



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 2449-2460

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Peran Kualitas Produk Pada Kinerja Bisnis Basreng Idola

Shapdani Anggara Priyadi<sup>1✉</sup>, Farid Hirji Badruzzaman<sup>2</sup>

Universitas Teknologi Digital

Email: [shapdani10120016@digitechuniversity.ac.id](mailto:shapdani10120016@digitechuniversity.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Kualitas merupakan konsep penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam menciptakan produknya. Kualitas produk diartikan sebagai keseluruhan ciri khas yang mengacu pada semua fitur dan kemampuan produk untuk memenuhi harapan pelanggan dan mampu meningkatkan kinerja bisnis suatu perusahaan. Banyak faktor yang menentukan kinerja bisnis suatu organisasi, salah satu di antaranya adalah inovasi dan kualitas produknya. Basreng Idola merupakan pabrik yang memproduksi basreng dalam bentuk setengah jadi untuk dipasarkan ke pasar tradisional di sekitar kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Kondisi yang terjadi pada Basreng Idola ialah meningkatnya jumlah produksi dan penjualan selama 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2021, 2022, dan 2023. Jenis dan pendekatan pada penelitian ini menggunakan jenis dan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu penulis secara langsung melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan data secara alamiah yang berbentuk kata-kata, gambar maupun dokumen lainnya yang tidak berbentuk angka. Hasil penelitian dari wawancara yang telah dilakukan menggambarkan bahwa kualitas produk memiliki peran yang sangat penting dan positif pada kinerja bisnis Basreng Idola. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah produksi yang meningkat selama 3 tahun. Jumlah produksi di tahun 2021 sejumlah 182.500 pack, di tahun 2022 sejumlah 292.000 pack dan di tahun 2023 sejumlah 365.000 pack.

Kata Kunci: *Kualitas, Produk, Basreng, Inovasi, Kinerja Bisnis*

### Abstract

Quality is an important concept that every company must pay attention to when creating its products. Product quality is defined as the overall characteristics that refer to all product features and capabilities to meet customer expectations and be able to improve a company's business performance. Many factors determine the business performance of an organization, one of which is innovation and product quality. Basreng Idola is a factory that produces basreng in the semi-finished form to be marketed to traditional markets around the city of Bandung and Bandung Regency. The condition that occurs at Basreng Idola is the increase in production and sales over the last 3 years. The type and approach in this research use a descriptive qualitative type and approach, namely the author directly carries out observations, interviews and documentation to obtain natural data in the form of words, images or other documents that are not in the form of numbers. The results of research from interviews that have been conducted illustrate that product quality has a very important and positive role in Basreng Idola's business performance. This is proven by the increase in production over the past 3 years. Total production in 2021 will be 182,500 packs, in 2022 it will be 292,000 packs and in 2023 it will be 365,000 packs.

*Keywords: Quality, Product, Basreng, Innovation, Bisnis Performance*

### PENDAHULUAN

Perkembangan lingkungan bisnis terjadi secara dinamis mempengaruhi setiap perusahaan. Perubahan teknologi dan variasi produk yang cepat mempengaruhi perkembangan semua industri. Era perdagangan bebas dunia akan mereduksi bea masuk antar negara. Tantangan yang akan dihadapi adalah terbukanya batas wilayah dan batas persaingan, sehingga kegiatan ekonomi bergantung pada persaingan global yang bebas terbuka, hanya pelaku bisnis yang kuat yang akan menang dan tetap bertahan (Hartini, 2012:82). Persaingan yang semakin ketat ini menuntut perusahaan untuk menawarkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai tambah yang berbeda dari produk pesaingnya. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, originalitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya). Produk yang memiliki kualitas paling baik akan mampu tumbuh dengan pesat dan akan mampu meluaskan pangsa pasar (Suari, Telagawathi, & Yulianthini, 2019:26). Kinerja bisnis menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global. Banyak faktor yang menentukan kinerja bisnis suatu organisasi, salah satu di antaranya adalah inovasi dan kualitas produknya. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing yang

pada akhirnya akan berdampak pada kinerja bisnis suatu perusahaan. Kualitas produk akan memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan dan konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian (Hartini, 2012:82).

