

DOI: <https://doi.org/10.70285/zjbwfc71>

Analisis Kualitas Produk dalam Mempertahankan Kepuasan Konsumen pada Pondok Pempek 08 di Ciledug Kota Tangerang

Setyawan Aryajati 1*, Senen 2Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia^{1,2}
setyawanaryajati19@gmail.com 1*, dosen01888@unpam.ac.id 2

Received 05 Juli 2026 | Revised 10 Juli 2026 | Accepted 15 Juli 2026

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk dalam mempertahankan kepuasan konsumen pada Pondok Pempek 08 di Ciledug Kota Tangerang. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Informan penelitian terdiri dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen Pondok Pempek 08. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi faktor utama dalam mempertahankan kepuasan konsumen. Konsistensi rasa, penggunaan bahan baku berkualitas, pelayanan yang baik, serta harga yang sesuai dengan kualitas produk menjadi keunggulan Pondok Pempek 08. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan pemasaran digital, belum tersedianya platform pemesanan online secara optimal, serta fluktuasi harga bahan baku ikan tenggiri. Berdasarkan analisis SWOT, Pondok Pempek 08 berada pada posisi yang mendukung strategi pertumbuhan agresif (Growth Oriented Strategy) dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran ; Kualitas Produk ; Kepuasan Konsumen ; Pempek.

Abstract

This study aims to analyze how product quality contributes to maintaining customer satisfaction at Pondok Pempek 08 in Ciledug, Tangerang City. The study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques included observation, interviews, documentation, and literature review. The research informants consisted of the business owner, employees, and customers of Pondok Pempek 08. Data analysis utilized the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that product quality is the primary factor in maintaining customer satisfaction. Consistency in taste, the use of high-quality raw materials, good service, and prices that align with product quality are the strengths of Pondok Pempek 08. However, several challenges remain, such as limitations in digital marketing, the lack of an optimally functioning online ordering platform, and fluctuations in the price of mackerel raw materials. Based on the SWOT analysis, Pondok Pempek 08 is in a position that supports an aggressive growth strategy (Growth Oriented Strategy) by leveraging its strengths and opportunities to enhance competitiveness and expand its market reach.

Keywords: Marketing strategy ; Product Quality ; Consumer Satisfaction ; Pempek.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Meningkatnya jumlah pelaku usaha makanan dan minuman menyebabkan persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Kondisi tersebut menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar. Salah satu faktor yang menjadi penentu keberhasilan suatu usaha kuliner adalah kualitas produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas baik, cita rasa yang konsisten, serta memberikan kepuasan setelah melakukan pembelian. Apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka akan tercipta kepuasan yang berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator penting dalam keberhasilan suatu usaha. Konsumen yang merasa puas akan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta mempertahankan hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Sebaliknya, apabila kualitas produk tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan yang berujung pada berkurangnya minat pembelian dan berpindahnya konsumen kepada produk pesaing. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi aspek yang harus diperhatikan secara berkelanjutan oleh setiap pelaku usaha.

Menurut Mowen dan Minor dalam Laetitia (2021:1704), menyatakan Bahwa “Kualitas Produk adalah keseluruhan proses evaluasi secara keseluruhan Bagi pelanggan untuk meningkatkan kinerja suatu produk”. Sedangkan Menurut Maramis (2018:18), “Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam Memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”. Menurut Arianto (2021:12), “Kualitas produk adalah kondisi fisik, Fungsi dan sifat suatu produk tersebut baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan agar memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen”. Prajati dalam Arianto (2022:197), juga berpendapat bahwa “Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaian dengan standar ukur yang telah ditetapkan”. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah tingkat kemampuan sebuah produk melakukan fungsinya untuk Memenuhi kebutuhan konsumen.

