapat disimpulkan dalam kategori cukup baik.

## 2. Fitur (*features*)

Fitur atau keistimewaan tambahan (*features*) menurut Gaspersz (2008:119) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dan dapat didefinisikan sebagai tingkat kelengkapan atribut-atribut yang ada pada sebuah produk. Pada titik tertentu, *performance* dari setiap merek hampir sama tetapi justru perbedaannya terletak pada fiturnya. Ini juga mengakibatkan harapan pelanggan terhadap dimensi *performance* relatif homogen dan harapan terhadap fitur relatif heterogen

Fitur ini merupakan ciri atau keistimewaan tambahan. Fitur bisa meningkatkan kualitas produk jika pesaing tidak memiliki sama seperti tambahan keragaman produk yang ditawarkan lebih dari satu pilihan. Maksud dari aspek fitur ini ialah bagaimana sebuah produk khususnya panganan tahu memiliki ciri-ciri atau

keistimewaan yang berbeda dengan produk dengan jenis yang sama di pasaran, sehingga dari ciri-ciri ini dapat dibedakan dengan hanya melihat saja maka dapat dibedakan melalui tekstur dan ukuran dari produk tahu. Berikut tanggapan pelanggan dan konsumen dari 35 responden yang mengisi kuesioner mengenai fitur (*features*) usaha mikro pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya sebagai berikut:

**Tabel V.5 Distribusi Jawaban Responden Pelanggan dan Konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Fitur (*Features*)**

No	Item Penilaian	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Tekstur	19 (54%)	10 (29%)	6 (17%)	35 (100%)
2	Ukuran	20 (58%)	11 (31%)	4 (11%)	35 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>39</b>	<b>21</b>	<b>10</b>	<b>70</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>19</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>35</b>
<b>Presentase</b>		<b>55%</b>	<b>31%</b>	<b>14%</b>	<b>100%</b>

Sumber : data olahan Penelitian, 2021

Dari tabel V.6 dapat diketahui bahwa untuk sub indikator tekstur dari 35 responden sebanyak 19 orang mengatakan tekstur tahu baik atau sama dengan 54%, menjawab cukup baik sebanyak 10 orang atau sama dengan 29% dan yang menjawab kurang baik 6 orang pelanggan dan konsumen atau sama dengan 17%. Pada item tekstur dapat dikategorikan baik karena tahu bapak Luthfi tidak mudah hancur dan teksturnya padat tidak terlalu kenyal.

Untuk sub indikator ukuran dari 35 responden pelanggan dan konsumen yang menjawab baik 20 orang atau sebanyak 58%, yang menjawab cukup baik 11 orang atau sebanyak 31% sedangkan yang menjawab kurang baik 4 orang atau sebanyak 11%. Pada item rasa dan ukuran dapat dikategorikan baik karena tahu

bapak Luthfi rasanya tidak asam dan tidak berbau sangit. Kemudian diketahui bahwa rata-rata jawaban responden didominasi pada kategori baik yaitu 19 responden atau 55%

Berdasarkan hasil wawancara penulis pada tanggal 22 Februari 2021 dengan pemilik tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya mengenai indikator fitur dapat diperoleh penjelasan yaitu:

“Kalau Fitur produk yang dimaksud itu seperti tekstur dan rasa dan ukuran tahu sudah baik dan bagus karena dilihat dari penjualan produk tahu selama ini tidak ada keluhan ataupun komplain dari pembeli”

Pendapat serupa dari karyawan pembuat tahu mengenai indikator fitur (*features*), yaitu:

“Pada saat pembuatan tahu yang sering kami lakukan selalu mempunyai tekstur yang lembut karena pada saat pembuatan diberi cuka yang sudah sesuai dengan aturannya, sama juga dengan rasa dan ukuran yang sama seperti tahu lainnya, tetapi tahu bapak Luthfi ini mempunyai 2 ukuran dan rasa yang tidak asam ataupun sangit”

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan di lapangan pada tanggal 22 Februari 2021 mengenai tekstur dan ukuran produk tahu bapak Luthfi, dapat dinilai bahwa tahu yang di produksi bapak Luthfi sudah memenuhi kriteria tahu yang baik dikarenakan memiliki tekstur yang kenyal dan tidak mudah hancur serta ukuran yang relatif tidak terlalu besar dan kecil, hal ini sesuai dengan rencana usaha yang sudah dirintis dari awal sehingga mempunyai perbedaan dengan usaha tahu yang dimiliki oleh orang lain yang dilihat dari tekstur yang lembut serta mempunyai 2 ukuran sehingga para masyarakat sekitar menyukai tahu yang telah di produksi bapak Luthfi. Maka dari hasil pengumpulan data, wawancara dan observasi mengenai indikator tekstur dapat di ambil kesimpulan bahwa fitur yang dimiliki oleh tahu



produksi Bapak Luthfi memiliki karakteristik tekstur, rasa dan ukuran tahu dengan kriteria tahu dalam kategori baik.

### 3. Keandalan (*reliability*)

Keandalan menurut Gaspersz (2008:119) merupakan tingkat konsistensi keandalan sebuah produk didalam proses operasionalnya di mata konsumen. *Reliability* sebuah produk juga merupakan ukuran kemungkinan suatu produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu. Sebuah produk dikatakan memiliki *reliability* yang tinggi bilamana dapat menarik kepercayaan dari konsumen terkait kualitas keandalan sebuah produk. *Reability* lebih menunjukkan pada ketahanan produk itu sendiri.

