

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah berperan menjadi fondasi utama perekonomian Indonesia, dengan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan nasional dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hampir 6,92% dari total tenaga kerja di Indonesia per tahun 2023.¹ Di antara berbagai bidang usaha yang digeluti pelaku UMKM, sektor kuliner tumbuh paling dinamis karena mampu memadukan kebutuhan dasar manusia dengan kekayaan cita rasa lokal yang menjadi identitas budaya setiap daerah.

Industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat seiring meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap makanan khas daerah dan produk olahan tradisional. Di berbagai kota, banyak bermunculan UMKM yang memanfaatkan potensi bahan baku lokal untuk menghasilkan produk bernilai ekonomi tinggi. Kekuatan utama dari UMKM kuliner terletak pada keaslian rasa, kualitas produk, serta kemampuan berinovasi dalam menghadirkan produk yang menarik bagi pasar lokal maupun nasional. Namun, di tengah meningkatnya jumlah pelaku usaha, kualitas produk menjadi faktor pembeda yang sangat menentukan dalam menarik dan mempertahankan

¹ Bachrul Ulum dkk., "Pendampingan UMKM dalam Mengembangkan Strategi Pemasaran Produk pada Media Sosial dan Platform E-Commerce," *JILPI : Jurnal Ilmiah Pengabdian dan Inovasi* 1, no. 4 (18 Juni 2023): 623–34, doi:10.57248/jilpi.v1i4.205.

konsumen.

Perkembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur, khususnya di Kabupaten Kediri, mengalami peningkatan pesat dengan 25.833 UMKM terdaftar pada tahun 2025, di mana 8.939 di antaranya bergerak di sektor kuliner. Peningkatan jumlah ini sejalan dengan komitmen Pemerintah Kabupaten Kediri untuk mendorong pertumbuhan UMKM.² Kota ini dikenal dengan sebutan “Kota Tahu”, mengingat produk tahu telah menjadi identitas kuliner utama Kediri. Namun di balik popularitas tahu, Kediri juga memiliki berbagai produk olahan tradisional lain yang tidak kalah menarik, salah satunya adalah madumongso. Madumongso merupakan makanan khas Jawa Timur berbahan dasar ketan hitam dan putih yang difermentasi, kemudian dimasak dengan gula dan santan hingga menghasilkan cita rasa manis, asam, dan gurih yang khas. Produk ini sering dijadikan oleh-oleh khas dan memiliki pasar yang cukup stabil, terutama pada momen hari raya.

Kualitas produk memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, terutama pada sektor kuliner tradisional yang mengandalkan cita rasa, kebersihan, dan konsistensi bahan baku sebagai daya tarik utama. Produk yang berkualitas tidak hanya memengaruhi kepuasan konsumen, tetapi juga membentuk persepsi dan kepercayaan terhadap identitas usaha tersebut. Menurut Kotler, produk merupakan segala bentuk tawaran produsen kepada pasar, baik berupa barang maupun jasa, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen.³ Sementara itu, kualitas

² Sumber dari BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Kediri tahun 2025

³ Philip Kotler dan Kevin L. Keller, “*Marketing Management Edisi Ke-15*”, (Jakarta: Person Education Limited, 2016).

produk merupakan karakteristik yang membedakan suatu produk dan menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan konsumen.⁴ Dalam konteks UMKM kuliner, terutama produsen madumongso di Kediri, pemahaman mengenai kualitas produk tidak hanya terbatas pada standar rasa dan tampilan, tetapi juga pada bagaimana pelaku usaha menjaga keaslian cita rasa serta konsistensi produksi agar tetap sesuai dengan harapan konsumen.

