ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i2.9661

STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DALAM STUDI KASUS USAHA TAHU ASRI DI KEC. BONJOL KAB. PASAMAN

Strategy for Improving Product Quality to Increase the Number of Customers in a Case Study of the Tahu Asri Business in Bonjol District, Pasaman Regency

Intan Mutia & Rika Widianita
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
intanmutia545@gmail.com; rikawidianita@uinbukittinggi.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Mar 6, 2026	Apr 3, 2026	Apr 15, 2026	Apr 20, 2026

Abstract

Product quality in the tofu industry has been a concern in various studies, but research that specifically discusses strategies for improving product quality in traditional tofu businesses in relation to increasing the number of customers remains limited. This study aims to analyze product quality improvement strategies in increasing the number of customers at Usaha Tahu Asri in Bonjol Subdistrict, Pasaman Regency. This study employed a qualitative approach with a case study design, involving informants consisting of the business owner, workers, and consumers selected through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation, and were then analyzed using qualitative data analysis techniques through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that product quality was not yet consistent, which was influenced by the use of non-standardized raw materials, production processes that were still manual

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

without standard operating procedures, and quality control that was not yet systematic. In addition, limited product innovation and the low skill level of workers also affected product quality and the number of customers. These findings contribute to the development of studies on product quality and strategic management in the context of micro-enterprises based on traditional production, as well as broadening understanding of the importance of product quality in increasing the number of customers. The conclusion of this study affirms the importance of standardizing raw materials, production processes, quality control, and improving workers' skills to enhance product quality and support business sustainability. The implications of this study include a theoretical contribution to the development of the MSME literature as well as practical implications for business actors in improving competitiveness.

Keywords: Product Quality; Number of Customers; Tofu Business; Improvement Strategy; MSMEs

Abstrak: Kualitas produk pada industri tahu telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian, tetapi kajian yang secara khusus membahas strategi peningkatan kualitas produk pada usaha tahu tradisional dalam kaitannya dengan peningkatan jumlah pelanggan masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan kualitas produk dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada Usaha Tahu Asri di Kecamatan Bonjol, Kabupaten Pasaman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, melibatkan informan yang terdiri atas pemilik usaha, tenaga kerja, dan konsumen yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk belum konsisten, yang dipengaruhi oleh penggunaan bahan baku yang tidak terstandardisasi, proses produksi yang masih manual tanpa standar operasional prosedur, serta pengendalian mutu yang belum sistematis. Selain itu, keterbatasan inovasi produk dan rendahnya keterampilan tenaga kerja turut memengaruhi kualitas produk dan jumlah pelanggan. Temuan ini berkontribusi terhadap pengembangan kajian kualitas produk dan manajemen strategi dalam konteks usaha mikro berbasis produksi tradisional serta memperluas pemahaman mengenai pentingnya kualitas produk dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Simpulan penelitian ini menegaskan pentingnya standardisasi bahan baku, proses produksi, pengendalian mutu, dan peningkatan keterampilan tenaga kerja untuk meningkatkan kualitas produk dan mendukung keberlanjutan usaha. Implikasi penelitian ini mencakup kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur UMKM serta implikasi praktis bagi pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Jumlah Pelanggan; Usaha Tahu; Strategi Peningkatan; UMKM

PENDAHULUAN

Industri tahu di Indonesia merupakan bagian penting dari sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berperan dalam pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat. Namun, sebagaimana dijelaskan dalam naskah penelitian ini, industri tahu masih sangat dipengaruhi oleh teknik pengolahan tradisional yang digunakan oleh banyak pelaku usaha, sehingga menimbulkan kesulitan dalam menghasilkan produk yang seragam dari segi aroma,

konsistensi, dan ketahanan. Mutu tahu sangat bergantung pada kebersihan bahan baku, proses produksi, serta sanitasi alat, di mana kelalaian dalam aspek tersebut dapat menyebabkan produk cepat rusak, berbau, atau memiliki tekstur tidak stabil. Kondisi ini menunjukkan bahwa isu kualitas produk dalam industri tahu masih menjadi persoalan krusial, khususnya pada skala usaha kecil (Winarno, 2018; Yuliana & Purnomo, 2021).