Suatu produk akan bekerja sesuai dengan fungsinya tidak ada kemungkinan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Tapi didalam pengukuran kualitas makanan khususnya tahu dalam penelitian ini akan dilakukan penilaian mengenai kondisi tahu saat dibeli dan kualitas tahu saat diterima oleh pelanggan, apakah dalam kondisi baik dari segi bentuk, jumlah dan kualitasnya. Berikut tanggapan pelanggan dan konsumen sebagai responden yang mengisi kuesioner mengenai keandalan (*reliability*) produk tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya:

**Tabel V.6 Distribusi Jawaban Responden Pelanggan dan Konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Keandalan (*Reliability*)**

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Kondisi bentuk tahu yang di beli atau di terima	20 (57%)	12 (35%)	3 (8%)	35 (100%)
2	Kondisi kualitas tahu yang di beli atau di terima	14 (40%)	12 (34%)	9 (25%)	35 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>34</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>70</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>17</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>35%</b>
<b>Persentase</b>		<b>48%</b>	<b>35%</b>	<b>17%</b>	<b>100%</b>

Sumber: data olahan Penelitian, 2021

Dari tabel V.7 diatas dapat diketahui bahwa untuk sub item penilaian kondisi bentuk tahu yang dibeli atau di terima dari 35 responden pelanggan dan konsumen sebanyak 20 orang yang menjawab baik atau sama dengan 57%, yang menjawab cukup baik 12 orang atau sama dengan 35% dan yang menjawab kurang baik 8 orang pelanggan dan konsumen atau sama dengan 23%. Pada item yang dinilai mengenai kondisi bentuk tahu yang dibeli atau diterima dikategorikan baik kebanyakan pelanggan mendapatkan kondisi tahu dalam bentuk yang baik yaitu sebanyak 20 orang dengan 57% yang menjawab baik dengan alasan karena begitu tahu siap untuk di pasarkan maka pengantaran tahu langsung dilakukan ke rumah-rumah pelanggan sehingga mendapatkan tahu yang segar berbeda dengan konsumen yang membeli di warung atau pasar karena kondisi pasar dan banyaknya konsumen yang memilih produk tahu sehingga bentuk tahu menjadi rusak. Kemudian diketahui bahwa rata-rata jawaban responden di dominasi pada kategori baik yaitu 17 responden atau 48%.

Untuk item penilaian Kondisi kualitas tahu yang dibeli atau diterima sebanyak 14 orang atau sama dengan 40% mengatakan baik, yang menjawab cukup baik 12 orang sama dengan 34% dan yang menjawab kurang baik 9 orang sama dengan 25% orang. Pada item yang dinilai kandungan gizi dikategorikan baik yaitu sebanyak 14 orang dengan 40%. dengan alasan karena begitu tahu siap untuk dipasarkan maka pengantaran tahu langsung dilakukan ke rumah-rumah pelanggan sehingga mendapatkan tahu yang segar, berbeda dengan konsumen yang membeli di warung atau di pasar karena kondisi pasar dan banyaknya konsumen yang memilih sehingga kualitas tahu menjadi rusak kemudian dari hasil penyebaran kuesioner juga

didapatkan bahwa pelanggan dan konsumen tahu bapak Luthfi menyatakan bahwa tahu yang di jual tidak mengandung bahan-bahan berbahaya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis pada tanggal 22 februari 2021 dengan pemilik tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya mengenai indikator kehandalan dapat diperoleh penjelasan, yaitu:

“Kehandalan pada produk tahu yang saya buat bisa kita lihat dari tingkat keempukan dari kacang kedelai yang harus direndam terlebih dahulu kemudian digiling sampai halus supaya bisa mendapatkan tahu yang empuk nantinya serta mendapatkan tahu yang bagus dengan kekenyalan yang tidak gampang hancur serta keempukan tahu yang matang dengan sempurna. Untuk tahu ini sendiri mempunyai takaran dan ukran pembuatan yang sudah direncanakan sebelumnya sehingga kandungan gizi tahu ini sangat bagus untuk tubuh kita apa lagi masyarakat banyak yang suka dengan tahu terutama ibu-ibu yang senang sekali memasak.”

Pendapat serupa dari karyawan pembuat tahu mengenai indikator kehandalan (*reliability*), yaitu:

“Kami sebagai karyawan yang membuat tahu lebih memperhatikan kualitas kacang kedelai saat memproduksi karena harus mendapatkan hasil tahu yang kenyal yang tidak gampang hancur serta memberi cuka yang harus sesuai dengan takarannya. Pada saat proses perendaman kedelai juga harus yang lama agar kacang kedelai empuk dan mudah digiling”.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti dapatkan dilapangan pada saat pembuatan tahu memang harus memilih kacang kedelai yang berkualitas bagus agar bisa menghasilkan tahu yang bagus pula dengan takaran campuran seperti cuka agar kekenyalan tahu sempurna dan tidak mudah hancur dan keempukan juga bisa matang yang sempurna dan bagus. Untuk kandungan gizi sendiri yang terdapat didalam tahu ini mempunyai kalori, lemak, dan karbohidrat yang bagus dikonsumsi untuk kesehatan tubuh. Selain menurunkan kolestrol, tahu juga terbukti dapat mencegah kanker payudara. Maka dari hasil pengolahan data, wawancara dan observasi dapat diketahui indikator kehandalan dalam kategori cukup baik.