Ada beberapa parameter atau indikator-indikator yang menentukan kualitas produk secara menyeluruh pada produk jasa maupun barang. Menurut (Amrullah, Siburian, & ZA, 2016:102) dalam Tjiptono (2008) dimensi-dimensi atau indikator kualitas produk meliputi kinerja (*performance*) yang berhubungan dengan karakteristik produk, daya tahan (*durability*) yang berarti ketahanan produk, fitur (*features*) yang berarti hal tambahan untuk menyempurnakan fungsi produk, reliabilitas (*reliability*) yang merupakan keandalan produk, estetika (*aesthetics*) yang merupakan bentuk dan penampilan produk, serta kesan kualitas (*perceived quality*). Dengan indikator-indikator tersebut perusahaan mampu bersaing dengan kompetitornya sehingga dapat memikat hati pelanggan untuk memilih dan membeli produknya. Salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dengan mempertahankan serta mencapai nilai pelanggan (Alimudin & Yoga, 2015:2). Menurut (Alimudin & Yoga, 2015:2) dalam (Tjiptono, 2005) menyatakan *customer value* didasarkan pada perspektif pelanggan atau organisasi yang bersangkutan dengan mempertimbangkan keinginan dan keyakinan pelanggan dari pembelian dan penggunaan suatu produk atau jasa. Setiap perusahaan atau organisasi bisnis pasti memiliki tujuan untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan di mana kepuasan pelanggan tersebut dapat ditingkatkan melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten serta berbagai manfaat lainnya (Faradannisa & Supriyatno, 2022:77). Kualitas produk adalah elemen utama yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha sehingga diharapkan akan terdapat hubungan bahwa kualitas produk yang diberikan akan meningkatkan daya pikat konsumen untuk melakukan *repeat order*.

Meningkatkan kinerja bisnis tentu tidak mudah, perusahaan harus sadar akan aspek-aspek apa saja yang harus ditingkatkan untuk tercapainya tujuan perusahaan. Menurut (Ramli, 2020) dalam Best (2013) menyatakan bahwa penilaian kinerja sebuah perusahaan adalah dengan melakukan evaluasi terhadap sebuah bisnis, produk atau pasar yang mengamati tentang daya tarik pasar dan posisi strategis dari perusahaan. Metode atau cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengevaluasi dan meningkatkan kualitasnya tentu berbeda beda. Tujuan dilakukannya peningkatan kualitas produk ialah untuk menjadikan produk suatu perusahaan dapat terus diminati oleh pelanggan.

Menurut (Putri, 2016:814) strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan adalah melalui penelitian dan pengembangan produk, pengamatan daur kehidupan produk, *total quality management*, atribut produk serta diferensiasi produk. Tujuan dari peningkatan kualitas adalah agar produk tetap diminati, dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen sehingga konsumen merasa puas dan tujuan perusahaan untuk eksis, tumbuh serta berkembang dapat dicapai. Setiap produk tentunya memiliki karakteristik yang berbeda beda, namun setiap produk harus mempunyai standar kualitas yang baik termasuk produk dengan jenis makanan ringan. Makanan ringan sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat baik di perkotaan maupun di pedesaan. Hampir pada semua kelompok usia dan kelas sosial memiliki kebiasaan mengkonsumsi makanan ringan (Rinakit, 2021:1). :

Basreng merupakan jenis makanan ringan yang terbuat dari olahan bakso sapi kemudian diiris tipis – tipis dan digoreng sampai kering. Basreng merupakan makanan ringan yang berasal dari Jawa Barat, karena itu tidak heran banyak UMKM maupun pabrik di kota maupun kabupaten di Jawa Barat yang menjual dan memproduksi cemilan basreng ini. Bentuk setengah jadi dari basreng ialah layaknya bakso yaitu berbentuk bulat. Penambahan ikan sebagai sumber protein hewani untuk menambah rasa dan dapat memberi gizi lebih pada cemilan basreng ini (Rinakit, 2021:2).