Pondok Pempek 08 merupakan salah satu usaha kuliner yang bergerak dalam penjualan pempek khas Palembang yang berlokasi di Ciledug, Kota Tangerang. Usaha ini telah beroperasi selama bertahun-tahun dan dikenal oleh masyarakat karena menawarkan pempek dengan cita rasa khas serta penggunaan bahan baku berkualitas. Dalam menjalankan usahanya, Pondok Pempek 08 berupaya menjaga kualitas produk melalui pemilihan bahan baku yang baik, proses produksi yang konsisten, serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Upaya tersebut dilakukan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha di tengah banyaknya kompetitor yang menawarkan produk sejenis.

Meskipun demikian, Pondok Pempek 08 menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan kualitas produk dan kepuasan konsumen. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain fluktuasi harga bahan baku ikan tenggiri, keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan pemasaran digital, serta belum optimalnya pemanfaatan platform pemesanan online. Selain itu, data penjualan menunjukkan adanya fluktuasi jumlah konsumen dari tahun ke tahun sehingga diperlukan evaluasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Adapun tabel 1.1 data konsumen Pondok Pempek 08 Kreo Ciledug Kota Tangerang yang dapat dilihat pada tabel berikut:

TAHUN	JUMLAH KONSUMEN
2020	12.823
2021	11.359
2022	10.633
2023	12.542
2024	12.948

Sumber: Pondok Pempek 08

Dapat diketahui jumlah konsumen terendah pada tahun 2022 sebesar 10.633. sedangkan jumlah tertinggi pada tahun 2024 yaitu sebesar 12.948. terlibat adanya fluktuasi penjualan serta konsumen Pondok Pempek 08.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana kualitas produk yang diterapkan oleh Pondok Pempek 08 dalam mempertahankan kepuasan konsumen. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi bisnis, khususnya dalam menjaga kualitas produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga usaha dapat terus berkembang dan memiliki daya saing yang berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi terkait kualitas produk dalam mempertahankan kepuasan konsumen pada Pondok Pempek 08 Ciledug Kota Tangerang. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh informasi secara rinci mengenai pengalaman, persepsi, serta pandangan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Menurut Auerbach dan Silversten dalam Sugiyono (2020:3) menyatakan bahwa “Metode kualitatif adalah penelitian yang melakukan analisis dan interpretasi teks dan hasil interview dengan tujuan untuk menemukan makna dari suatu fenomena”. Sedangkan Creswell dalam Sugiyono (2020:244) mengatakan bahwa “Penelitian kualitatif adalah upaya untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok pada masalah sosial atau manusia, proses penelitian melibatkan pertanyaan dan prosedur yang muncul, mengumpulkan data dalam setting partisipan, menganalisis interpretasi data tentang makna data, laporan tertulis akhir struktur penulisan yang fleksibel”.

Menurut Sugiyono (2023) teknik pengumpulan data merupakan langkah Yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah Mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Menurut Sugiyono (2023) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi dilakukan secara langsung untuk mengetahui kondisi usaha, proses produksi, serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Menurut Sugiyono (2023) studi kepustakaan berkaitan dengan kajian Teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Menurut Sugiyono (2023) wawancara merupakan Komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari informan yang terkait. Wawancara dilakukan kepada pemilik, karyawan, dan konsumen guna memperoleh informasi yang berkaitan dengan kualitas produk, kepuasan pelanggan, serta kendala yang dihadapi dalam mempertahankan kualitas produk. Menurut Sugiyono (2023) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan Untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumentasi, Tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat Mendukung penelitian.

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa foto kegiatan, data usaha, ulasan pelanggan, dan dokumen lain yang relevan.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang diperoleh dari lapangan sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif sehingga memudahkan peneliti dalam memahami hubungan antar temuan. Menurut Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman dalam Sugiyono (2017), analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus hingga data yang diperoleh dianggap jenuh.

Analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kualitas produk serta kepuasan konsumen pada Pondok Pempek 08. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki sehingga dapat merumuskan strategi yang tepat dalam mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan konsumen secara berkelanjutan. Menurut Freddy Rangkuti (2015), analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk merumuskan strategi organisasi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil interpretasi data yang telah dianalisis. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik, karyawan, dan konsumen sehingga data yang dihasilkan memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi.