#### 4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*comformance to specifications*)

Kesesuaian dengan spesifikasi menurut Gaspersz (2008:119) merupakan sejauh mana karakteristik desain dari produk memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Definisi diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat *Conformance* sebuah produk dikatakan telah akurat bilamana produk-produk yang dipasarkan oleh produsen telah sesuai perencanaan perusahaan yang berarti merupakan produk-produk yang mayoritas diinginkan pelanggan.

Kesesuaian suatu produk dalam industri diukur dari tingkat akurasi, waktu penyelesaian, perhitungan kesalahan yang terjadi dan terlambatan yang tidak bisa diantisipasi. Maksudnya ialah sejauh mana tingkat kecepatan dan kesesuaian pesanan dan waktu pengantaran tahu kepada pelanggan kemudian kesesuaian waktu pengantaran ke lokasi warung atau pasar serta harga dengan jumlah tahu yang diterima. Berikut tanggapan pelanggan dan konsumen dari 35 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai kesesuaian dengan spesifikasi usaha mikro pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel V.7 Distribusi Jawaban Responden Pelanggan Dan Konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Comformance To Specifications*)**

No	Item yang dinilai	Jawaban responden			jumlah
		Baik	Cukup baik	Kurang baik	
1	Harga produk tahu	16 (46%)	11 (32%)	8 (22%)	35 (100%)
2	Kesesuaian jumlah dan kualitas memenuhi pesanan	20 (57%)	4 (11%)	11 (32%)	35 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>36</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>70</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>18</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>35</b>
<b>Persentase</b>		<b>51%</b>	<b>21%</b>	<b>28%</b>	<b>100%</b>

Sumber: data olahan Penelitian, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk sub indikator harga produk tahu dari 35 responden sebanyak 16 orang mengatakan baik sama dengan 46%, sebanyak 11 orang yang menyatakan cukup baik sama dengan 32% dan yang menyatakan kurang baik 8 orang sama dengan 22%. Pada item yang dinilai waktu penyelesaian dengan kategori baik yaitu 16 orang sama dengan 46% mereka beralasan pada waktu memproduksi tahu waktu yang digunakan sudah cukup sehingga dapat menghasilkan tahu tepat waktu sehingga mendapatkan hasil yang bagus.

Sedangkan untuk sub indikator memenuhi pesanan yang menjawab baik sebanyak 20 orang sama dengan 57%, yang menjawab cukup baik 4 orang sama dengan 11%, dan yang menjawab kurang baik 11 orang sama dengan 32%. Pada item yang dinilai memenuhi pesanan dikategorikan baik sebanyak 20 orang sama dengan 57% mereka beralasan pada saat mereka memesan tahu bapak Luthfi selalu tepat waktu saat pengantaran ataupun pada saat mereka menjemput pesanan ke tempat usaha bapak Luthfi. Kemudian diketahui bahwa rata-rata jawaban responden didominasi pada kategori baik yaitu 18 responden atau 51%

Berdasarkan hasil wawancara penulis pada tanggal 22 Februari 2021 dengan pemilik tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya mengenai indikator kehandalan dapat diperoleh penjelasan yaitu :

“Waktu penyelesaian pada saat pembuatan tahu ini sudah teratur. Apa lagi pada saat perendaman kacang kedelai membutuhkan waktu 2 jam, untuk mendapatkan tahu yang lembut serta tahu yang tidak mudah hancur dan untuk memenuhi pesanan, selama sejauh ini kita sudah memenuhi pesanan para konsumen dan pelanggan sesuai dengan permintaan mereka untuk diantarkan tepat waktu”.

Pendapat serupa dari karyawan pembuat tahu mengenai indikator Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Comformance To Specifications*), yaitu:

“Kami sebagai karyawan bapak Luthfi hanya mendengarkan serta melaksanakan perintah dari beliau pada saat membuat tahu. Dengan waktu yang sudah direncanakan beliau yang harus siap sekian jam dan harus siap pada saat itu juga karena banyaknya pesanan yang harus dipenuhi agar konsumen atau pelanggan tidak kecewa pada saat memesan tahu bapak Luthfi”.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan dilapangan mengenai indikator ini bahwasanya Pak Luthfi sebagai pemilik usaha tahu selalu melihat perkembangan harga pasaran tahu dan menyesuaikan dengan kualitas bahan baku dan hasilnya sehingga tidak mengganggu target produksi dan target penjualan dengan tetap menjaga kualitas tahu, kemudian saat pemilik sudah menyelesaikan pembuatan tahu tepat dengan waktu penyelesaian yang sudah ditetapkan sekian jamnya yang tidak begitu lama pada saat proses pembuatan tahu. Untuk memenuhi pesanan para konsumen dan pelanggan Pak Luthfi sangat memperhatikan waktu yang harus cepat diselesaikan pada saat memproduksi tahu agar konsumen dan pelanggan tidak kecewa dengan produk tahu pak Luthfi. Sehingga dari hasil jawaban responden pelanggan dan konsumen, kemudian wawancara dan observasi maka diketahui kualitas tahu dari indikator Kesesuaian dengan Spesifikasi dalam kategori baik.