Basreng Idola merupakan pabrik yang memproduksi basreng dalam bentuk setengah jadi untuk dipasarkan ke Pasar tradisional di sekitar kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Meskipun sempat mengalami penurunan pada saat pandemi *COVID-19*, Basreng Idola tetap mempertahankan kualitas produk sesuai dengan standar yang dimiliki. Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan Basreng Idola melakukan pengawasan terhadap kinerja-kinerja karyawannya untuk memastikan semua proses produksi dapat dilakukan sesuai standar yang telah ditetapkan. Pemilihan bahan baku yang baik menjadi hal yang diperhatikan juga oleh Basreng Idola karena kualitas produk yang baik tentu dibuat dengan bahan baku yang baik pula. Oleh sebab itu Basreng Idola mampu bangkit dengan melihat peluang dan potensi yang ada untuk berkembangnya bisnis tersebut. Fenomena yang terjadi pada Basreng Idola ialah meningkatnya penjualan setelah meredamnya *COVID-19* di mana hal tersebut dibuktikan dengan meluasnya pasar dari Basreng Idola.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Jenis metode penelitian ini merupakan metode naturalistik yang digunakan untuk meneliti pada tempat yang alamiah, dan penelitian tidak membuat perlakuan karena peneliti dalam mengumpulkan data bersifat *emic*, yaitu berdasarkan pandangan dari sumber data bukan pandangan peneliti (Sugiyono, 2018:17). Obyek yang alamiah adalah obyek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada obyek tersebut. Dalam penelitian kualitatif peneliti merupakan instrumen penelitian pada penelitian itu sendiri. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. Generalisasi pada penelitian kualitatif dinamakan *transferability* (Sugiyono, 2018:17).

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan kualitatif yang mempunyai sifat data deskriptif atau bisa disebut kualitatif deskriptif. Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan turun langsung ke lapangan sehingga diharapkan untuk mampu memunculkan data-data yang ada dilapangan dengan sebenar-benarnya dengan menggunakan metode pengambilan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi langsung. Menurut pendapat (Sugiyono, 2018:23) dalam Bogdan dan Biklen (1982) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif mempunyai karakteristik dilakukan pada kondisi yang alamiah, langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci. Selanjutnya penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa, metode penelitian kualitatif dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi lama di lapangan, mencatat apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail (Sugiyono, 2018:24).

Pada penelitian ini obyek penelitian yang diambil oleh penulis ialah Basreng Idola. Basreng Idola merupakan sebuah pabrik atau tempat usaha yang bergerak di bidang makanan ringan. Makanan ringan yang diproduksi dan menjadi produk utama dari pabrik ini ialah baso goreng (basreng). Lokasi pabrik berada di Jalan Kp Cikarees RT 02/22 kecamatan Mekarsari, Baleendah, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Basreng Idola merupakan salah satu pabrik basreng dari sekian pabrik basreng lain yang berada di Kota/Kabupaten Bandung. Teknik yang dipakai penulis dalam mengumpulkan data ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kegiatan observasi yang dilakukan penulis pada

penelitian ini ialah mengamati secara langsung kegiatan-kegiatan yang terjadi di tempat penelitian khususnya kegiatan produksi yang dilakukan di pabrik Basreng Idola. Kegiatan observasi merupakan kegiatan awal yang dilakukan penulis sebelum melakukan wawancara dan dokumentasi. Wawancara pada penelitian ini dilakukan kepada *owner* Basreng Idola yaitu Pak Indra agar semua data-data yang dibutuhkan dapat digali lebih dalam untuk dapat disajikan secara komprehensif. Selanjutnya kegiatan dokumentasi ditujukan agar penulis dapat menggali data-data yang terkait dengan kegiatan produksi dan hasil kinerja pabrik Basreng Idola berupa daftar kegiatan produksi, foto, maupun dokumen lain yang ada di pabrik Basreng Idola.

Setelah mengumpulkan data kemudian data tersebut dianalisis dengan beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/verifikasi. Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan hal-hal yang penting dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2018:323). Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah menampilkan data atau menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya (Sugiyono, 2018:325). Dan terakhir ialah penarikan kesimpulan awal atau verifikasi yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka yang ditemukan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2018:329).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas produk merupakan karakteristik yang dimiliki suatu produk itu sendiri serta menjadi hal yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk. Oleh karena itu ada dimensi atau indikator-indikator yang melekat untuk mengukur kualitas sebuah produk yaitu kinerja, daya tahan, fitur, keandalan, estetika dan kesan kualitas. Setelah dilakukannya wawancara langsung bersama *owner* Basreng Idola yaitu Pak Indra Hadiana didapatkan data yaitu dari ke enam indikator tersebut Basreng Idola mampu mengukur kualitas produknya dengan 5 indikator di antaranya :