Produksi madumongso melibatkan serangkaian proses yang rumit, dimulai dari pemilihan bahan baku hingga pengolahan dan pengemasan. Salah satu tantangan utama bagi produsen madumongso adalah menjaga konsistensi kualitas produk. Selain itu, persaingan dengan produk madumongso lainnya serta meningkatnya tuntutan konsumen akan produk yang higienis dan berkualitas tinggi memaksa produsen untuk terus mengoptimalkan proses produksi mereka. Berbagai masalah, seperti kurangnya standarisasi dalam proses produksi, ketergantungan pada bahan baku yang kualitasnya sering berubah, serta minimnya penggunaan teknologi modern, menjadi hambatan dalam upaya meningkatkan kualitas madumongso. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji pendekatan kualitas produk yang diterapkan oleh para pelaku UMKM produsen madumongso guna mengatasi berbagai tantangan-tantangan tersebut.

Meskipun Kediri dikenal luas sebagai “Kota Tahu”, sejumlah besar UMKM berperan ganda dengan memproduksi madumongso sebagai warisan kuliner dan produk oleh-oleh. Namun, ketergantungan sebagian besar usaha mikro pada resep warisan dan proses tradisional menciptakan

⁴ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan* (Makassar: Global-RCI, 2017)

ketidakseragaman mutu produk. Hal ini dapat menghambat kemampuan mereka mengelola perubahan bahan baku serta memenuhi standar higienitas konsumen yang tinggi. Berikut ini merupakan data UMKM madumongso dari Kabupaten Kediri yang terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri.

Tabel 1.1
Data UMKM Madumongso di Kabupaten Kediri

No	Nama	Alamat
1.	Jenang Ketan Wijen Madumongso Bu Kormen	Dsn. Selatan RT.02/RW05, Ds. Tales, Kec. Ngadiluwih, Kabupaten Kediri
2.	Madumongso Bu Binti	Jl. Raya Dahu No. 123, Dahu, Jatirejo, Kec. Banyakan, Kabupaten Kediri
3.	Pabrik Madumongso	Dsn. Sagi, Ds. Jarak, Kec. Plosoklaten, Kabupaten Kediri
4.	Jenang Dodol Tansu / Madumongso	Dsn. Jambean, Ds. Seketi, Kec. Ngadiluwih, Kabupaten Kediri
5.	Wajik, Tape, Madumongso	Jl. Atmowijoyo, Ds. Ringinsari, Kec. Kandat, Kabupaten Kediri
6.	Madumongso Berkah	Dsn. Sukabumi, Ds. Siman, Kec. Kepung, Kabupaten Kediri
7.	Madumongso Barokah	Dsn. Senowo RT.023/RW.004, Ds. Kencong, Kec. Kepung, Kabupaten Kediri
8.	Madumongso	Dsn. Jarak Lor RT.002/RW.010, Ds. Jarak, Kec. Plosoklaten, Kabupaten Kediri
9.	Madumongso Santri	Ds. Semen, Kec. Semen, Kabupaten Kediri
10.	Madumongso, Jenang Ketan Sari Berkah	Dsn. Ngeluk RT.027/RW.010, Ds. Gambyok, Kec. Grogol, Kabupaten Kediri
11.	Madumongso	Jl. Raya Kertosono, Ds. Purwoasri, Kec. Purwoasri, Kabupaten Kediri
12.	Madumongso Bukna	Dsn. Tanjunganom RT.047/RW.007, Ds. Tunge, Kec. Wates, Kabupaten Kediri

13.	Madumongso Zafran	Jl. Raya Pare RT.025/RW.004, Ds. Tunge, Kec. Wates, Kabupaten Kediri
14.	Madumongso Jeng Indah	Jl. Branjangan, RT.01/RW.01, Pule Utara, Pule, Kec. Kandat, Kabupaten Kediri
15.	Rumah Madumongso	Jl. Pare-Wates, Sumantoro, Ploso Lor, Kec. Plosoklaten, Kabupaten Kediri