##### **5. Daya tahan (*durability*)**

Daya tahan menurut Gaspersz (2008:119) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan/atau berat. Definisi diatas bilamana diterapkan pada pengukuran sebuah makanan dan minuman sebuah restoran, maka pengertian *durability* diatas adalah tingkat usia sebuah makanan

masih dapat dikonsumsi oleh konsumen. Ukuran usia ini pada produk biasanya dicantumkan pada produk dengan tulisan masa kadaluarsa sebuah produk.

Daya tahan ini berkaitan dengan berapa lama produk tahu tersebut dapat bertahan dengan penyimpanan yang dianjurkan serta tanpa bahan pengawet sehingga saat digunakan atau dikonsumsi, mencakup umur pemakaian produk, maupun umur ekonomis produk saat disimpan tetap aman dan layak untuk di konsumsi. Kualitas produk juga dapat dilihat dari ketahanannya terhadap kondisi penyimpanan, mulai dari pembelian hingga pada penyimpanan meliputi waktu, maka tahu yang berkualitas bukan pada durasi ketahan tetapi pada keamanan bahan baku dan kandungan tahu tersebut, diharapkan untuk produsen memberikan informasi mengenai ketahan tahu yang dijual. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, dan wawancara serta observasi maka berikut tanggapan pelanggan dan konsumen mengenai daya tahan (*durability*) usaha mikro pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel V.8 Distribusi Jawaban Responden Pelanggan Dan Konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Daya Tahan (*Durability*)**

No	Item yang penilaian	Jawaban responden			Jumlah
		baik	Cukup baik	Kurang baik	
1	Ketahanan tahu	12 (35%)	15 (43%)	8 (22%)	35 (100%)
2	Tahu tidak harus disimpan dalam suhu dingin	10 (28%)	14 (40%)	11 (32%)	35 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>22</b>	<b>29</b>	<b>19</b>	<b>70</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>11</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>140</b>
<b>Persentase</b>		<b>31%</b>	<b>43%</b>	<b>26%</b>	<b>100%</b>

Sumber: data olahan Penelitian, 2021.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sub indikator daya tahan dari 35 responden pelanggan dan konsumen yang menjawab baik sebanyak 12 orang dengan

35%, kemudian yang menjawab cukup baik sebanyak 15 dengan 43% dan yang menjawab kurang baik 8 orang dengan 22%. Dari item penilaian dapat di kategorikan cukup baik dengan banyaknya jawaban cukup baik 15 orang sama dengan 43%. Alasan nya karena tahu bapak Luthfi pada saat pembuatan tahu dianjurkan memilih kualitas produk kacang kedelai yang bagus sehingga pada saat diproduksi tahu yang dihasilkan bisa bertahan selama 4 hari dengan kualitas air yang baik.

Untuk sub indikator tahu tidak harus di simpan pada suhu dingin sebanyak 10 orang dengan 28% yang menjawab baik, 14 orang sebanyak 40% yang menjawab cukup baik sedangkan yang menjawab kurang baik sebanyak 11 orang dengan 32%. dari item penilaian tahu tidak harus di simpan pada suhu dingin di kategorikan cukup baik sebanyak 14 orang yang menjawab dengan 40%. Dengan alasan tahu akan bertahan lebih lama jika terlebih dahulu di rebus dan di kukus. Kemudian rata-rata jawaban responden didominasi pada kategori cukup baik yaitu 15 responden atau 43%

Berdasarkan hasil wawancara penulis pada tanggal 22 Februari 2021 dengan pemilih tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya mengenai indikator daya tahan yaitu:

“ketahanan tahu yang saya buat ini bertahan sampai 4 hari karena kacang kedelai yang dipilih memiliki kualitas yang bagus serta air yang digunakan memiliki kadar air yang bagus maka dapat menghasilkan tahu yang bagus juga. Untuk penyimpanan tahu juga bisa disimpan didalam kulkas dengan cara bisa direbus dulu, kemudian tahu dicampur dengan garam supaya tekstur tahu keras dan bertahan lama.”

Pendapat serupa dari karyawan pembuat tahu mengenai mengenai indikator daya tahan yaitu:



“yang kami tau sebagai karyawan, tahu ini bertahan bisa sampai 4 hari jika air diganti kembali. Jika air tidak diganti tahu bisa berubah warna menjadi kuning kecoklatan dan mempunyai rasa asam, jadi tahu tidak bisa di konsumsi atau digunakan.”

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan di lapangan mengenai indikator ini bahwa usaha tahu pak Luthfi memiliki ketahanan tahu yang cukup bagus yaitu selama 4 hari lebih berbeda dengan rata-rata ketahanan tahu lainnya juga hanya mencapai 3 (tiga) hari lamanya dikarenakan memang tidak menggunakan bahan pengawet sehingga aman untuk dikonsumsi, hal lainnya dapat dilihat dari pemilihan kualitas kedelai serta dengan kadar air nya yang bisa menghasilkan tahu bagus serta ketahanan tahu bisa bertahan sampai lama. Untuk penyimpanan tahu sendiri bisa disimpan didalam kulkas sampai beberapa hari dengan salah satu cara tahu terlebih dahulu direbus dengan dicampur dengan garam agar tahu tetap kenyal dan memiliki warna putih yang bagus sehingga pada saat disimpan didalam kulkas bisa bertahan hingga 1 minggu lamanya. Maka dari itu diketahui bahwa pemilik atau pengantar memberikan informasi mengenai cara untuk penyimpanan tahu kepada pelanggan atau konsumen, maka dari hasil kuesioner, wawancara dan observasi mengenai kualitas usaha Tahu Pak Luthfi mengenai indikator ketahanan dalam kategori cukup baik.