1. Kinerja, Basreng Idola menekankan pembuatan produk kepada karyawannya untuk selalu hati-hati dan teliti. Hal tersebut menjadi hal yang penting untuk menghasilkan produk yang baik serta pilihan bahan baku yang baik juga akan menghasilkan produk yang baik. Kinerja karyawan pada Basreng Idola cukup dinilai baik karena setiap karyawan dapat teliti saat sedang mengerjakan pekerjaannya. Waktu istirahat dan jadwal libur yang diberikan Pak Indra kepada karyawannya cukup baik karena dengan adanya waktu libur karyawan dapat memanfaatkan waktu tersebut untuk beristirahat. Terbukti pada saat penulis melakukan penelitian, semua karyawan yang bekerja dapat hadir tepat waktu serta bekerja sesuai dengan arahan sang *owner*.
2. Daya tahan, produk yang baik tentu memiliki daya tahan yang baik juga. Basreng Idola mampu membuat produk yang dihasilkannya dapat bertahan selama 5 hari dengan memakai kemasan plasatik PE atau plastik anti panas agar basreng tidak menguning, cara lainnya yang dilakukan Basreng Idola yaitu menggunakan pengawet makanan alami benzoat agar tidak mengurangi tekstur dan cita rasa basreng.
3. Keandalan, dalam hal ini produk yang dihasilkan Basreng Idola dapat dikatakan andal karena Basreng Idola terus meng – *upgrade* permintaan-permintaan pelanggan. Tidak hanya dari rasa, keandalan produk Basreng Idola dapat dilihat dari teksturnya yang renyah ketika digoreng dan ukurannya yang memenuhi standar yang ditetapkan. Sebagaimana pendapat Kotler & Amstrong (2004) dalam (Putro, Samuel, Karina, & Brahmana, 2014:1) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya.
4. Estetika, kesesuaian bentuk pada produk Basreng Idola merupakan hal yang banyak dicari pelanggan. Buktinya bentuk dari produk basreng yang dihasilkan oleh Basreng Idola dapat memenuhi standar yang ditetapkan. Pengemasannya yang rapih dan penempelan logo yang sesuai dengan standar membuat pelanggan meminati produk basreng ini.



Gambar 1. Produk Basreng Idola

Pada gambar 1 diatas dapat dilihat pengemasan dan penempelan logo yang sesuai standar menjadi hal yang termasuk kepada indikator kualitas produk yaitu estetika.

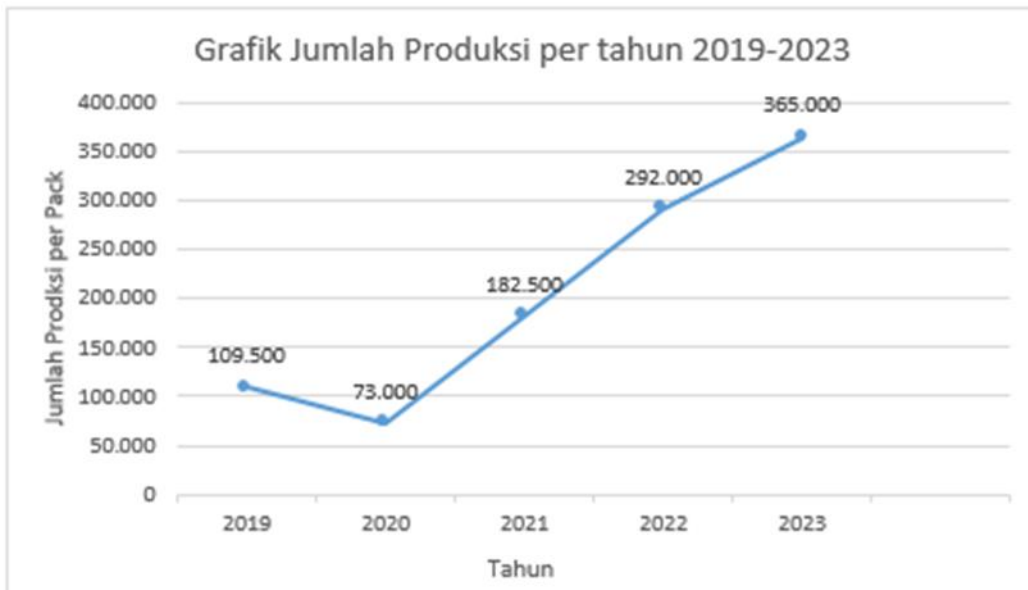
5. Kesan kualitas, kesan kualitas pelanggan terhadap produk basreng yang dipasarkan oleh Basreng Idola terbilang baik karena banyaknya pelanggan di pasar yang selalu memilih dan membeli produk basreng dari Basreng Idola. Hal tersebut dibuktikan dengan meluasnya wilayah pemasaran bisnis yang bermula dari pasar tradisional Cijerah hingga saat ini meluas hampir ke seluruh pasar tradisional Kota dan Kabupaten Bandung. Peningkatan jumlah produksi juga merupakan bukti lain yang membuat produk Basreng Idola memiliki nilai yang baik di mata pelanggan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis mendapatkan data-data terkait fokus penelitian yang sedang dilakukan. Kualitas produk yang dihasilkan oleh Basreng Idola terbukti dapat meningkatkan kinerja bisnisnya dari tahun 2019 hingga saat ini. Hal tersebut dapat diukur melalui dimensi atau indikator kinerja bisnis itu sendiri yaitu meningkatnya produktivitas dan jumlah produksi pertahun. Berikut peningkatan jumlah produksi Basreng Idola yang akan disajikan oleh tabel dan grafik di bawah ini :

