

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI BANAMER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Yunita Kumalasari¹, Nabila Rahmatika², Jelita Putri Pertiwi³, Maulidah Zurro⁴
yunitakml0@gmail.com¹, nabilarahmatika422@gmail.com², jputri2004@gmail.com³,
maulidahzurro123@gmail.com⁴
STIE Mahardhika Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kualitas produk dan inovasi mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk pisang coklat leleh. Di tengah era globalisasi dan persaingan industri kuliner yang semakin ketat, inovasi menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan data diperoleh melalui observasi langsung di lapangan. Penelitian ini melibatkan empat informan yang dipilih secara purposive sampling, dan didukung oleh analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, meliputi rasa, tampilan, dan kemasan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, inovasi seperti penambahan topping leleh memberikan nilai tambah berupa keunikan dan pengalaman baru yang disukai konsumen. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan berkontribusi pada peningkatan loyalitas, mendorong pembelian ulang, dan mendorong konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Simpulannya, kualitas produk dan inovasi merupakan dua elemen penting yang saling melengkapi dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pelaku usaha disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk sekaligus menghadirkan inovasi baru agar tetap kompetitif di pasar sekaligus memperluas pangsa pasar.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Inovasi Produk.

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of product quality and innovation on consumer satisfaction with melted chocolate banana products. In the globalization era and highly competitive culinary sector, product innovation is a critical factor in capturing consumer attention. The research employs a qualitative approach, utilizing data collection methods such as field observations, documenting four informants selected through purposive sampling, and documentation analysis. The findings reveal that product quality particularly taste, appearance, and packaging plays a significant role in enhancing consumer satisfaction. Furthermore, innovation, exemplified by the addition of melted toppings, has successfully created a unique appeal and offered a fresh consumer experience. The discussion highlights that consumer satisfaction not only fosters customer loyalty but also influences repeat purchasing behavior and recommendations to others. The study concludes that product quality and innovation are two essential and interrelated factors in driving consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Consumer Satisfaction, Product Innovation.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam membentuk individu yang kompeten dan berguna bagi masyarakat. Pendidikan tinggi tidak hanya sebagai tempat untuk menimba ilmu, tetapi juga sebagai tempat untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Salah satu bentuk nyata pengabdian kepada masyarakat adalah melalui pengembangan kewirausahaan.

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) merupakan sarana bagi mahasiswa untuk berkontribusi dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pengembangan UMKM juga melatih keterampilan sosial mahasiswa. Menurut Combs dan Slaby (dalam Gimpel dan Merrell, 1998), keterampilan sosial merupakan kemampuan untuk

berinteraksi sosial sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku, memberikan manfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Sebagai agen perubahan, mahasiswa diharapkan mampu berinovasi dan memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan masyarakat.

Salah satu inovasi yang dikembangkan di bidang usaha adalah menciptakan produk baru, seperti “pisang coklat leleh” yang merupakan pengembangan dari penganan tradisional, seperti pisang goreng dan pisang coklat. Penambahan topping yang meleleh memberikan keunikan tersendiri yang mampu menarik perhatian konsumen. Berdasarkan analisis pasar, produk ini berpotensi menjadi tren baru dalam industri kuliner, khususnya pada segmen makanan ringan. Produk ini menawarkan pengalaman baru dengan lapisan glasir coklat yang melimpah, sehingga memberikan daya tarik tersendiri bagi para pencinta kuliner.

Namun, inovasi produk saja tidak cukup untuk mendukung keberhasilan bisnis. Strategi pemasaran yang tepat diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar. Kemajuan teknologi, khususnya Internet of Things (IoT), menciptakan peluang besar untuk meningkatkan efektivitas pemasaran. Metode pemasaran tradisional, seperti direct selling atau word of mouth, memiliki keterbatasan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Sebagaimana dijelaskan oleh Rahsel dan Gumanti (2022), pemasaran word of mouth biasanya hanya efektif dalam jaringan lokal atau lingkaran sosial yang dekat. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital menjadi solusi untuk memperluas pasar.

Media sosial merupakan alat pemasaran yang efektif, namun penggunaannya memerlukan strategi yang kreatif agar dapat menarik perhatian konsumen. Di sisi lain, persaingan juga menjadi tantangan, terutama dari penjual lain yang mencoba meniru dan memodifikasi resep. Oleh karena itu, kreativitas dalam inovasi produk dan strategi pemasaran berbasis teknologi, sebagaimana dikemukakan oleh Fadillah et al. (2023), menjadi faktor kunci dalam menghadapi persaingan dan memperluas pasar.

Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan teknologi digital dan pengembangan resep inovatif untuk meningkatkan daya tarik produk banana melt chocolate. Melalui strategi ini, diharapkan dapat menjawab tantangan persaingan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kepuasan konsumen.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis tematik untuk memahami pengaruh kualitas produk dan inovasi terhadap kepuasan konsumen pada produk coklat leleh pisang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan dan teknik purposive sampling, di mana empat informan dipilih secara strategis untuk memberikan wawasan yang relevan.

Setelah data terkumpul, analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang terkait dengan kualitas produk, inovasi, dan tingkat kepuasan konsumen. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel-variabel tersebut secara mendalam. Temuan dari analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan rekomendasi strategis yang berguna bagi pengembangan bisnis, terutama dalam menciptakan produk-produk inovatif yang unggul dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Setelah dilakukan observasi lapangan pada beberapa lokasi penjualan produk pisang coklat lumer, ditemukan beberapa temuan penting yang berhubungan dengan kualitas produk, inovasi, dan kepuasan konsumen:

1. Kualitas Produk

Produk pisang coklat leleh memiliki kualitas yang baik, terutama dari segi rasa dan tampilan. Konsumen cenderung menyukai tekstur pisang yang lembut, dipadu dengan rasa coklat yang kaya dan topping yang meleleh sehingga memberikan daya tarik tersendiri. Selain itu, kemasan yang praktis dan estetik juga meningkatkan pengalaman konsumen saat menikmati produk ini. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk, mulai dari rasa hingga kemasan, menjadi salah satu faktor utama yang memegang peranan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen..

2. Inovasi Produk

Inovasi pada produk, seperti penambahan topping lumer, menjadi daya tarik khusus bagi konsumen. Keunikan topping lumer memberikan cita rasa yang berbeda, sehingga menciptakan kesan unik dibandingkan dengan produk serupa di pasaran. Konsumen yang diwawancarai merasa inovasi ini memberikan pengalaman baru yang menyenangkan dan meningkatkan daya tarik produk, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan minat beli.

3. Respons Konsumen

Respons konsumen terhadap produk pisang coklat lumer sangat positif. Sebagian besar konsumen mengapresiasi cita rasa yang lezat dan tampilan produk yang menarik.

Beberapa konsumen juga menyebut bahwa inovasi seperti topping lumer membuat mereka tertarik mencoba produk ini. Konsumen yang baru pertama kali membeli produk ini umumnya merasa puas dan menyatakan keinginan untuk membeli kembali di masa depan.

4. Pengaruh Kualitas dan Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas dan inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen yang menikmati produk berkualitas tinggi dan merasakan inovasi yang ditawarkan cenderung merasa lebih puas dan menunjukkan loyalitas yang lebih besar. Inovasi pada produk juga berkontribusi dalam meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Beberapa konsumen bahkan menyarankan untuk menambahkan varian rasa atau topping sebagai upaya untuk memuaskan pengalaman mereka, sehingga produk dapat terus menarik perhatian dan memenuhi harapan pasar.

Secara keseluruhan, kualitas produk dan inovasi pada pisang coklat lumer memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, yang selanjutnya berkontribusi pada peningkatan loyalitas dan penjualan produk.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, terdapat sejumlah temuan utama yang perlu dianalisis lebih mendalam terkait pengaruh kualitas produk dan inovasi terhadap tingkat kepuasan konsumen pada produk pisang coklat lumer.

1. Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

Temuan pertama mengungkapkan bahwa kualitas produk, terutama dalam hal rasa dan tampilan, menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah elemen penting dalam membentuk persepsi positif konsumen. Konsumen cenderung merasa lebih puas dengan produk yang menawarkan rasa lezat, tampilan menarik, serta kemasan yang praktis dan estetik. Dalam kasus pisang coklat lumer, tekstur yang lembut dan rasa coklat yang khas menjadi daya tarik utama yang berkontribusi pada meningkatnya kepuasan konsumen. Hal ini juga didukung oleh hasil observasi yang menunjukkan respons positif dari konsumen terhadap produk tersebut.