#### **6. Kemampuan pelayanan (*service ability*)**

Kemampuan pelayanan menurut Gaspersz (2008: 119) meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi: penanganan keluhan yang memuaskan, serta penanganan keluhan yang memuaskan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran kemudahan memperbaiki suatu produk yang rusak atau gagal. Disini artinya

bilamana sebuah produk rusak atau gagal maka kesiapan perbaikan produk tersebut dapat diandalkan, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.

Dalam penelitian ini kemampuan pelayanan dimaksudkan pada kecepatan pengantaran, kemampuan untuk pergantian apabila ada produk tahu yang rusak dan tidak sesuai dengan pesanan pelanggan serta kerusakan pada produk yang dipasarkan kemudian apabila terjadi produk tahu yang tidak layak konsumsi atau tidak sesuai dengan waktu ketahanan yang dijamin oleh produsen. Berikut ini tanggapan pelanggan dan konsumen dari 35 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai kemampuan pelayanan (*service ability*) usaha mikro pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya dapat di lihat dibawah ini:

**Tabel V.9 Distribusi Jawaban Responden Pelanggan dan konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya mengenai Indikator Kemampuan Pelayanan (Service ability)**

No	Item yang dinilai	Jawaban responden			jumlah
		Baik	Cukup baik	Kurang baik	
1	Kecepatan pengantaran tahu	12 (34%)	19 (55%)	4 (11%)	35 (100%)
2	Melayani konsumen ditempat usaha	20 (57%)	10 (29%)	5 (14%)	35 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>32</b>	<b>29</b>	<b>9</b>	<b>70</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>16</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>35</b>
<b>Persentase</b>		<b>46%</b>	<b>40%</b>	<b>14%</b>	<b>100%</b>

Sumber: data olahan Penelitian, 2021

Dari tabel V.9 diatas dapat diketahui bahwa sub indikator kecepatan pengantaran dari 35 responden pelanggan dan konsumen sebanyak 12 orang yang menjawab baik atau sebesar 34%, kemudian yang mengatakan cukup baik sebanyak 19 orang atau sebesar 55% dan untuk yang menjawab kurang baik sebanyak 4 orang atau sebesar 11%. Dari item yang dinilai produk tersedia dipasar dikategorikan

cukup baik dikarenakan memang terdapat keterlambatan pengantaran kepada pelanggan dikarenakan kendaraan untuk pengantaran kepada pelanggan dan ke pasar ialah satu kendaraan roda 4, sehingga terkadang terjadi keterlambatan pengantaran baik kepada pelanggan maupun kelokasi warung dan pasar.

Sub indikator melayani konsumen di tempat usaha sebanyak 20 orang atau sebesar 57% yang menjawab baik. 10 orang atau sebesar 29% yang menjawab cukup baik dan untuk yang menjawab kurang baik 5 orang atau sebesar 14%. Pada item melayani konsumen ditempat usaha dikategorikan cukup baik dikarenakan pembelian tahu di lokasi pembuatan sangat di perbolehkan, tetapi memang dari segi jumlah tidak begitu banyak karena kebanyakan telah di antar pada lokasi yang ditetapkan, sehingga apabila ada pembeli yang ingin datang langsung harus mengetahui waktu penyelesaian pembuatan tahu sehingga mendapatkan tahu yang segar dan baru. Kemudian di ketahui bahwa rata-rata jawaban responden didominasi pada kategori cukup baik yaitu 14 responden atau 46%

Bedasarkan hasil wawancara penulis pada tanggal 22 Februari dengan pemilik tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya mengenai indikator kemampuan pelayanan yaitu :

“untuk pengantaran memang kami selalu usahakan cepat, tetapi karena banyaknya lokasi dan kendaraan hanya satu maka terkadang terjadi keterlambatan, maka dari itu kami juga membolehkan untuk langsung membeli di sini.

Pendapat serupa dari karyawan pembuat tahu mengenai indikator kemampuan pelayanan, yaitu:

“iya ada terkadang terlambat maka kita beritahu terlebih dahulu alasannya, sehingga pelanggan dan konsumen tidak kecewa, kalau untuk pengambilan banyak bisa langsung beli di tempat atau minta di antar juga bisa”

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa memang sering terjadi keterlambatan pengantaran, dari hasil observasi yang dilakukan diketahui penyebab keterlambatan tersebut dikarenakan kendaraan untuk pengantaran hanya satu mobil saja sehingga mengakibatkan keterlambatan untuk lokasi pengantaran yang jauh, sehingga solusi yang ditawarkan untuk pelanggan menggunakan sepeda motor dan untuk kepasar atau kewarung menggunakan mobil pick Up. Maka dari hasil jawaban responden penelitian, wawancara dan observasi dapat diketahui kualitas tahu pada indikator Kemampuan Pelayanan (*Service ability*) dalam kategori cukup baik.

#### 7. Estetika (Aeshetic)

Estetika menurut Gaspersz (2008: 119) merupakan keindahan produk terhadap panca indera dan dapat didefinisikan sebagai atribut-atribut yang melekat pada sebuah produk, seperti warna, model atau desain, bentuk, rasa, aroma dan lain-lain. Pada dasarnya *Aesthetics* merupakan elemen yang melengkapi fungsi dasar suatu produk sehingga *performance* sebuah produk akan menjadi lebih baik dihadapan pelanggan.