Sumber : Data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri⁵

Berdasarkan tabel 1.1, diketahui bahwa terdapat 15 UMKM yang memproduksi madumongso di Kabupaten Kediri. Namun, tidak seluruh unit usaha tersebut memenuhi kriteria untuk dijadikan pembanding dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti menetapkan tiga UMKM sebagai unit pembanding, yaitu Madumongso Bu Binti, Madumongso Jeng Indah, serta Madumongso + Jenang Ketan Sari Berkah. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan kesesuaian data dan kredibilitas informasi, khususnya terkait indikator kualitas produk yang dapat diverifikasi melalui penilaian konsumen. Ketiga UMKM tersebut memiliki rating 4.5 hingga 5.0 pada Google Maps, yang mencerminkan adanya apresiasi positif dan konsisten dari konsumen terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Keberadaan data penilaian publik ini memberikan dasar yang kuat bagi peneliti untuk menilai kualitas produk secara komparatif, sehingga relevan dengan fokus penelitian mengenai peran kualitas produk dalam peningkatan jumlah konsumen. Sebaliknya, beberapa UMKM lain seperti Madumongso Bu Kormen, Pabrik Madumongso, Jenang Ketan Tansu/Madumongso, Madumongso Barokah, Madumongso Santri, dan 6 UMKM sejenis lainnya tidak memiliki identitas usaha yang terdaftar pada

⁵ Data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri, Hasil Observasi Peneliti Pada 16 Oktober 2025.

Google Maps, sehingga tidak tersedia data penilaian konsumen yang dapat digunakan sebagai dasar pembandingan. Ketiadaan jejak digital ini menyebabkan UMKM tersebut tidak memenuhi kriteria kelayakan sebagai unit pembandingan yang valid dalam konteks penelitian. Adapun Rumah Madumongso telah memiliki rating 4.6 pada Google Maps. Namun unit usaha tersebut tidak berfokus pada produksi madumongso saja, melainkan merupakan toko oleh-oleh yang memasarkan berbagai produk lain seperti tahu takwa, getuk pisang, dan stik tahu. Dengan demikian, karakteristik usahanya tidak sejalan dengan kebutuhan penelitian, yang secara spesifik menyoroti kualitas produk madumongso. Berdasarkan pertimbangan tersebut, pemilihan ketiga UMKM tersebut dinilai paling relevan dan memenuhi kriteria kesesuaian data dalam penelitian kualitatif. Pemilihan ini sekaligus memperkuat validitas analisis komparatif mengenai peran kualitas produk dalam meningkatkan jumlah konsumen, khususnya pada UMKM Madumongso Bu Binti sebagai objek utama penelitian. Berikut perbedaan tiga UMKM yg dipilih peneliti dari segi kualitas produk, sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Pembandingan UMKM Madumongso di Kabupaten Kediri

Keterangan	Madumongso Bu Binti	Madumongso Jeng Indah	Madumongso, Jenang Ketan Sari Berkah
Tahun Berdiri	2019	2016	2019
Lokasi	Jl. Raya Dahu No. 123, Dahu, Jatirejo, Kec. Banyakan, Kabupaten Kediri	Jl. Branjangan, RT.01/RW.01, Pule Utara, Pule, Kec. Kandat, Kabupaten Kediri	Dsn. Ngeluk RT.027/RW.010, Ds. Gambyok, Kec. Grogol, Kabupaten Kediri

Produk	Madumongso, ada beberapa produk lain yaitu jenang ketan, tape ketan, wajik, dan jadah atau tetel.	Madumongso	Madumongso, ada beberapa produk lain yaitu jenang ketan, wajik.
Karyawan	7	4	2
Surat NIB	Memiliki	Memiliki	Memiliki
<i>Price</i> (Harga)	Harga per kg mulai Rp. 65.000 – Rp. 85.000	Harga per kg Rp. 75.000	Harga per kg Rp. 60.000
<i>Promotion</i> (Promosi)	Offline, Online	Offline, Online	Offline, Online
Ketahanan Produk	2-3 bulan	1 bulan	1 bulan
Jenis Pengawetan Produk	Alami	Alami	Alami

