

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam industri kuliner, menjaga kepercayaan pelanggan merupakan prioritas utama. Bagi pelaku UKM *street food*, tantangan terberat adalah mempertahankan kestabilan cita rasa produk secara berkelanjutan. Masalah ketidakkonsistenan rasa sering kali berakar pada proses produksi yang masih mengandalkan intuisi atau perkiraan semata, tanpa didukung takaran bumbu yang baku. Bagi konsumen, perubahan rasa pada menu favorit mereka dapat memicu kekecewaan yang berdampak langsung pada menurunnya tingkat kepuasan terhadap merek tersebut.

Kondisi ini diperparah oleh fluktuasi kualitas bahan baku di pasar lokal yang tidak selalu seragam. Tanpa sistem pengendalian kualitas yang memadai, pelaku usaha akan sulit menjamin mutu produk yang stabil. Dari sisi pemasaran, kualitas yang berubah-ubah berisiko merusak reputasi usaha di mata publik. Mengingat konsumen modern sangat menghargai kepastian rasa, kemampuan UKM dalam menjaga konsistensi menjadi kunci utama dalam membangun loyalitas jangka panjang. Dengan demikian, penerapan kontrol kualitas bukan sekadar urusan teknis, melainkan strategi pemasaran yang vital untuk menjaga eksistensi usaha di tengah persaingan ketat.

Dunia kuliner, khususnya sektor *street food* atau makanan jalanan, memiliki peran besar dalam ekonomi masyarakat karena kemudahannya dijangkau oleh konsumen. Namun, tantangan terbesar bagi pedagang *street food* adalah bagaimana cara menjaga agar rasa dagangannya tidak berubah-ubah setiap hari. Di sinilah pentingnya peran *Quality Control* (Pengendalian Kualitas). Secara sederhana, *quality control* adalah cara atau langkah-langkah yang dilakukan pelaku usaha untuk memastikan produk yang dijual selalu memenuhi standar yang diinginkan. Dalam konteks usaha kecil, pengawasan ini biasanya tidak menggunakan alat canggih, melainkan melalui ketelitian pedagang dalam memilih bahan dan mengolah masakan. Hasil akhir yang diharapkan dari pengawasan tersebut adalah Konsistensi Rasa. Konsistensi rasa berarti rasa produk (seperti gorengan, jus, atau rujak) selalu sama dan stabil setiap kali dibeli oleh pelanggan. Jika rasa produk selalu konsisten, pelanggan akan merasa puas dan percaya untuk datang kembali, yang pada akhirnya akan membentuk loyalitas pelanggan terhadap usaha tersebut.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Labuhanbatu Selatan, jumlah industri kecil di wilayah ini mencapai 1.284 unit, di mana sebaran terbesar berada di Kecamatan Kampung Rakyat (338 unit) dan Kecamatan Torgamba (327 unit). Meskipun data secara spesifik untuk tingkat Dusun Blok Songo tidak tercatat dalam statistik sektoral daerah, namun secara observasi lapangan, Dusun Blok Songo merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi mikro yang strategis di wilayah tersebut dengan populasi pelaku UKM kuliner *street food* yang cukup padat. Oleh karena itu,

penelitian ini berfokus pada wilayah tersebut sebagai representasi dari dinamika UKM di Labuhanbatu Selatan.

Berikut merupakan tabel hasil dari bps yang menguraikan banyaknya usaha mikro, usaha menengah, maupun usaha kecil:

**Tabel 1.1. BPS Labuhanbatu Selatan**

No	Kecamatan	Jumlah Unit (2017)
1	Sungai Kanan	170
2	Torgamba	327
3	Kotapinang	273
4	Silangkitang	176
5	Kampung Rakyat	338
<b>Total</b>	<b>Kabupaten Labuhanbatu Selatan</b>	<b>1.284</b>

*Sumber: BPS Labuhanbatu Selatan (diolah)*

Isu mengenai ketidakkonsistenan rasa yang disebabkan oleh faktor manusia dan kualitas bahan baku telah banyak dikaji dalam literatur manajemen mutu usaha mikro. Jocelyn dan Christiarini (2024), misalnya, menegaskan bahwa penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan pengendalian kualitas (*Quality Control*) yang terukur merupakan kunci dalam meningkatkan efisiensi serta memperkuat citra merek pada sektor kuliner.

Sejalan dengan hal tersebut, beberapa studi terdahulu juga menekankan bahwa standar kualitas memiliki peran vital terhadap keberhasilan pasar. Lubis dkk. (2024) mengungkapkan bahwa pemilihan bahan baku bermutu tinggi sangat menentukan tekstur dan kelezatan yang diharapkan konsumen. Hal ini didukung oleh pemikiran Sintiya dkk. (2025) yang memandang pemeliharaan standar kualitas sebagai bentuk etika bisnis

dalam membangun kepercayaan pelanggan. Lebih lanjut, penggunaan metode kontrol kualitas yang sistematis terbukti mampu menjaga agar produk tetap selaras dengan kebutuhan pasar (Puzianti dkk., 2021).