Tabel 1. Peningkatan Jumlah Produksi Basreng Idola

Tahun	Jumlah Produksi/pack
2019	109.500 pack
2020	73.000 pack
2021	182.500 pack
2022	292.000 pack
2023	365.000 pack

Sumber : Dokumen Basreng Idola



Grafik 1 Jumlah Produksi Basreng Idola Tahun 2019-2023

Sumber : Dokumen Basreng Idola

Tabel 1 dan grafik 1 di atas menunjukkan perubahan jumlah produksi Basreng Idola dalam 5 tahun terakhir. Meski sempat mengalami penurunan pada tahun 2020, Basreng Idola mampu meningkatkan produktivitasnya kembali pada tahun 2021 hingga tahun 2023. Hal tersebut merupakan bukti dari kinerja bisnis Basreng Idola yang baik selama 3 tahun terakhir. Bukti lain dari kinerja bisnis Basreng Idola yang baik ialah meluasnya wilayah pemasaran bisnisnya. Sang *owner* Bapak Indra Hadiana menjelaskan bahwa dari sejak berdirinya Basreng Idola pada tahun 2019 wilayah pemasaran bisnisnya semakin meluas yang pada awalnya hanya mencakup pasar tradisional di daerah Kabupaten Bandung, kini hampir semua pasar tradisional yang ada di Kota maupun Kabupaten Bandung menjadi cakupan wilayah pemasaran Basreng Idola.

Dari tabel 1 dan grafik 1 di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan oleh Basreng Idola memiliki peran besar dalam meningkatkan kinerja bisnisnya. Adapun cara yang dilakukan Basreng Idola dalam mempertahankan kualitas produknya agar mampu bersaing ialah dengan melakukan *quality control* atau pengawasan kualitas pada setiap alur dan proses produksinya. Hal lain yang dilakukan Basreng Idola ialah mengikuti alur produksi dengan teliti dan konsisten serta selalu memilih bahan baku yang baik.

Dari pembahasan terkait kualitas dan kinerja bisnis di atas di mana penulis menduga bahwa kualitas produk memiliki peran positif pada kinerja bisnis. Dugaan penulis tersebut

terjawab dengan adanya bukti dan data yang disajikan dalam tabel 1 dan grafik 1 di atas. Tabel 1 dan grafik 1 di atas menunjukkan data kenaikan jumlah produksi per tahun dari 2019 sampai 2023. Kenaikan jumlah produksi Basreng Idola dapat dilihat dari tahun 2021 yaitu sebesar 182.500 pack, tahun 2022 sebesar 292.000 pack, dan tahun 2023 sebesar 365.000. Hal lain yang menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai peran positif pada kinerja bisnis ialah meluasnya wilayah pemasaran bisnis Basreng Idola sehingga sang owner membutuhkan banyak tenaga kerja untuk mengimbangi kegiatan produksinya. Bertambahnya jumlah tenaga kerja pada Basreng Idola juga merupakan ciri dari berkembangnya bisnis Basreng Idola itu sendiri yang bermula hanya sekitar 15 orang tenaga kerja yang bekerja hingga sekarang menjadi 30 orang. Dari kedua hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas produk mempunyai peran positif pada kinerja bisnis Basreng Idola. Dari berkembangnya bisnis Basreng Idola tersebut dapat membawa dampak positif bagi ekonomi di lingkungan sekitarnya. Dampak tersebut berupa terbuka lapangan pekerjaan bagi orang-orang yang membutuhkan pekerjaan di lingkungan sekitar pabrik Basreng Idola.