Sumber : Wawancara Peneliti tanggal 4-5 Oktober 2025 dan 23 Oktober 2025⁶

Berdasarkan informasi yang tertera pada tabel 1.2, hasil wawancara dengan pemilik UMKM menunjukkan bahwa ketiga usaha tersebut memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Peneliti merasa tertarik untuk memilih Madumongso Bu Binti sebagai subjek penelitian karena berbagai keunggulan yang dimilikinya, termasuk kemampuan UMKM Madumongso Bu Binti untuk tetap eksis di tengah pandemi Covid-19. Usaha ini tetap dapat beroperasi selama masa pandemi, bahkan dapat mempertahankan tenaga kerjanya meskipun di masa itu terjadi penyebaran Covid-19 yang meluas. Untuk menjaga kelangsungan usahanya, UMKM Madumongso Bu Binti menerapkan strategi pemasaran baik secara offline maupun online. Dalam sistem pemasaran offline, UMKM Madumongso Bu Binti memiliki toko,

⁶ Wawancara peneliti dengan Bu Binti, pemilik Madumongso Bu Binti, Kediri, 4 Oktober 2025. Wawancara peneliti dengan Bu Indah Zuliana, pemilik Madumongso Jeng Indah, Kediri, 5 Oktober 2025. Wawancara dengan Bu Ambar, pemilik Madumongso, Jenang Ketan Sari Berkah, Kediri, 23 Oktober 2025.

sedangkan untuk pemasaran online, mereka memanfaatkan marketplace seperti Shopee.

Berbagai keunggulan juga dimiliki oleh UMKM Madumongso Bu Binti, di samping tingkat popularitasnya yang tinggi di wilayah Kediri. Produk yang dihasilkan telah dikenal luas oleh masyarakat, baik di daerah setempat maupun di luar kota serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Tidak hanya itu, UMKM Madumongso Bu Binti pernah diliput oleh Trans7, Tribun Jatim dan Kompas Tv. Pengakuan dan liputan dari media massa tersebut mengindikasikan bahwa Madumongso Bu Binti memiliki daya tarik dan nilai jual yang signifikan, sehingga posisinya melampaui UMKM sejenis di wilayah tersebut. Salah satu alasan utama mengapa banyak konsumen menyukai produk Madumongso Bu Binti adalah ciri khas tekstur produknya yang lembut, menjadikannya berbeda dari madumongso lain di pasaran, serta konsistensi cita rasa autentik dari resep turun-temurun yang menjaga keseimbangan rasa manis dan asam khas tape ketan hitam dan putih. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika ciri khas ini menarik perhatian masyarakat, karena Madumongso Bu Binti dinilai memiliki rasa yang lebih lezat dan tekstur yang lebih lembut dibandingkan produk sejenis lainnya. Keunggulan ini berfungsi sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan usaha Madumongso Bu Binti meskipun sempat menghadapi tantangan yang cukup mengasah kemampuan, seperti pada masa pandemi Covid-19. Kini, usaha tersebut telah beroperasi dengan baik dan berkembang lebih cepat dibandingkan sebelumnya.

Jumlah tenaga kerja di Madumongso Bu Binti lebih banyak dibandingkan dengan Madumongso Jeng Indah dan Madumongso, Jenang

Ketan Sari Berkah. Usaha ini merekrut masyarakat setempat sebagai karyawan. Madumongso Bu Binti memiliki berbagai izin, Surat Izin Merek (SIM), PIRT dari Dinas Kesehatan, dan juga telah mendapatkan label Halal dari MUI. Madumongso Bu Binti memiliki kapasitas produksi yang cukup signifikan, dimana rata-rata produksi dalam satu bulan mencapai 1-2 ton. Kapasitas ini meningkat drastis hingga 10-15 ton saat memasuki momen Ramadhan dan Idul Fitri. Meskipun Madumongso Bu Binti berproduksi dalam skala besar, mereka secara konsisten masih mempertahankan metode pengolahan tradisional untuk menjamin cita rasa otentik produk, yang merupakan daya tarik utamanya. Konsistensi dalam menjaga kualitas melalui metode tradisional ini, bahkan dengan volume produksi yang besar, sangat krusial dan diduga kuat memiliki peran penting dalam meningkatkan volume penjualan dan loyalitas mereka terhadap Madumongso Bu Binti.