Selain permasalahan kualitas produk, industri tahu juga menghadapi tantangan yang lebih kompleks, seperti isu keamanan pangan akibat penggunaan bahan kimia berbahaya, ketergantungan terhadap bahan baku impor, serta pengelolaan limbah yang belum optimal. Penggunaan bahan berbahaya seperti formalin tidak hanya membahayakan kesehatan konsumen, tetapi juga menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap produk lokal (Setyowati, 2020). Di sisi lain, ketergantungan terhadap impor kedelai menyebabkan harga produk menjadi tidak stabil, sehingga berdampak langsung pada keberlanjutan usaha (Prasetyo, 2019). Masalah lingkungan juga menjadi perhatian, di mana limbah cair industri tahu yang tidak dikelola dengan baik dapat mencemari lingkungan dan menimbulkan dampak sosial (Hidayat & Rachmawati, 2022). Oleh karena itu, isu kualitas produk dalam industri tahu tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis produksi, tetapi juga mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan yang lebih luas.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti memandang bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan usaha, terutama dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan karakteristik fisik, tetapi juga mencakup nilai dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, dan kemudahan penggunaan. Sementara itu, Garvin dalam teori kualitas produk menekankan adanya delapan dimensi kualitas yang mencakup aspek teknis dan persepsi konsumen (Tjiptono, 2019). Dalam konteks usaha tahu, kualitas produk dapat dilihat dari tekstur, aroma, rasa, daya tahan, serta kebersihan proses produksi. Dengan demikian, peningkatan kualitas produk menjadi strategi yang sangat penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan (Putri & Nugroho, 2021; Siregar & Hidayat, 2022).

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas kualitas produk dan hubungannya dengan kepuasan maupun loyalitas pelanggan. Wahyuni (2021) menemukan bahwa inovasi produk dan pengendalian bahan baku berperan penting dalam mempertahankan pelanggan.

Lestari (2021) menekankan pentingnya pengemasan dan diversifikasi produk dalam menarik pelanggan baru. Sari (2023) menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk mampu meningkatkan jumlah pelanggan secara signifikan. Selain itu, Rahmawati (2021) dan Nasution (2022) juga menegaskan bahwa kualitas produk dan pelayanan merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada aspek umum kualitas produk atau inovasi, dan belum secara spesifik mengkaji bagaimana strategi peningkatan kualitas produk pada industri tahu tradisional yang masih menggunakan metode produksi sederhana, khususnya dalam kaitannya dengan peningkatan jumlah pelanggan. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian *(research gap)* yang perlu dikaji lebih lanjut.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji strategi peningkatan kualitas produk secara komprehensif pada usaha tahu skala kecil dengan mengintegrasikan aspek bahan baku, proses produksi, pengendalian mutu, inovasi produk, serta kinerja tenaga kerja. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan perspektif manajemen strategi dan kualitas produk sebagai landasan teoritis. Menurut David (2020), manajemen strategi merupakan proses perumusan, implementasi, dan evaluasi keputusan yang bertujuan mencapai keunggulan kompetitif. Strategi merupakan konsep penting dalam manajemen organisasi yang berorientasi pada pencapaian tujuan jangka panjang, dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan persaingan sehingga organisasi dapat beroperasi secara efektif dan efisien dalam mencapai target yang telah ditetapkan (Defvi Widya Rilianti & Rika Widianita, 2025). Sementara itu, teori kualitas produk dari Tjiptono (2019) menekankan pentingnya dimensi kualitas dalam menciptakan nilai bagi konsumen. Dalam perspektif Islam, kualitas produk juga dikaitkan dengan prinsip kejujuran, kebersihan, dan tanggung jawab, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Muthaffifin ayat 1-3, yang melarang praktik kecurangan dalam produksi. Dengan mengintegrasikan teori-teori tersebut, penelitian ini memberikan pendekatan yang lebih holistik dalam memahami strategi peningkatan kualitas produk.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis strategi peningkatan kualitas produk dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada Usaha Tahu Asri di Kecamatan Bonjol, Kabupaten Pasaman. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi kualitas produk yang belum konsisten, seperti tekstur yang mudah hancur, bau tidak sedap, serta daya tahan yang rendah, yang berdampak pada fluktuasi jumlah pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana strategi

peningkatan kualitas produk dapat diterapkan untuk meningkatkan jumlah pelanggan serta menjaga keberlangsungan usaha secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan terkait strategi peningkatan kualitas produk dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha tahu. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada eksplorasi makna, proses, serta pengalaman subjek penelitian dalam konteks yang alamiah *(natural setting)*. Sebagaimana dijelaskan dalam naskah penelitian, pendekatan ini digunakan untuk menggali secara mendalam strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha serta pandangan konsumen terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara holistik melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian, sehingga dapat menghasilkan deskripsi yang mendalam dan kontekstual (Moleong, 2018; Creswell & Creswell, 2018). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses yang terjadi dalam peningkatan kualitas produk pada usaha tahu. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan penelitian yang ingin menggambarkan kondisi nyata terkait kualitas produk, proses produksi, serta faktor-faktor yang memengaruhi jumlah pelanggan (Sugiyono, 2019; Yin, 2018).