#### SIMPULAN

Secara umum penulis menyimpulkan bahwa kualitas produk memiliki peran yang penting dan positif pada kinerja Bisnis Basreng Idola. Kualitas produk Basreng Idola dapat dikatakan baik dan hal tersebut dilihat dari indikator kualitasnya yaitu kinerja, daya tahan, keandalan, etetika, dan kesan kualitas. Kinerja dari produk Basreng Idola dilihat dari proses produksi, tenaga kerja, dan bahan baku. Proses produksi yang baik dan tenaga kerja yang teliti pada saat melakukan pekerjaan selalu diterapkan guna untuk menghasilkan kualitas produk yang baik serta bahan baku yang segar dan berkualitas selalu menjadi prioritas utama yang dipilih Basreng Idola untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Daya tahan produk Basreng Idola terbilang dapat bertahan hingga 5 hari, hal tersebut dikarenakan sang owner memilih kemasan plastik jenis PE guna untuk menahan panas dan memakai pengawet makanan alami yaitu benzoat guna untuk menjaga tekstur dan cita rasa basreng. Produk yang dihasilkan Basreng Idola dapat dikatakan cukup andal karena sang *owner* selalu meng-*upgrade* produk sesuai dengan keinginan pelanggan untuk mempertahankan cita rasa dan teksturnya. Pengemasan yang rapih dengan penempatan logo yang sesuai standar merupakan hal yang diterapkan oleh Basreng Idola sebagai estetika sebuah produk untuk membuat pelanggan terus meminati produknya. Produk yang dipasarkan Basreng

Idola di pasar tradisional juga terus meningkat hingga akhirnya wilayah pemasaran bisnis Basreng Idola terus meluas hingga ke luar kota seperti Garut dan Cianjur. Hal tersebut dinilai sebagai kesan kualitas yang diberikan pada produk Basreng Idola dapat dikatakan baik.

Kualitas produk yang dihasilkan Basreng Idola dapat meningkatkan kinerja bisnisnya. Hal tersebut dapat diukur dari bertambahnya jumlah tenaga kerja, pertumbuhan jumlah produksi pertahun dan meluasnya wilayah pemasaran bisnis Basreng Idola. Pada awal berdirinya Basreng Idola tenaga kerja yang ada hanya sekitar 15 orang hingga saat ini berjumlah 30 orang. Pada tahun 2019 Basreng Idola mampu menghasilkan produk sebesar 109.500 pack dan di tahun 2020 jumlah produk yang dihasilkan sempat menurun dikarenakan dampak dari pandemi yaitu sebesar 73.000 pack. Di tahun 2021 Basreng Idola dapat kembali meningkatkan jumlah produksinya yakni sebesar 182.500 pack, di tahun 2022 sebesar 292.000, dan di tahun 2023 sebesar 365.000 pack.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A., & Yoga, H. (2015). Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Kecil Produk Makanan Ringan di Surabaya. *Journal & Procceding Universitas Jenderal Sudirman Purwokerto*.
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Universitas Mulawarman*.
- Faradannisa, M., & Supriyatno, A. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Kudus*.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi : Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Potra Christian University*.
- Putri, R. L. (2016). Peran Kualitas Produk Melalui Penerapan Prosedur dan Sistem Produksi Studi Pada UD Wijaya Kusuma Kota Blitar. *Jurnal WRA Vol 4 No. 2*.
- Putro, S. W., Samuel, H., Karina, & Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra*.
- Ramli, Y. (2020). Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kinerja Bisnis Industri Pupuk Organik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi UNIAT Vol. 5 No. 2*.

- Rinakit, A. C. (2021). Analisis Usaha Pengemasan Basreng Pedas " Jajan Mertua" Di Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember. *SIPORA POLIJE*.
- Suari, M. Y., Telagawathi, W. N., & Yulianthini, N. N. (2019 ). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen Vol. 5 No. 1, Universitas Pendidikan Ganesha* .
- Sugiyono, P. D. (2018). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.