Seperti yang fisik, model/desain, warna, rasa dan aroma. Dimensi ini menunjukkan bahwa bagaimana suatu produk dapat dilihat dan di rasakan oleh konsumen. Maka khususnya untuk produk tahu dapat di ukur melalui bentuk dan warna tahu yang mampu membuat konsumen tertarik untuk membelinya, dikarenakan kedua aspek tersebut ialah nilai dasar dari panganan tahu yang umum. Berikut ini tanggapan pelanggan dan konsumen dari 35 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai estetika (*aesthetic*) usaha mikro pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya dapat di lihat dibawah ini :

**Tabel V.10 Tanggapan Responden Pelanggan dan Konsumen Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Terhadap Indikator Estetika (Aesthetic)**

No	Item yang dinilai	Jawaban responden			Jumlah
		baik	Cukup baik	Kurang baik	
1	Tahu memiliki warna yang putih	18 (52%)	12 (34%)	5 (14%)	35 (100%)
2	Tahu memiliki bentuk segi empat	22 (63%)	9 (26%)	4 (11%)	35 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>40</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>70</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>20</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	
<b>persentase</b>		<b>57%</b>	<b>29%</b>	<b>14%</b>	<b>100%</b>

Sumber : data olahan penelitian, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk sub indikator tahu memiliki warna yang putih dari 35 responden sebanyak 18 orang menjawab baik atau sama dengan 52%, kemudian yang menjawab cukup baik sebanyak 12 orang atau sama dengan 34%. Sedangkan yang menjawab kurang baik sebanyak 5 orang atau sama dengan 14%. Pada item yang dinilai tahu memiliki warna yang putih dikategorikan baik yaitu sebanyak 18 orang atau sama dengan 52%. Alasannya karena warna tahu sudah sesuai dengan tahu pada umumnya.

Untuk sub indikator tahu memiliki bentuk segi empat sebanyak 22 orang atau sama dengan 63% yang mengatakan baik, 9 orang atau sama dengan 26% yang mengatakan cukup baik, untuk yang mengatakan kurang baik sebanyak 4 orang atau sama dengan 11%. Pada item penilaian tahu memiliki bentuk segi empat dikategorikan baik sebanyak 22 orang atau sama dengan 63%. Alasannya karena percetakan tahu dilakukan dengan alat potong yang masih tradisional dan dilakukan oleh tenaga yang ahli dan berpengalaman sehingga hasil cetakan tahu sudah cukup presisi. Kemudian di ketahui bahwa rata-rata jawaban responden di dominasi pada kategori cukup baik yaitu 20 responden atau 57%

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada tanggal 22 Februari dengan pemilik tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya mengenai indikator estetika yaitu :

“Bentuk tahu yang kami cetak sudah sangat baik biarpun masih menggunakan percetakan dengan cara di potong manual tetapi pegawai yang memotong tahu tersebut sudah berpengalaman sehingga hasil cetakannya sangat presisi”.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan karyawan pembuat tahu mengenai indikator estetika yaitu:

“Warna putih hasil dari kedelai yang berkualitas dan penggunaan air yang tepat, kemudian percetakan tahu juga menggunakan alat yang memang masih tradisional tetapi dari hasil cetakan sudah sangat baik dan berbentuk segi empat yang pas”.

Dari hasil wawancara yang didapatkan maka diketahui bahwa memang usaha tahu Pak Luthfi masih menggunakan alat-alat tradisional seperti tong untuk menampung, kain untuk menyaring, papan dan pisau untuk melakukan percetakan tahu, dari hasil observasi memang dalam produksi tahu Pak Luthfi tidak menggunakan air yang terlalu banyak yang nantinya akan membuat tahu menjadi lembek, tetapi perbandingan air dan kedelai sangat disesuaikan demi menghasilkan tahu yang berkualitas dan berwarna putih, kemudian pekerja yang melakukan pemotongan tahu ialah pekerja yang sudah ikut dengan Bapak Luthfi selama 3 tahun sehingga memiliki pengalaman dan kemampuan pemotongan yang baik. Maka dari itu setelah dilakukannya pembahasan diatas melalui hasil tanggapan responden dan wawancara serta observasi dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas tahu di ukur dari indikator estetika dalam kategori baik.

## 8. Kualitas Yang Dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Kualitas yang dipersepsikan menurut Gaspersz (2008: 119) merupakan kualitas yang dirasakan. Bilamana diterapkan pada pengukuran kualitas makanan dan minuman maka *perceived quality* merupakan kualitas dasar yang dimiliki sebuah makanan dan minuman. *Perceived quality* juga meliputi citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan. Maka dikarenakan penelitian dilakukan pada industri rumahan atau industri kecil yang mana dalam kegiatannya dan keuntungannya masih tergolong kecil sehingga yang diambil sebagai penilaiannya ialah citra dan reputasi produk dari tahu Pak Luthfi. Berikut ini tanggapan pelanggan dan konsumen dari 35 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel V.11 Distribusi Jawaban responden pelanggan dan konsumen usaha mikro pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya terhadap indikator kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)**