HASIL dan PEMBAHASAN

HASIL

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh Pondok Pempek 08 di Ciledug Kota Tangerang. Diketahui bahwa kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen menilai bahwa produk yang ditawarkan memiliki cita rasa yang khas penggunaan bahan baku yang berkualitas, serta konsistensi rasa tetap terjaga. Selain itu, konsumen juga menyampaikan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diterima sehingga menimbulkan kepuasan setelah melakukan pembelian.

Hasil wawancara dengan pemilik usaha menunjukkan bahwa Pondok Pempek 08 selalu berupaya menjaga kualitas produk melalui pemilihan bahan baku yang baik dan pengawasan selama proses produksi. Sementara itu, hasil wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan melakukan pembelian ulang karena merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan. Selain kualitas produk, penelitian ini juga menemukan bahwa pelayanan yang ramah dan responsif menjadi faktor pendukung dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi usaha ini, yaitu fluktuasi harga bahan baku ikan tenggiri serta belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Pondok Pempek 08 di Ciledug Kota Tangerang. Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Konsistensi rasa dan penggunaan bahan baku berkualitas yang diterapkan Pondok Pempek 08 menjadi faktor yang mampu menciptakan persepsi positif di kalangan konsumen.

Kepuasan konsumen yang ditemukan dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang baik turut mendukung terciptanya kepuasan konsumen. Meskipun fokus utama penelitian produk, pelayanan yang ramah dan cepat memberikan pengalaman positif yang memperkuat keputusan konsumen untuk tetap memilih Pondok Pempek 08.

Berdasarkan analisis SWOT, Pondok Pempek 08 memiliki kekuatan berupa kualitas produk yang baik, cita rasa khas, harga yang kompetitif, dan loyalitas pelanggan. Peluang yang tersedia berasal dari perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan layanan pemesanan makanan secara online. Oleh karena itu, strategi yang dapat diterapkan adalah mempertahankan kualitas produk yang telah menjadi keunggulan usaha serta meningkatkan pemasaran digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berperan penting dalam mempertahankan kepuasan konsumen. Kualitas produk yang ditunjukkan melalui konsistensi rasa, penggunaan bahan baku yang berkualitas, serta proses produksi yang terjaga mampu memenuhi harapan konsumen dan menciptakan kepuasan setelah melakukan pembelian. Kondisi tersebut mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk kepada orang lain.

Selain kualitas produk, pelayanan yang ramah dan responsif turut mendukung terciptanya kepuasan konsumen. Kesesuaian antara harga dan kualitas produk yang diterima juga menjadi faktor yang memperkuat kepercayaan konsumen terhadap Pondok Pempek 08. Dengan demikian, kualitas produk dan pelayanan menjadi aspek yang saling mendukung dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Pondok Pempek 08 memiliki kekuatan berupa kualitas produk yang baik, cita rasa yang khas, harga yang kompetitif, dan loyalitas pelanggan. Namun, usaha ini masih menghadapi kendala berupa fluktuasi harga bahan baku dan belum optimalnya pemasaran digital. Oleh karena itu, Pondok Pempek 08 perlu mempertahankan kualitas produk yang telah menjadi keunggulan usaha serta meningkatkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

DAFTAR PUSTAKA

1. Auerbach, C. F., & Silverstein, L. B. (dalam Sugiyono, 2020). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
2. Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
3. Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
4. Laetitia, I. (2021). Perilaku konsumen: Teori dan implikasinya dalam strategi pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.
5. Maramis, F. R. (2018). Manajemen pemasaran: Strategi dan implementasi. Jakarta: Bumi Aksara.
6. Arianto, B. (2021). Manajemen pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.
7. Arianto, B. (2022). Manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Yogyakarta: Deepublish.
8. Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
9. Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
10. Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing management (15th ed). Pearson Education.