Desain penelitian yang digunakan adalah desain deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Desain ini dipilih karena penelitian berfokus pada satu objek penelitian, yaitu Usaha Tahu Asri di Kecamatan Bonjol, Kabupaten Pasaman, sehingga memungkinkan analisis yang mendalam terhadap fenomena yang terjadi pada konteks spesifik tersebut. Pendekatan studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi secara rinci strategi peningkatan kualitas produk yang diterapkan serta dampaknya terhadap jumlah pelanggan. Dalam desain ini, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap proses produksi, interaksi dengan pelaku usaha, serta analisis terhadap kondisi nyata yang terjadi di lapangan. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika internal usaha, termasuk kendala yang dihadapi serta strategi yang digunakan dalam meningkatkan kualitas produk (Yin, 2018; Baxter & Jack, 2016). Desain ini juga memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk mengembangkan analisis

secara mendalam berdasarkan data yang diperoleh secara langsung dari lapangan (Creswell & Poth, 2018).

Partisipan dalam penelitian ini terdiri dari informan kunci dan informan pendukung yang memiliki keterkaitan langsung dengan objek penelitian. Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik usaha tahu, yaitu Ibu Mutiarsih, yang berperan sebagai sumber utama informasi terkait strategi peningkatan kualitas produk. Selain itu, informan pendukung terdiri dari tenaga kerja (karyawan) yang terlibat langsung dalam proses produksi, serta konsumen yang memberikan perspektif terkait kualitas produk yang dihasilkan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Pemilihan informan dilakukan secara sengaja dengan mempertimbangkan keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap fenomena yang diteliti, sehingga data yang diperoleh lebih mendalam dan sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2019; Etikan et al., 2016). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang kaya dan spesifik terkait strategi peningkatan kualitas produk serta pengaruhnya terhadap jumlah pelanggan.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri *(human instrument)*, yang berperan langsung dalam proses pengumpulan dan analisis data. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrumen utama karena memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan situasi lapangan serta menggali informasi secara mendalam melalui interaksi langsung dengan informan (Creswell & Creswell, 2018; Sugiyono, 2019).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: 1) Wawancara dilakukan secara mendalam *(in depth interview)* dengan pemilik usaha dan tenaga kerja untuk memperoleh informasi terkait strategi peningkatan kualitas produk, proses produksi, serta kendala yang dihadapi. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan konsumen untuk mengetahui persepsi mereka terhadap kualitas produk tahu. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur agar memberikan fleksibilitas dalam menggali informasi secara lebih luas (Kvale & Brinkmann, 2018); 2) Observasi dilakukan secara langsung terhadap proses produksi tahu di lokasi penelitian. Melalui observasi, peneliti dapat melihat secara nyata bagaimana penggunaan bahan baku, proses produksi, pengendalian mutu, serta kondisi kebersihan dalam produksi. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh data yang objektif dan mendukung hasil wawancara (Angrosino, 2016); 3) Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui pengumpulan dokumen seperti catatan penjualan,

data pelanggan, serta foto kegiatan produksi. Data dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti pendukung yang memperkuat hasil analisis penelitian (Bowen, 2017). Penggunaan ketiga teknik ini dilakukan secara triangulasi untuk meningkatkan validitas dan keabsahan data, sehingga hasil penelitian lebih kredibel dan dapat dipercaya (Denzin, 2017; Flick, 2018).