Tabel 1.3
Data Omzet Penjualan UMKM Madumongso Bu Binti
Tahun 2023 - 2025

No	Tahun	Jumlah Penjualan
1.	2023	Rp 627.032.244
2.	2024	Rp 751.125.661
3.	2025	Rp 1.091.371.987

Sumber : Data Internal Omzet Penjualan UMKM Madumongso Bu Binti.⁷

Berdasarkan data omzet penjualan pada tabel 1.3, UMKM Madumongso Bu Binti selama periode 2023–2025, terlihat adanya perkembangan yang signifikan. Pada tahun 2023 omzet penjualan tercatat

⁷ UMKM Madumongso Bu Binti, “*Data Omzet Penjualan Tahun 2023–2025*” (Dokumen Internal, Tidak Dipublikasikan), Diperoleh pada 23 Februari 2026.

sebesar Rp 627.032.244, kemudian meningkat pada tahun 2024 menjadi Rp 751.125.661. Kenaikan ini terus berlanjut hingga tahun 2025, di mana pendapatan telah mencapai Rp 1.091.371.987. Data tersebut diperoleh dari dokumen internal UMKM yang mencakup penjualan melalui *e-commerce* Shopee serta transaksi offline di toko. Peningkatan omzet penjualan dari tahun ke tahun menunjukkan adanya pertumbuhan minat konsumen terhadap produk madumongso yang dihasilkan.

Kenaikan omzet penjualan ini mengindikasikan bahwa kualitas produk yang ditawarkan UMKM Madumongso Bu Binti memiliki peran penting dalam meningkatkan volume penjualan. Konsistensi rasa, kebersihan proses produksi, serta tampilan kemasan yang semakin baik dan menarik menjadi faktor yang mendorong meningkatnya volume penjualan UMKM Madumongso Bu Binti melalui peningkatan pembelian dan minat beli konsumen. Secara keseluruhan, data tersebut memberikan landasan empiris yang kuat bagi penelitian ini. Peningkatan omzet penjualan yang konsisten mengindikasikan bahwa kualitas produk berperan signifikan dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Madumongso Bu Binti. Hal ini menunjukkan bahwa mutu produk yang terjaga tidak hanya meningkatkan daya tarik di mata konsumen, tetapi juga berperan penting dalam keberlanjutan peningkatan volume penjualan dari tahun ke tahun. Selain itu, jumlah konsumen juga mengalami peningkatan setiap tahunnya sebagaimana terlihat pada tabel berikut sebagai data pendukung.

Tabel 1.4
Jumlah Konsumen UMKM Madumongso Bu Binti

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1.	2022	3.800
2	2023	4.885
3	2024	5.990
4	2025	8.912

Sumber : Observasi peneliti tanggal 23 Februari 2026

Berdasarkan data observasi pada tabel 1.4, terdapat kenaikan jumlah konsumen tiap tahunnya. Data menunjukkan pertumbuhan konsumen yang kuat (dari 3.800 di tahun 2022 menjadi 8.912 di tahun 2025), temuan observasi juga diperkuat oleh ulasan positif dari para pembeli di Shopee. Konsumen menilai bahwa kualitas produk madumongso yang dihasilkan tergolong baik, tercermin dari penilaian yang menyebutkan bahwa rasanya enak, tingkat kemanisannya seimbang, teksturnya lembut, tidak meninggalkan rasa berminyak, serta tidak mengalami kondisi *nglethis* atau kurang matang. Ulasan tersebut memperlihatkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor yang mendorong tingginya minat dan loyalitas konsumen. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berkontribusi terhadap meningkatnya minat beli konsumen. Namun demikian, data jumlah konsumen dalam penelitian ini ditempatkan sebagai informasi pendukung untuk menggambarkan kondisi pasar, sedangkan fokus utama penelitian diarahkan pada perkembangan volume penjualan UMKM Madumongso Bu Binti.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Binti selaku pemilik UMKM Madumongso, diketahui bahwa kualitas produk merupakan aspek yang paling

diutamakan.⁸ Upaya tersebut dimulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas tinggi, seperti beras ketan, kelapa, gula merah, dan gula pasir untuk memastikan mutu produk tetap terjaga. Proses produksi pun masih dipertahankan secara tradisional karena dianggap mampu menjaga keaslian rasa dan tekstur tanpa bergantung pada teknologi modern yang berpotensi mengubah cita rasa. Selain itu, UMKM ini juga tidak menggunakan pengawet buatan dalam proses pengolahannya. Sebagai gantinya, diterapkan teknik penyimpanan tertentu agar produk dapat bertahan hingga tiga bulan tanpa tambahan bahan kimia. Keistimewaan madumongso yang dihasilkan terlihat dari teksturnya yang lembut, rasa yang khas, serta kualitas rasa yang konsisten sejak awal, sehingga menjadi alasan utama konsumen terus memilih produk tersebut. Hal ini menjadi salah satu keunikan Madumongso Bu Binti untuk mempertahankan kualitas produk, sehingga konsumen tidak berpaling ke merek lain. UMKM ini memang sudah populer di Kediri, serta sudah terdaftar di katalog UMKM resmi pemerintah (DISKOPUSMIK). Hal tersebut dibuktikan dengan tingginya tingkat kepuasan pelanggan yang menunjukkan kepercayaan terhadap kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM Madumongso Bu Binti.

Berdasarkan artikel penelitian sebelumnya oleh Abdul Hafiz, Dita Febrianti, dan Ramayanto (dalam jurnal berjudul “Analisis Produksi dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Permen Susu Sapi Khas Sumbawa”)⁹ serta Kiki Permana dan Unang Toto Handiman

⁸ Wawancara peneliti dengan Bu Binti, pemilik UMKM Madumongso Bu Binti, Kediri, 4 Oktober 2025.

⁹ Abdul Hafiz Dita Febrianti, Ramayanto, “Analisis Produksi dan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Permen Susu Sapi Khas Sumbawa (Studi Pada Desa

(dalam jurnal berjudul “Analisis Pengendalian Proses Produksi dan Kualitas Bahan Baku untuk Meningkatkan Kualitas Produk Simping Kaum Mekar Rasa di Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Purwakarta”)¹⁰ lebih menekankan aspek produksi, kualitas bahan baku, dan rekomendasi perbaikan penyimpanan serta pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM secara umum, dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Sementara itu penelitian oleh Muhammad Haris dan Isnaini Hijriyah Kurniasari (dalam jurnal berjudul “Analisa Kualitas Produk pada UMKM Kripik Singkong”)¹¹ menemukan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk kripik singkong, namun terbatas pada analisis kualitatif tanpa eksplorasi secara mendalam peran kualitas produk terhadap peningkatan volume penjualan UMKM. Dengan demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM secara kontekstual dan mendalam, khususnya pada UMKM Madumongso Bu Binti di Kediri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut melalui analisis kualitatif mendalam yang berfokus pada peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan dengan pendekatan yang lebih komprehensif dan sesuai dengan kondisi lapangan.

Meskipun data ini membuktikan keberhasilan, dibutuhkan penelitian kualitatif untuk menggali lebih dalam bagaimana dan mengapa kualitas produk

Penyaring Kecamatan Moyo Utara Kabupaten Sumbawa),” *Jurnal Cahaya Mandalika* 5, no. 1 (2022), <https://doi.org/https://doi.org/10.36312/jcm.v5i2.2974>.

¹⁰ Unang Toto Handiman Kiki Permana, “Analisis Pengendalian Proses Produksi dan Kualitas Bahan Baku Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Simping Kaum Mekar Rasa di Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Purwakata,” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 8, no. 2 (2025): 408–23, <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.5649>.

¹¹ Muhamad Haris and Isnaini Hijriyah Kurniasari, “Analisa Kualitas Produk Pada UMKM Kripik,” *Jurnal Ikrath Ekonomika* 6, no. 2 (2023): 373–79.

mampu meningkatkan volume penjualan pada UMKM Madumongso Bu Binti. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi UMKM Madumongso Bu Binti di Dusun Dahu Desa Jatirejo Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk pada UMKM Madumongso Bu Binti di Dusun Dahu Desa Jatirejo Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Madumongso Bu Binti di Dusun Dahu Desa Jatirejo Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti rumuskan, maka dalam penelitian ini memiliki beberapa tujuan diantaranya :

1. Untuk mengetahui kualitas produk pada UMKM Madumongso Bu Binti di Dusun Dahu Desa Jatirejo Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri.
2. Untuk menganalisis peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Madumongso Bu Binti di Dusun Dahu Desa Jatirejo Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan

mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Kegunaan Secara Teoritis

a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah. Terutama pada kajian mengenai peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa mendatang.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan peneliti mengenai penerapan kualitas produk sebagai strategi peningkatan volume penjualan pada UMKM.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi UMKM Madumongso Bu Binti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi UMKM Madumongso Bu Binti dalam upaya mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas produk madumongso guna mendukung peningkatan volume penjualan serta keberlangsungan usaha.

b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pemerintah, khususnya instansi terkait dalam merumuskan kebijakan serta program pembinaan UMKM yang berfokus pada peningkatan kualitas produk untuk mendukung

peningkatan volume penjualan dan daya saing UMKM.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya kualitas produk sebagai pertimbangan dalam memilih produk UMKM, serta mendorong peningkatan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap produk lokal.

E. Penelitian Terdahulu

1. Edy Santoso, Erna Nurzainul Hakimah, Sigit Ratnanto dengan Judul “Perspektif Pelaku UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas (Studi Kasus Usaha Tahu Bapak Matnuri)”

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur primer kualitas tahu sesuai dengan harapan pelanggan serta menggunakan harga yang terjangkau sehingga pelanggan merasa bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan.¹²

Persamaan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada metode penelitian, yaitu menggunakan kualitatif dan pembahasan mengenai kualitas produk. Perbedaannya, terletak pada fokus kajian dan objek penelitian. Penelitian terdahulu memfokuskan kajian pada kepuasan dan

¹² Edy Santoso, Ema Nurzainul Hakimah, and Sigit Ratnanto, “Perspektif Pelaku UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas (Studi Kasus Usaha Tahu Bapak Matnuri),” *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 2023, 1–10.

loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian ini memfokuskan pada peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan. Selain itu, objek penelitian berbeda, yaitu Usaha Tahu Bapak Matnuri dan UMKM Madumongso Bu Binti.

2. Sari Nurrohmah Yuniarti dengan Judul “Strategi Perbaikan Kualitas Produk dan Pelayanan Usaha Mikro Kecil Menengah di Masa Pandemi Covid-19 (Studi di Kota Bengkulu)”

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa selama masa pandemi covid-19, para pelaku UMKM menerapkan strategi untuk menjaga kelangsungan usaha yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen, maupun delivery order dan memperhatikan kualitas produk, sehingga konsumen dapat mempercayai dan memilih kualitas produk yang baik.¹³

Persamaan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada metode penelitian, yaitu menggunakan kualitatif serta kesamaan pembahasan mengenai kualitas produk. Perbedaannya, penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada pelayanan UMKM serta perbaikan kualitas produk dalam menjaga keberlangsungan usaha. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan.

3. Mukharomah Eliawati dengan Judul “Analisis Pemilihan Bahan Baku Dalam Mempertahankan Kualitas Produk Tahu Takwa di MJS Kota

¹³ Sari Nurrohmah Yuniarta, “*Strategi Perbaikan Kualitas Produk dan Pelayanan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid-19 (Studi di Kota Bengkulu)*”, (Skripsi : IAIN BENGKULU, 2021).

Kediri”

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pemilihan bahan baku di MJS Kota Kediri pada kacang kedelai saat terjadi masalah kenaikan harga dan ketersediaan, pemilik lebih memilih untuk mencampurkan kedua jenis kedelai yaitu kedelai lokal dan kedelai impor. Pemilihan bahan baku yang ditentukan oleh pemilik, dapat mempertahankan kualitas produk tahu takwa di MJS Kota Kediri yang meliputi tingkat kepadatan, adanya bau asam, penampilan, cita rasa, dan daya tahan tahu yang tetap sama.¹⁴

Persamaan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada metode penelitian, yaitu menggunakan kualitatif. Perbedaannya, terletak pada pembahasan mengenai pemilihan bahan baku pada kualitas produk tahu takwa. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha madumongso.

4. Verry Aldian Saputra dengan Judul “Peran Manajemen Produksi Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Tahu Takwa (Studi UMKM Gedange Tahu Takwa Kelurahan Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri)”

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan fungsi-fungsi manajemen produksi, seperti perencanaan produksi, pengendalian proses, pemeliharaan mesin, serta pelatihan karyawan, berkontribusi secara

¹⁴ Mukharomah Eliawati, “*Analisis Pemilihan Bahan Baku Dalam Mempertahankan Kualitas Produk Tahu Takwa di MJS Kota Kediri*”, (Skripsi : IAIN KEDIRI, 2024).

signifikan terhadap peningkatan kualitas tahu takwa. Selain itu, pedoman operasional, pemanfaatan perlindungan pribadi, serta implikasi 5R secara efektif juga menunjukkan pengaruh positif terhadap stabilitas kualitas barang.¹⁵

Persamaan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada metode penelitian, yaitu menggunakan kualitatif. Perbedaannya, terletak pada pembahasan mengenai peran manajemen produk dalam meningkatkan kualitas produk tahu takwa. Sedangkan, penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha madumongso.

5. Asmariyah dengan Judul “Peran Difrensiasi Produk dan Kualitas Produk Pada Home Industry Tumpeng Rumah Ola Terhadap Daya Saing Usaha”
 Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa diferensiasi dan kualitas produk berperan penting dalam usaha kuliner. Diferensiasi dilakukan melalui penyajian produk yang unik dan kreatif serta konsistensi cita rasa, sedangkan kualitas produk dijaga melalui penggunaan bahan baku berkualitas dan perhatian terhadap nilai estetika. Penerapan strategi tersebut mampu meningkatkan kepuasan konsumen serta menjaga daya saing dan keberlangsungan usaha.¹⁶

¹⁵ Verry Aldian Saputra, “*Peran Manajemen Produksi Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Tahu Takwa (Studi UMKM Gedange Tahu Takwa Kelurahan Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri)*”, (Skripsi : IAIN KEDIRI, 2025).

¹⁶ Asmariyah, “*Peran Difrensiasi Produk dan Kualitas Produk Pada Home Industry Tumpeng Rumah Ola Terhadap Daya Saing Usaha*”, (Skripsi : UIN SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN, 2023).

Persamaan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada metode penelitian, yaitu menggunakan kualitatif. Perbedaannya, terletak pada pembahasan mengenai peran diferensiasi produk dan kualitas produk terhadap daya saing usaha pada Home Industry Rumah Tumpeng Ola. Sedangkan, penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Madumongso Bu Binti.