2. Inovasi Produk sebagai Daya Tarik

Penambahan topping lumer pada pisang coklat merupakan inovasi yang berhasil memikat perhatian konsumen. Inovasi ini memberikan keunikan tersendiri dan

membedakan produk pisang coklat lumer dari produk serupa lainnya di pasar. Pernyataan ini mendukung pandangan Schilling (2013), yang menyatakan bahwa inovasi produk dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan diferensiasi di pasar. Pengalaman baru yang ditawarkan melalui inovasi ini menjadi salah satu faktor utama yang meningkatkan minat beli konsumen. Respons konsumen yang positif terhadap inovasi ini menunjukkan pentingnya kreativitas dalam pengembangan produk untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Sebagaimana dikemukakan oleh Fadillah et al. (2023), inovasi yang konsisten dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen sekaligus meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

3. Kepuasan Konsumen dan Loyalitas

Fakta bahwa konsumen merasa puas dan menunjukkan kecenderungan untuk membeli kembali produk ini menjadi temuan penting dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Konsumen yang puas dengan kualitas dan inovasi produk lebih mungkin untuk menjadi pelanggan loyal yang secara konsisten membeli produk tersebut. Temuan ini selaras dengan teori Oliver (2010), yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi secara langsung memengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pisang coklat lumer memiliki potensi besar untuk membangun loyalitas konsumen melalui kombinasi kualitas produk yang unggul dan inovasi yang menarik.

4. Dampak Kualitas dan Inovasi terhadap Perilaku Pembelian

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa kualitas produk dan inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen yang merasa puas dengan pengalaman menggunakan suatu produk cenderung akan melakukan pembelian ulang dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Temuan ini sejalan dengan teori Zeithaml et al. (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan inovasi dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Peningkatan kepuasan ini pada akhirnya mendorong pembelian ulang dan tindakan rekomendasi yang berkontribusi pada pertumbuhan dan keinginan bisnis..

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk dan inovasi berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk pisang coklat lumer. Pengalaman positif konsumen terhadap elemen seperti rasa, tampilan, dan inovasi menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut sangat penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini konsisten dengan teori-teori yang dibahas dalam tinjauan pustaka, yang menekankan pentingnya kualitas produk dan inovasi untuk menciptakan kepuasan konsumen dan keunggulan kompetitif di pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan inovasi secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk coklat leleh pisang. Aspek kualitas yang meliputi rasa, kemasan, dan tampilan merupakan faktor utama yang meningkatkan tingkat kepuasan. Inovasi produk seperti penggunaan topping leleh berhasil menciptakan pengalaman baru yang menarik minat konsumen. Konsumen yang merasa puas terhadap kualitas dan inovasi produk ini cenderung akan melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan setia. Oleh karena itu, pengembangan produk yang berkelanjutan dengan berfokus pada kualitas dan inovasi merupakan strategi penting untuk menjaga kepuasan konsumen, membangun loyalitas, dan meraih keunggulan kompetitif di pasar.

Saran

Proses pembuatan pisang coklat lumer harus memperhatikan pemberian pasta coklat pada isian pisang serta keseragaman ukuran saat melipat kulit lumpia, untuk memastikan

cita rasa produk yang lebih konsisten. Selain itu, diperlukan inovasi lebih lanjut pada produk Banamer agar loyalitas konsumen tetap terjaga dan dapat memperluas pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadillah, A., Sari, R., & Rahmawati, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Industri Kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 45-56.
- Iimal, Annisa, N., Rahmat, D., Miranda, M., Fitria, N., Jusriati, & Riswanto, A. H. (n.d.). Inovasi Membuat Olahan Kekinian dengan Meningkatkan Nilai Jual dari Pisang Kepok Menjadi Pisang Lumer (PAMER). Program Studi Pendidikan Jasmani, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lestari, S. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Yamaha Mio Di Surabaya. *Media Mahardhika*, 16(2), 174- 181.
- Lestari, S. (n.d.). Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, dan Asosiasi Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Yamaha Mio di Surabaya. *STIE Mahardhika Surabaya*. Email: sri.lestari@stiemahardhika.ac.id.
- Mahmuda, D., & Asniar Rizal, N. (n.d.). Diversifikasi Olahan Pisang dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia.
- Muhammad Hilmy, D., Zahrin Auliatur R., Dziryfira N. A., Saputri, S. M., & Hananu, H. (2021). Program Kreativitas Mahasiswa: Judul Program Pisang Coklat Lumer (Bidang Kegiatan: PKM Kewirausahaan - PKM-K). Fakultas Agama Islam, Prodi Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Nurmalasari, D. (2021). Keterampilan Vokasional Bersumber Daya Keluarga dalam Pembuatan Pisang Aroma Bagi Anak Tunagrahita Ringan di Masa COVID-19. Universitas Pendidikan Indonesia. Retrieved from repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu.
- Susanto, A., Suwartono, & Lestari, S. (n.d.). Good Price Many Gold Demands. Institute of Economic Science Mahardhika, Surabaya, Indonesia. Email: ari.susanto@yahoo.co.id, wartonopass3@gmail.com, cici.msdm@gmail.com.