Secara keseluruhan, berbagai temuan ini mengindikasikan bahwa keterbatasan pengetahuan dalam menjaga mutu sering kali menyebabkan fluktuasi rasa. Ketergantungan yang terlalu tinggi pada aspek intuisi tanpa didukung sistem kontrol kualitas yang jelas menjadi kendala utama bagi UKM untuk mempertahankan konsistensi produk, yang pada jangka panjang dapat melemahkan daya saing bisnis mereka.

Masalah rasa yang berubah-ubah pada produk UKM seperti gorengan, rujak, atau jus buah, pada dasarnya adalah ancaman bagi citra merek mereka. Karena proses produksi masih sering mengandalkan “feeling” atau intuisi tanpa takaran pasti, konsumen sering kali mendapatkan pengalaman rasa yang berbeda-beda setiap kali membeli. Dalam perspektif pemasaran, hal ini sangat berisiko karena dapat menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan yang mengharapkan standar rasa tertentu.

Selain itu, kurangnya kontrol terhadap kualitas bahan baku membuat UKM sulit memberikan jaminan mutu yang stabil di pasar. Padahal, konsistensi rasa adalah kunci utama untuk membangun kepuasan dan loyalitas konsumen. Jika pelanggan sering merasa kecewa dengan rasa yang tidak stabil, mereka cenderung tidak akan melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, penerapan kontrol kualitas (*Quality Control*) bukan hanya soal

teknis dapur, melainkan strategi pemasaran penting untuk menjaga reputasi usaha dan memenangkan persaingan bisnis.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana penerapan kontrol kualitas (*Quality Control*) dapat menjadi solusi utama dalam menjaga konsistensi rasa pada UKM kuliner di Dusun Blok Songo. Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana para pelaku usaha gorengan, rujak, dan jus buah berupaya menjaga standar kualitas mereka meskipun masih banyak menggunakan intuisi daripada aturan tertulis. Hal ini sangat penting karena dokumentasi mengenai praktik kontrol kualitas di tingkat pedagang kaki lima masih sangat minim, padahal peranannya sangat besar dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi hambatan yang dialami pemilik UKM sekaligus merumuskan strategi perbaikan untuk memperkuat daya saing produk lokal. Mengingat fluktuasi rasa berpengaruh langsung terhadap persepsi konsumen, hasil kajian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi agar pelaku usaha mulai menerapkan sistem pengendalian kualitas yang lebih terorganisir. Secara teoretis, studi ini memperkaya literatur manajemen pemasaran mikro, sementara secara praktis, penelitian ini menawarkan solusi bagi UKM di pedesaan untuk menjaga mutu produk dan menjamin keberlangsungan usaha.

Dalam realitasnya, pedagang kuliner di Dusun Blok Songo masih kesulitan mempertahankan stabilitas cita rasa. Ketidakkonsistenan ini sering

memicu keluhan pelanggan yang merasa kecewa karena standar rasa yang sering berubah-ubah. Dari sudut pandang pemasaran, fenomena ini sangat berisiko karena dapat menurunkan frekuensi pembelian ulang dan memperburuk reputasi bisnis di mata publik. Jika kepuasan pelanggan terganggu, maka volume penjualan dan kinerja usaha secara keseluruhan akan menurun.

Oleh sebab itu, implementasi *Quality Control* (QC) yang tepat merupakan kebutuhan mendasar bagi UKM untuk mempertahankan kepercayaan pasar. Idealnya, pengawasan kualitas yang konsisten menjamin setiap tahapan produksi, sejak pemilihan bahan hingga penyajian, berjalan sesuai standar. Sejalan dengan pemikiran Saori dkk. (2025), pengendalian kualitas yang efektif pada skala UMKM tidak hanya berfungsi menjaga kestabilan produk, tetapi juga menjadi instrumen preventif terhadap komplain konsumen. Pada akhirnya, kualitas yang terjaga secara berkelanjutan akan melahirkan kepercayaan yang kuat terhadap merek tersebut.

Selain itu, temuan Irvan dan Yonson (2024) mengonfirmasi bahwa mutu rasa memegang peranan krusial dalam membangun loyalitas konsumen. Pengalaman kuliner yang berkesan bagi pelanggan lahir dari konsistensi yang terjaga melalui seleksi bahan baku dan standarisasi proses. Kondisi ideal inilah yang perlu dicapai oleh UKM di Dusun Blok Songo untuk menjamin keberlanjutan bisnis dan profitabilitas dalam jangka panjang. Singkatnya,

pengelolaan kualitas rasa bukan sekadar aspek teknis, melainkan investasi strategis dalam memenangkan kepercayaan pasar.

Kesenjangan antara ekspektasi pelanggan akan rasa yang stabil dengan realitas di lapangan menjadi landasan utama penelitian ini. Fenomena rasa yang berubah-ubah merupakan ancaman bagi loyalitas dan angka penjualan, yang mengindikasikan adanya jarak antara pola pengelolaan produk dengan kebutuhan pasar. Penelitian ini berupaya mencari solusi agar pelaku UKM kuliner di Dusun Blok Songo mampu menyelaraskan cara kerja mereka dengan standar kualitas yang diharapkan guna mendorong pertumbuhan bisnis yang lebih sehat.

Di sisi lain, terdapat fenomena menarik di mana banyak UKM di wilayah ini mampu bertahan bertahun-tahun meskipun tanpa Standar Operasional Prosedur (SOP) formal. Keunggulan kompetitif mereka terletak pada penggunaan “intuisi” atau pengalaman yang diwariskan secara turun-temurun, yang dalam teori pemasaran dikenal sebagai *tacit knowledge*.

Penelitian ini bertujuan untuk membedah bagaimana mekanisme kontrol kualitas berbasis insting tersebut berperan dalam menjaga eksistensi usaha. Fokus kajian diarahkan pada kemampuan adaptasi para pedagang dalam menyesuaikan rasa secara spontan saat menghadapi bahan baku yang fluktuatif. Dengan demikian, studi ini tidak hanya mendokumentasikan proses produksi, tetapi juga mengeksplorasi ketangkasan pelaku UKM dalam menjaga kepercayaan konsumen di tengah keterbatasan sarana formal.

## **B. Batasan Dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Agar penelitian tetap terarah dan mendalam, batasan masalah ditetapkan sebagai berikut:

- a. Fokus Fenomena: Hanya mengkaji praktik *quality control* (QC) informal berbasis pengalaman dan intuisi, tanpa melibatkan standar formal seperti SOP atau sertifikasi industri.
- b. Subjek Penelitian: Dibatasi pada pelaku UKM *street food* (gorengan, rujak, dan jus buah) di Dusun Blok Songo. Usaha skala besar atau rumah makan permanen tidak termasuk dalam objek studi.
- c. Dimensi Kualitas: Analisis difokuskan pada konsistensi rasa sebagai indikator utama kepuasan konsumen, mengesampingkan aspek higienitas atau estetika kemasan.
- d. Konteks Waktu & Lokasi: Penelitian dilakukan di Dusun Blok Songo, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, dengan durasi pengumpulan data selama tiga bulan pada tahun 2025.
- e. Pendekatan Analisis: Menggunakan metode kualitatif deskriptif (Miles dan Huberman) untuk membedah pola perilaku pelaku usaha secara mendalam tanpa pengujian statistik.

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana praktik *quality control* (QC) informal diterapkan pelaku UKM di Dusun Blok Songo untuk menjaga konsistensi rasa?
- b. Apa saja hambatan utama dalam mempertahankan standar kualitas rasa di tengah keterbatasan sumber daya dan variasi bahan baku?
- c. Bagaimana dampak konsistensi rasa terhadap kepuasan pelanggan dan niat pembelian ulang (*repeat order*)?
- d. Bagaimana strategi pengendalian kualitas yang aplikatif bagi pelaku usaha untuk menjaga daya saing dan keberlanjutan bisnis?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis Praktik Kontrol Kualitas dan Strategi Adaptasi
2. Mengidentifikasi Hambatan dalam Mempertahankan Kualitas
3. Mengevaluasi Hubungan Kualitas dengan Respon Pasar
4. Merumuskan Strategi Pengendalian Kualitas yang Praktis.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur manajemen, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran dan Operasi UKM. Secara teoretis, penelitian ini memberikan pemahaman baru mengenai bagaimana kontrol kualitas informal dapat menjadi instrumen strategis untuk menjaga identitas merek (*brand identity*) melalui konsistensi rasa. Selain itu, temuan ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan konsep manajemen mutu pada industri skala mikro, di mana loyalitas pelanggan sangat bergantung pada kestabilan kualitas produk yang dirasakan langsung oleh konsumen.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pelaku UKM: Sebagai panduan praktis untuk memperbaiki cara menjaga kualitas produk agar lebih stabil. Dengan rasa yang konsisten, pelaku usaha dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, meminimalkan keluhan, dan mendorong terjadinya pembelian ulang (*repeat order*).
- b. Bagi Pihak Terkait: Menjadi bahan masukan bagi pemerintah desa atau pembina UMKM dalam menyusun program pendampingan yang tepat guna. Fokusnya adalah meningkatkan daya saing pedagang lokal melalui pemahaman bahwa kualitas produk yang terjaga adalah strategi pemasaran yang paling efektif.
- c. Bagi Peneliti Lain: Sebagai referensi atau pijakan awal untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai perilaku konsumen dan strategi bertahan UKM kuliner di wilayah dengan karakteristik serupa.