No	Item yang dinilai	Jawaban responden			Jumlah
		Baik	Cukup baik	Kurang baik	
1	Usaha ini sudah dikenal oleh masyarakat	22 (63%)	9 (26%)	4 (11%)	35 (100%)
2	Reputasi produk Tahu	20 (57%)	8 (23%)	7 (20%)	35 (100%)
<b>Jumlah</b>		<b>42</b>	<b>17</b>	<b>11</b>	<b>70</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>21</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	
<b>persentase</b>		<b>60%</b>	<b>26%</b>	<b>14%</b>	<b>100%</b>

Sumber : data olahan : 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sub indikator kualitas yang dipersepsikan dari 35 responden pelanggan dan konsumen yang mengatakan usaha ini sudah dikenal oleh masyarakat sebanyak 22 orang atau sama dengan 63% orang yang mengatakan baik, untuk yang mengatakan cukup baik sebanyak 9 orang atau

sama dengan 26% sedangkan yang menjawab kurang baik sebanyak 4 orang atau sama dengan 11%. Pada item yang dinilai usaha sudah dikenal oleh masyarakat dikategorikan baik sebanyak 22 orang atau sama dengan 63%. Alasannya konsumen sudah banyak mengetahui dan memilih tahu pak Luthfi sebagai tahu pilihan mereka kualitas yang baik dan tidak mengecewakan konsumen dan pelanggan yang membeli tahu tersebut.

Untuk sub indikator reputasi produk tahu yang di produksi sebanyak 20 orang atau sama dengan 57% yang menjawab baik, 8 orang atau sama dengan 23% yang menjawab cukup baik dan 7 orang sama dengan 20%. pada item yang dinilai tahu diproduksi menggunakan mesin tradisional dikategorikan baik sebanyak 20 orang atau sama dengan 57%. Alasannya dikarenakan pelanggan rata-rata memilih jawaban baik dan tahu yang dimiliki dan di produksi oleh Bapak Lutfi dalam kualitas yang baik dan tidak mengecewakan pelanggan dan konsumen yang sudah memilih tahu Pak Luthfi. Kemudian diketahui bahwa rata-rata jawaban responden di dominasi pada kategori cukup baik yaitu 21 responden atau 60%

Setelah melakukan pembahasan hasil penelitian meliputi delapan dimensi kualitas produk tahu Pak Luthfi yang bertempat pada Desa Pandau Jaya dengan masing-masing indikator kualitas, maka selanjutnya dilakukan rekapitulasi jawaban responden untuk mengetahui jawaban keseluruhan, dapat dilihat pada tabel berikut ini:



**Tabel V.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Penelitian mengenai Kualitas Produk Usaha Mikro Pembuatan Tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar**

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Kinerja ( <i>Performance</i> )	12 (34%)	12 (34%)	11 (32%)	35
2	Fitur ( <i>Features</i> )	19 (55%)	11 (31%)	5 (14%)	35
3	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	17 (48%)	12 (35%)	6 (17%)	35
4	Kesesuaian Dengan Spesifikasi ( <i>Comformance To Specifications</i> )	18 (51%)	8 (21%)	9 (28%)	35
5	Daya Tahan ( <i>Durability</i> )	11 (31%)	15 (43%)	9 (26%)	35
6	Kemampuan Pelayanan ( <i>Service Ability</i> )	16 (46%)	14 (40%)	5 (14%)	35
7	Estetika ( <i>Aesthetic</i> )	20 (57%)	10 (29%)	5 (14%)	35
8	Kualitas Yang Dipersepsikan ( <i>Perceived Quality</i> )	21 (60%)	9 (26%)	5 (14%)	35
<b>Jumlah</b>		<b>134</b>	<b>91</b>	<b>55</b>	<b>280</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>17</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>35</b>
<b>Persentase</b>		<b>49%</b>	<b>31%</b>	<b>20%</b>	<b>100%</b>

Sumber : data olahan : 2021

Dari hasil rekapitulasi jawaban responden yang terdiri dari 20 orang pelanggan dan 15 orang konsumen maka diketahui bahwa untuk kategori baik dengan rata-rata 17 orang atau 49%, kemudian untuk jawaban cukup baik dengan rata-rata 11 orang atau 31% terakhir untuk jawaban kurang baik dengan rata-rata 7 orang atau 20%, maka diketahui bahwa dominasi jawaban responden penelitian dengan kategori baik. Kemudian dari hasil wawancara dengan pemilik dan salah seorang pekerja usaha tahu serta hasil observasi yang dilakukan maka kualitas usaha tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dalam kategori cukup baik.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab telah dibahas hasil penelitian mengenai kualitas produk tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, Maka dari itu setelah menganalisis dan membahas hasil penelitian melalui kuesioner, wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap kualitas produk tahu diketahui bahwa kualitas Produk usaha mikro pembuatan tahu di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dalam kategori cukup baik.

Kategori cukup baik di tetapkan melalui analisis terhadap persepsi responden dan diketahui bahwa produk tahu memiliki rasa yang enak dan pengemasan masih menggunakan plastik transparan tanpa merek, produk tahu tekstur yang tidak mudah hancur serta ukuran yang cukup besar, pengantaran tahu secara langsung sehingga mendapatkan tahu yang segar dan bahan baku yang digunakan yaitu kacang kedelai yang berkualitas bagus, kemudian pemilik usaha selalu mengikuti perkembangan harga pasaran tahu dan menyesuaikan dengan kualitas bahan baku, produk tahu pak lutfi memiliki ketahanan tahu yang cukup bagus yaitu selama 4 hari, hasil percetakan tahu sudah cukup presisi dan pendapat responden mengenai produk tahu memiliki reputasi yang baik sehingga memiliki pelanggan tersendiri baik perorangan maupun bentuk usaha seperti rumah makan dan usaha pangan lainnya.