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan model analisis interaktif yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu: 1) Reduksi data merupakan proses penyederhanaan, pemilihan, dan pemfokusan data yang diperoleh dari lapangan. Data yang relevan dengan tujuan penelitian dipilih dan disusun secara sistematis agar memudahkan proses analisis (Miles et al., 2018); 2) Penyajian Data *(Data Display)*. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau matriks untuk memudahkan pemahaman terhadap pola dan hubungan antar variabel. Penyajian data bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai fenomena yang diteliti; 3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi. Kesimpulan yang diperoleh kemudian diverifikasi secara terus-menerus untuk memastikan keabsahan dan konsistensi data. Proses ini dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi (Miles et al., 2018; Yin, 2018). Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi peningkatan kualitas produk yang efektif serta memahami hubungan antara kualitas produk dengan jumlah pelanggan. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

HASIL

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan tema utama yang muncul dari proses pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan. Temuan difokuskan pada lima aspek utama, yaitu penggunaan bahan baku, standarisasi proses produksi, pengendalian mutu, inovasi produk, serta peningkatan keterampilan tenaga kerja.

Penggunaan Bahan Baku Berkualitas

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, bahan baku utama dalam produksi tahu adalah kedelai. Pemilik usaha menyatakan bahwa kualitas kedelai sangat memengaruhi hasil akhir produk, terutama pada tekstur dan aroma tahu yang dihasilkan. Namun, dalam praktiknya, bahan baku yang digunakan belum sepenuhnya konsisten kualitasnya. Seperti yang disampaikan oleh informan utama (pemilik usaha), bahwa

penggunaan kedelai yang masih muda dapat menyebabkan tahu menjadi mudah hancur, berwarna kekuningan, serta berlendir. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan bahan baku belum sepenuhnya terstandarisasi.

Standarisasi Proses Produksi

Hasil observasi menunjukkan bahwa proses produksi tahu pada Usaha Tahu Asri masih dilakukan secara manual dan belum memiliki standar operasional prosedur (SOP) tertulis. Proses produksi meliputi pencucian kedelai, penggilingan, perebusan, penyaringan, penggumpalan, hingga pencetakan. Berdasarkan wawancara, pemilik usaha menyatakan bahwa proses produksi dilakukan berdasarkan pengalaman dan kebiasaan, bukan berdasarkan standar baku. Hal ini menyebabkan hasil produk yang dihasilkan tidak selalu konsisten setiap harinya, terutama dari segi tekstur dan aroma.

Pengendalian Mutu *(Quality Control)*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian mutu belum dilakukan secara sistematis. Tidak terdapat prosedur khusus dalam memeriksa kualitas produk sebelum dipasarkan. Produk yang dihasilkan langsung dijual kepada konsumen tanpa melalui tahap seleksi kualitas yang ketat. Observasi di lapangan menunjukkan bahwa beberapa produk memiliki kualitas yang berbeda dalam satu kali produksi, seperti adanya tahu yang berlubang, mudah hancur, serta memiliki bau yang kurang sedap.

Inovasi Produk

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa inovasi produk pada Usaha Tahu Asri masih sangat terbatas. Produk yang dihasilkan hanya berupa tahu putih tanpa variasi bentuk, rasa, maupun kemasan. Pemilik usaha menyatakan bahwa belum adanya inovasi disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan serta sumber daya yang dimiliki. Selain itu, pemasaran produk juga masih dilakukan secara tradisional tanpa memanfaatkan media digital.

Peningkatan Keterampilan Tenaga Kerja

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi belum mendapatkan pelatihan khusus terkait peningkatan kualitas produk. Keterampilan tenaga kerja diperoleh secara turun-temurun berdasarkan pengalaman kerja. Berdasarkan wawancara, tenaga kerja menyatakan bahwa mereka belum pernah mengikuti pelatihan terkait teknik produksi yang lebih modern atau higienis. Hal ini berdampak pada proses produksi yang masih sederhana dan belum optimal dalam menjaga kualitas produk.

Tabel 1. Data Pelanggan Usaha Tahu Asri

No	Nama Pelanggan
1	Etek Iyum
2	Ibu Reni
3	Bang Dedi
4	Uni Deni
5	Uni Epa
6	Uni Rika
7	Bng Aan
8	Uni Nef
9	Etek Tuti

Sumber: Wawancara dengan pemilik usaha

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pelanggan Usaha Tahu Asri terdiri dari pelanggan tetap yang berasal dari lingkungan sekitar. Jumlah pelanggan relatif terbatas dan bersifat lokal.

Tabel 2. Jumlah Penjualan Tahu Tahun 2022

Bulan	Omset Penjualan
Januari	Rp 15.500.000
Februari	Rp 15.850.000
Maret	Rp 17.300.000
April	Rp 19.000.000
Mei	Rp 21.100.000
Juni	Rp 18.500.000
Juli	Rp 17.000.000
Agustus	Rp 17.000.000
September	Rp 16.600.000
Oktober	Rp 16.200.000
November	Rp 17.000.000
Desember	Rp 18.000.000
Total	Rp 209.050.000

Tabel 3. Jumlah Penjualan Tahu Tahun 2023

Bulan	Omset Penjualan
Januari	Rp 21.000.000
Februari	Rp 24.000.000
Maret	Rp 25.300.000
April	Rp 28.500.000
Mei	Rp 31.800.000

Bulan	Omset Penjualan
Juni	Rp 26.000.000
Juli	Rp 25.600.000
Agustus	Rp 26.000.000
September	Rp 25.500.000
Oktober	Rp 23.000.000
November	Rp 25.000.000
Desember	Rp 27.000.000
Total	Rp 308.700.000

Tabel 4. Jumlah Penjualan Tahu Tahun 2024

Bulan	Omset Penjualan
Januari	Rp 33.000.000
Februari	Rp 32.600.000
Maret	Rp 36.000.000
April	Rp 40.000.000
Mei	Rp 45.000.000
Juni	Rp 37.200.000
Juli	Rp 38.000.000
Agustus	Rp 36.000.000
September	Rp 36.000.000
Oktober	Rp 37.000.000
November	Rp 37.400.000
Desember	Rp 35.120.000
Total	Rp 443.320.000

Tabel 5. Jumlah Penjualan Tahu Tahun 2025

Bulan	Omset Penjualan
Januari	Rp 34.200.000
Februari	Rp 34.000.000
Maret	Rp 31.000.000
April	Rp 30.500.000
Mei	Rp 29.800.000
Juni	Rp 30.200.000
Juli	Rp 30.800.000
Agustus	Rp 30.000.000
September	Rp 28.200.000
Oktober	Rp 26.200.000

Bulan	Omset Penjualan
November	Rp 25.850.000
Desember	Rp 26.360.000
Total	Rp 357.110.000

Berdasarkan Tabel 2 hingga Tabel 5 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan omset dari tahun 2022 hingga 2024, namun mengalami penurunan pada tahun 2025.

Selain temuan utama, penelitian ini juga menemukan data yang tidak sepenuhnya sesuai dengan pola umum. Berdasarkan wawancara dengan konsumen, terdapat perbedaan pengalaman dalam menilai kualitas produk. Salah satu konsumen (Ibu Ifat) menyatakan bahwa secara umum tekstur tahu yang dibeli cukup baik, namun pernah mengalami kondisi di mana tahu mengeluarkan bau tidak sedap setelah digoreng. Sementara itu, konsumen lain (Ibu Deni) menyatakan bahwa tahu yang dibeli sering memiliki tekstur berlubang dan mudah hancur, terutama setelah disimpan beberapa hari. Hal ini menunjukkan adanya ketidakkonsistenan kualitas produk dalam waktu yang berbeda. Selain itu, meskipun secara umum penjualan mengalami peningkatan pada tahun-tahun sebelumnya, data menunjukkan adanya penurunan omset pada tahun 2025. Penurunan ini terjadi secara bertahap hampir di setiap bulan, yang menunjukkan adanya ketidakstabilan dalam jumlah pelanggan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa strategi peningkatan kualitas produk pada Usaha Tahu Asri belum dilakukan secara optimal, yang tercermin dari ketidakkonsistenan kualitas produk, keterbatasan inovasi, serta belum adanya standarisasi proses produksi. Temuan ini secara langsung berkaitan dengan tujuan penelitian, yaitu menganalisis bagaimana strategi peningkatan kualitas produk dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Penggunaan bahan baku yang belum terstandarisasi menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kualitas produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kedelai yang kurang berkualitas menyebabkan tekstur tahu menjadi mudah hancur, berwarna kekuningan, serta berlendir. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas bahan baku memiliki peran penting dalam menentukan mutu produk akhir. Selain itu, proses produksi yang masih

dilakukan secara manual tanpa standar operasional prosedur (SOP) menyebabkan hasil produksi tidak konsisten setiap harinya.

Pengendalian mutu yang belum sistematis juga menjadi faktor yang berkontribusi terhadap ketidakkonsistenan kualitas produk. Tidak adanya proses seleksi produk sebelum dipasarkan menyebabkan produk dengan kualitas yang berbeda tetap dijual kepada konsumen. Hal ini berdampak pada pengalaman konsumen yang tidak seragam, sebagaimana ditemukan dalam data anomali, di mana beberapa konsumen mengalami produk yang berbau tidak sedap atau mudah hancur.

Selain itu, keterbatasan inovasi produk dan rendahnya keterampilan tenaga kerja juga memengaruhi daya saing usaha. Produk yang dihasilkan masih bersifat monoton tanpa variasi bentuk, rasa, maupun kemasan. Hal ini menyebabkan daya tarik produk menjadi terbatas, sehingga berdampak pada jumlah pelanggan yang cenderung stagnan dan bahkan mengalami penurunan pada periode tertentu, sebagaimana terlihat pada data penjualan tahun 2025.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan jumlah pelanggan. Ketika kualitas produk meningkat, jumlah pelanggan cenderung meningkat, sebagaimana terlihat pada tren peningkatan omset dari tahun 2022 hingga 2024. Namun, ketika kualitas produk tidak konsisten, jumlah pelanggan mengalami penurunan, sebagaimana terjadi pada tahun 2025.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori kualitas produk yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam konteks penelitian ini, ketidakkonsistenan kualitas produk menyebabkan ketidakpuasan konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan jumlah pelanggan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2023), yang menemukan bahwa peningkatan kualitas produk pada usaha tahu dapat meningkatkan jumlah pelanggan secara signifikan. Demikian pula, penelitian oleh Putri dan Nugroho (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun, temuan penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian Lestari (2021), yang menekankan bahwa inovasi produk menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing usaha. Dalam penelitian ini,

meskipun inovasi produk masih terbatas, faktor utama yang memengaruhi jumlah pelanggan justru adalah kualitas produk dasar, seperti tekstur, aroma, dan daya tahan.

Selain itu, penelitian ini juga memperkuat temuan Rahmawati (2021) dan Nasution (2022), yang menyatakan bahwa kualitas produk dan pelayanan merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, pelayanan tidak menjadi fokus utama, namun kualitas produk terbukti menjadi faktor dominan yang memengaruhi jumlah pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperjelas bahwa pada usaha kecil seperti industri tahu, kualitas produk dasar masih menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan usaha, dibandingkan dengan inovasi produk yang lebih kompleks.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi yang penting: 1) Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan, khususnya pada usaha kecil berbasis produksi tradisional. Penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam mengembangkan kajian mengenai strategi peningkatan kualitas produk pada sektor UMKM, khususnya industri tahu; 2) Secara praktis, penelitian ini memberikan beberapa implikasi bagi pelaku usaha, yaitu pentingnya melakukan standarisasi bahan baku, menerapkan prosedur produksi yang konsisten, serta melakukan pengendalian mutu secara sistematis. Selain itu, pelaku usaha juga perlu meningkatkan keterampilan tenaga kerja melalui pelatihan, serta mulai mengembangkan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui: 1) Penelitian ini hanya dilakukan pada satu objek penelitian, yaitu Usaha Tahu Asri di Kecamatan Bonjol, Kabupaten Pasaman, sehingga hasil penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi ke usaha tahu lainnya dengan kondisi yang berbeda; 2) Jumlah informan dalam penelitian ini terbatas, sehingga perspektif yang diperoleh belum sepenuhnya mewakili seluruh pihak yang terlibat dalam industri tahu. Selain itu, data yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar bersifat kualitatif, sehingga tidak dapat memberikan gambaran kuantitatif yang lebih luas mengenai hubungan antara kualitas produk dan jumlah pelanggan; 3) Penelitian ini hanya berfokus pada aspek kualitas produk, sehingga belum mengkaji faktor lain yang mungkin memengaruhi jumlah pelanggan, seperti harga, lokasi, dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan yang lebih luas dengan melibatkan lebih banyak objek penelitian, menggunakan

metode kuantitatif atau *mixed methods*, serta mempertimbangkan faktor-faktor lain yang memengaruhi jumlah pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian di masa depan diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan generalisasi yang lebih kuat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas produk pada Usaha Tahu Asri memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan jumlah pelanggan, sebagaimana menjadi tujuan utama penelitian. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas produk belum sepenuhnya optimal, yang ditandai dengan ketidakkonsistenan dalam tekstur, aroma, dan daya tahan produk. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor utama, yaitu penggunaan bahan baku yang belum terstandarisasi, proses produksi yang masih dilakukan secara manual tanpa standar operasional prosedur, serta belum adanya sistem pengendalian mutu yang terstruktur.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa keterbatasan inovasi produk dan rendahnya keterampilan tenaga kerja turut memengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Produk yang dihasilkan masih bersifat monoton tanpa variasi, sehingga kurang mampu menarik pelanggan baru. Temuan lain menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan jumlah pelanggan, yang tercermin dari peningkatan omset penjualan pada periode ketika kualitas produk relatif lebih baik, serta penurunan omset ketika kualitas produk tidak konsisten. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas produk melalui perbaikan bahan baku, standarisasi proses produksi, pengendalian mutu, inovasi produk, serta peningkatan keterampilan tenaga kerja merupakan faktor kunci dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan keberlanjutan usaha.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting: 1) Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa kualitas produk merupakan determinan utama dalam memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, khususnya pada sektor usaha mikro dan kecil berbasis produksi tradisional. Penelitian ini juga memperkaya kajian mengenai manajemen kualitas produk dengan menunjukkan bahwa pada industri skala kecil, aspek dasar kualitas seperti bahan baku dan proses produksi memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan inovasi produk yang kompleks; 2) Secara metodologis, penelitian ini memberikan kontribusi melalui penggunaan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus

yang mampu menggambarkan fenomena secara mendalam dan kontekstual. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi yang komprehensif terhadap strategi peningkatan kualitas produk dalam kondisi nyata di lapangan; 3) Secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi berupa rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha, khususnya dalam meningkatkan kualitas produk melalui standarisasi bahan baku, penerapan prosedur produksi yang konsisten, pengendalian mutu yang sistematis, serta peningkatan keterampilan tenaga kerja. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengembangan usaha kecil, khususnya dalam industri tahu.

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya: 1) Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan lebih banyak usaha tahu atau industri sejenis di berbagai wilayah, sehingga hasil penelitian dapat memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi; 2) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk menguji hubungan antara kualitas produk dan jumlah pelanggan secara lebih terukur dan objektif. Pendekatan ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang memengaruhi jumlah pelanggan, seperti harga, lokasi, dan strategi pemasaran; 3) Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai inovasi produk dan pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan daya saing usaha, termasuk penggunaan media digital dalam pemasaran produk; 4) Diperlukan penelitian lanjutan yang berfokus pada pengembangan model strategi peningkatan kualitas produk yang terintegrasi dan berkelanjutan, sehingga dapat memberikan panduan yang lebih komprehensif bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk dan jumlah pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Angrosino, M. V. (2016). *Naturalistic observation*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315423616

Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The Qualitative Report, 13*(4), 544–559. https://doi.org/10.46743/2160-3715/2008.1573

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal, 9*(2), 27–40. https://doi.org/10.3316/QRJ0902027

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.

David, F. R. (2020). *Strategic management: Concepts and cases* (17th ed.). Pearson.

Denzin, N. K. (2009). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315134543

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5*(1), 1–4. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11

Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). Sage Publications.

Hidayat, T., & Rachmawati, D. (2022). Pengelolaan Limbah Cair Industri Tahu terhadap Lingkungan. *Jurnal Lingkungan dan Pembangunan, 6*(2), 120–130.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2018). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). Sage Publications.

Lestari, D. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kemasan Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis, 10*(2), 145–155.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.

Nasution, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 11*(1), 55–67.

Prasetyo, B. (2019). Ketergantungan Impor Kedelai terhadap Industri Tahu. *Jurnal Agribisnis Indonesia, 7*(1), 45–56.

Putri, R., & Nugroho, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 9*(2), 89–98.

Rahmawati, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, 8*(3), 210–220.

Rilianti, D. W., & Widianita, R. (2025). Konsep Strategi dalam Manajemen Organisasi dan Pencapaian Tujuan Jangka Panjang.

Sari, M. (2023). Peningkatan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, 12*(1), 33–45.

Setyowati, E. (2020). Analisis Penggunaan Formalin pada Produk Pangan. *Jurnal Kesehatan Masyarakat, 15*(2), 100–110.

Siregar, H., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen, 14*(1), 75–85.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi.

Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen, 9*(1), 22–30.

Winarno, F. G. (2018). *Kimia Pangan dan Gizi*. Gramedia.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.

Yuliana, R., & Purnomo, H. (2021). Analisis Kualitas Produk Tahu pada Industri Kecil. *Jurnal Teknologi Pangan, 12*(2), 65–74.