Kemudian terdapat beberapa hal yang tergolong sebagai penghambat peningkatan kualitas tahu Pak Luthfi yaitu kemasan yang belum memiliki merek,

tidak adanya variasi produk tahu, bahan baku tahu yang masih menggunakan kualitas kedelai sedang, kemudian alat produksi yang masih tradisional sehingga dapat menghambat waktu produksi.

## B. Saran

Setelah melakukan pembahasan maka dapat disarankan untuk dapat meningkatkan kualitas tahu Pak Luthfi di Jalan Purnama Desa Pandau Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar antara lain:

1. Kepada pemilik usaha tahu untuk meningkatkan pengemasan produk tahu dan memberikan merek kepada kemasan tahu sehingga konsumen dapat mengenal produk serta meningkatkan daya tarik produk tahu
2. Kepada pemilik tahu untuk menambah variasi produk tahu seperti membuat tahu dengan jenis tahu kuning dan tahu bulat dengan tekstur yang lebih lembut
3. Kepada pemilik tahu untuk meningkatkan kualitas tahu dengan menggunakan bahan baku yang lebih berkualitas dan membuat variasi produk tahu premium dengan harga yang berbeda dan kualitas yang lebih bagus
4. Diharapkan kepada pemilik usaha tahu untuk meningkatkan alat-alat produksi baik dari segi jumlah dan juga kualitasnya seperti menggunakan mesin baik dalam hal pengolahan, penyaringan dan pemotongan sehingga dapat membuat tahu lebih banyak dan tidak memakan waktu yang lama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swastha DH, 2000. *Asas-Asas Marketing, Edisi III*. Yogyakarta : Liberty.
- Basus, Swastha Dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II*. Yogyakarta : Liberty.
- Effendi, Usman, 2014. *Asas Manajemen, Edisi Kedua*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Feriyanto, Andri Dan Shyta, Endang Triana, 2015. *Pengantar Manajemen (3 In 1)*. Kebumen : Mediaterra.
- Fuad, M, Dkk, 2006. *Pengantar Bisnis, Cetakan Kelima*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, V. 2008. *Total Quality Managament*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Handoko T. Hani, 2000. *Manajemen, Edisi Kedua*, Cetakan Ketigabelas. Yogyakarta : Bpfe.
- Haryadi, Hendi, 2009. *Administrasi Perkantoran Untuk Manajemen & Staf*. Jakarta Selatan : Transmedia Pustaka.
- Hasan, Hasrizal Dan Ardhi, Syamid, Hafiz, 2016. *Pengantar Bisnis Teori Dan Aplikasi Diindonesia*. Riau. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau: P2u LLPM Unisba.
- Hasibuan, Malayu S,P, 2004. *Manajemen*, Edisi Revisi, Jakarta : PT Bumi Akra.
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millennium, Jilid 2*. Jakarta : PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip, 2003. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas*, Jakarta : Indeks Kelampok Gramedia.
- Kotrel, Amstrong, 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Nurmansyah. 2018. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: Unilak Press.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Bpfe
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2003. *TM, Total Quality Management Edisi Revisi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy Dan Gregorius Chandra, 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV. Andi Offset

Tohar M, 2000. *Membuka Usaha Kecil*. Jakarta : Kanisius

Wilantara, F, Rio dan Susilawati. 2016. *Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM (Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional Di Era MEA)*. Bandung: PT Refika Aditama.

Zulkifli. Awang, Azam dkk. 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi, dan kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru, Fisipol UIR.

#### REFERENSI JURNAL

Irman Maulana. *Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Bakso Berdasarkan Model Kano Di Cv Mett Ball Foods*. Jurnal Optimasi Teknik Industry 2019, Vol. 01, No. 01 25-33.

Mariana, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Industry UKM Amplang UD*. Sinar Rejeki Disamarinda. Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis, 2015, 3 (2): 388-402.

Tri Yanto. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri)*. Simki- Economic Vol. 01 No. 02 Tahun 2017 Issn.

Shinta Wahyu Hati. *Analisis Kualitas Produk Kaos Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) Pada VC. Customindo Kreasi Mandiri Batam*. Jurnal Inovasi Dan Bisnis 6 (2018) 80-92.

Devi Maulida. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Baxo Ibu Pudji Diponegoro*. Journal Of Social And Politic (2018) Hal 1-7.

Ndaru Prasastono<sup>1</sup>, Sri Yulianto Fajar Pradapa<sup>2</sup>. *Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi*. Jurnal Dinamika Kepariwisata Vol XI, No 2, Oktober 2012.

Yetty Husnul Hayati. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Geprek Pak Ndut Solo*. Jurnal E-Issn 2502-5678.

Hana Ofela. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi*, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Vol 5, No 1, Januari 2016 – Issn : 2461-0593.

- Dian Rahmawati. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Pada Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Es Wall's Buavita Di Surabaya Selatan*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol 1, No 2, Maret 2013.
- Monica Maria. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*. Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan Vol 6, No 1, April 2013.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau