

# Penerapan Prinsip Fokus pada Pelanggan terhadap Kualitas Produk UMKM Kacang Oven Asin Banyuwangi

Fiki Halimatus Sa'diyah \*<sup>1</sup>

Alfi Nur Diana <sup>2</sup>

Adel Lia Rahmayani <sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi, Indonesia

\*e-mail: [halimatusfiqi01@gmail.com](mailto:halimatusfiqi01@gmail.com)<sup>1</sup>, [alfinurdianna03@gmail.com](mailto:alfinurdianna03@gmail.com)<sup>2</sup>, [rahmadeliaa05@gmail.com](mailto:rahmadeliaa05@gmail.com)<sup>3</sup>

## Abstrak

*Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut UMKM untuk menjaga kualitas produk sesuai harapan pelanggan, namun banyak UMKM masih menghadapi masalah ketidakstabilan mutu produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip fokus pada pelanggan (customer focus) dalam menjaga kualitas produk pada UMKM Kacang Oven Asin Dua Putri di Desa Pakistaji. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri atas pemilik UMKM, konsumen, dan pihak toko. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan customer focus dilakukan melalui pemahaman kebutuhan pelanggan, penyesuaian rasa dan kerenyahan produk berdasarkan umpan balik konsumen, komunikasi yang responsif, serta pengawasan ketat terhadap proses produksi dan pengemasan. Temuan ini menunjukkan bahwa fokus pada pelanggan berperan penting dalam menjaga kualitas rasa, kemasan, dan konsistensi produk, meskipun masih terdapat tantangan pada stabilitas daya tahan produk. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa penerapan prinsip customer focus mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi UMKM pangan lokal dalam mengelola kualitas produk secara berkelanjutan berbasis kebutuhan pelanggan.*

**Kata kunci:** *customer focus, kualitas produk, UMKM Pangan*

## Abstract

*Increasing business competition requires MSMEs to maintain product quality in accordance with customer expectations; however, many MSMEs still face problems related to inconsistent product quality. This study aims to analyze the implementation of the customer focus principle in maintaining product quality at Dua Putri Salted Oven Peanut MSME in Pakistaji Village. This research employs a qualitative method with a phenomenological study approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving the MSME owner, consumers, and a retail partner. The results indicate that customer focus is implemented through understanding customer needs, adjusting taste and texture based on consumer feedback, responsive communication, and strict supervision of production and packaging processes. The findings reveal that customer focus plays a significant role in maintaining taste quality, packaging, and product consistency, although challenges remain regarding product shelf life stability. This study concludes that the implementation of customer focus enhances customer satisfaction and loyalty. The implications of this research provide practical insights for local food MSMEs in managing sustainable product quality based on customer-oriented strategies.*

**Keywords:** *customer focus, food MSMEs, product quality*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia. Pada tahun 2025, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 65 juta unit usaha dan berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap 97% tenaga kerja nasional. Kontribusi tersebut menegaskan bahwa UMKM tidak lagi dipandang sebagai sektor ekonomi pelengkap, melainkan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional. Kondisi ini sejalan dengan proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia yang relatif stabil pada kisaran 5,2% (Jaya Wiranto, 2025).

Pada tingkat daerah, Kabupaten Banyuwangi menunjukkan kinerja ekonomi yang positif melalui penguatan sektor pariwisata, ekonomi kreatif, dan UMKM. Pertumbuhan ekonomi Banyuwangi pada triwulan II tahun 2025 tercatat sebesar 5,85% (yoy), melampaui rata-rata

pertumbuhan Provinsi Jawa Timur maupun nasional. Peningkatan ini mengindikasikan peran strategis UMKM sebagai motor penggerak Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Namun demikian, pertumbuhan jumlah UMKM tidak selalu diiringi dengan kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan, khususnya dalam menjaga kualitas produk dan orientasi terhadap pelanggan.

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, pelanggan tidak hanya menilai produk dari aspek rasa, tetapi juga memperhatikan kebersihan, kemasan, konsistensi mutu, daya tahan produk, serta kesesuaian dengan kebutuhan mereka. Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Santoso et al (2023) membuktikan bahwa peningkatan kualitas produk mampu mendorong pembelian ulang dan memperkuat kepercayaan konsumen. Namun, Permata Rahmi (2025) menemukan bahwa banyak UMKM masih mengalami kendala dalam menerapkan orientasi pelanggan secara konsisten akibat keterbatasan pengetahuan dan minimnya evaluasi terhadap preferensi konsumen.

Prinsip fokus pada pelanggan (*customer focus*) merupakan bagian penting dari konsep *Total Quality Management* (TQM) yang menempatkan pelanggan sebagai pusat pengambilan keputusan organisasi. Goetsch dan Davis (dalam Izar & Yahya, 2022) menegaskan bahwa pemenuhan kebutuhan pelanggan mencakup aspek produk, pelayanan, harga, keamanan, dan ketepatan waktu. Meskipun demikian, pada praktiknya masih banyak UMKM pangan lokal yang belum memiliki mekanisme sistematis dalam mengintegrasikan umpan balik pelanggan ke dalam proses produksi dan pengendalian kualitas.

UMKM Kacang Oven Asin Dua Putri di Desa Pakistaji merupakan salah satu UMKM pangan lokal yang berupaya mempertahankan kualitas produk di tengah persaingan pasar. Produk ini memiliki cita rasa khas dan diminati masyarakat, namun masih menghadapi permasalahan seperti ketidakstabilan rasa, tekstur yang kurang konsisten, serta daya tahan produk yang relatif rendah. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kualitas produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, penerapan prinsip *customer focus* menjadi penting untuk memastikan produk mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip fokus pada pelanggan (*customer focus*) dalam menjaga kualitas produk pada UMKM Kacang Oven Asin Dua Putri di Desa Pakistaji. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian manajemen mutu berbasis orientasi pelanggan serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas produk dan daya saing usaha secara berkelanjutan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, sebagaimana digunakan dalam penelitian-penelitian terdahulu yang menelaah kualitas produk dan orientasi pelanggan pada UMKM secara kontekstual. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali secara mendalam proses penerapan prinsip fokus pada pelanggan dalam praktik operasional UMKM, yang belum banyak dikaji secara rinci pada penelitian sebelumnya. Lokasi penelitian ditetapkan pada UMKM Kacang Oven Asin Dua Putri di Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi, yang dipilih secara purposif karena relevan dengan permasalahan ketidakstabilan kualitas produk dan kepuasan pelanggan sebagaimana diidentifikasi oleh Purnomo & Hidayatullah (2024) dan Indah Lupitasari et al (2023). Subjek penelitian ditentukan melalui purposive sampling, meliputi pemilik atau pengelola UMKM, karyawan, konsumen, serta pihak toko atau pedagang yang menjual produk. Pemilihan informan tersebut bertujuan untuk memperoleh sudut pandang yang komprehensif mengenai penerapan *customer focus* dari sisi produsen maupun pelanggan. Objek penelitian mencakup seluruh aktivitas yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan, sesuai dengan konsep *customer focus* dalam Total Quality Management (Izar dan Yahya, 2022).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi, sebagaimana pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya untuk menganalisis kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Wawancara digunakan

untuk menggali pemahaman pelaku usaha terhadap kebutuhan konsumen, pengelolaan umpan balik pelanggan, serta strategi menjaga kualitas produk. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses produksi, pengemasan, dan pelayanan pelanggan guna memastikan kesesuaian antara pernyataan informan dan praktik di lapangan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat temuan empiris. Prosedur intervensi dalam penelitian ini bersifat non-eksperimental, yaitu menganalisis praktik yang telah berjalan tanpa memberikan perlakuan khusus. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan model Miles dan Huberman, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memperkuat dan melengkapi temuan penelitian terdahulu terkait peran fokus pada pelanggan dalam menjaga kualitas produk dan loyalitas konsumen UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip fokus pada pelanggan (*customer focus*) pada UMKM Kacang Oven Asin Dua Putri di Desa Pakistaji telah dijalankan, namun masih berada pada tataran hubungan interpersonal dan belum terintegrasi secara utuh ke dalam sistem manajemen mutu operasional yang formal dan terstandarisasi. Orientasi pelanggan tercermin dari adanya komunikasi langsung antara owner dengan konsumen serta toko mitra melalui WhatsApp dan sistem titip jual, penerimaan umpan balik pelanggan, serta respons yang relatif cepat terhadap keluhan. Praktik tersebut menunjukkan bahwa pelanggan telah menjadi perhatian utama dalam aktivitas pelayanan, meskipun belum sepenuhnya dijadikan dasar dalam pengelolaan kualitas produk secara sistematis.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa UMKM Kacang Oven Asin Dua Putri telah memiliki pemahaman terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan, khususnya yang berkaitan dengan rasa, tingkat kerenyahan, dan daya tahan produk. Pemahaman ini diperoleh melalui interaksi langsung dengan konsumen dan mitra penjualan. Temuan tersebut sejalan dengan konsep *customer focus* dalam Total Quality Management (TQM) yang menempatkan pelanggan sebagai sumber utama informasi dalam perbaikan kualitas, serta mendukung hasil penelitian (Hanifah & Raharja, 2025) yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap preferensi pelanggan menjadi dasar peningkatan kualitas produk UMKM kuliner. Namun demikian, dalam konteks penelitian ini, pemahaman tersebut belum diterjemahkan secara konsisten ke dalam standar produksi yang terdokumentasi, sehingga pengaruhnya terhadap kestabilan kualitas produk masih terbatas.

Dalam praktik pelayanan, UMKM menunjukkan kemampuan merespons keluhan dan masukan pelanggan secara cepat dan fleksibel. Respons ini mencerminkan orientasi pelanggan yang kuat dalam aspek pelayanan. Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa pola respons tersebut masih bersifat reaktif dan belum mampu mencegah terjadinya ketidakkonsistenan kualitas produk antar batch. Variasi rasa, kerenyahan, dan daya tahan produk menunjukkan bahwa perhatian terhadap pelanggan belum sepenuhnya diinternalisasi ke dalam proses produksi sebagai langkah pencegahan jangka panjang. Temuan ini selinier dengan penelitian Putri et al (2025) yang menegaskan bahwa loyalitas pelanggan UMKM lebih banyak ditentukan oleh konsistensi kualitas produk dibandingkan kecepatan respons pelayanan semata.

Selain itu, UMKM Kacang Oven Asin Dua Putri mampu menarik dan mempertahankan pelanggan melalui cita rasa khas produk serta komunikasi yang intens dan bersifat personal. Hubungan yang terjalin antara owner, konsumen, dan toko mitra menunjukkan adanya upaya menjaga kedekatan dan keberlanjutan hubungan usaha. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya mempertahankan pelanggan tersebut belum sepenuhnya ditopang oleh sistem kualitas yang stabil dan dapat diandalkan. Hal ini memperkuat temuan (Cahyono & Fahmi, 2022) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dibangun melalui interaksi, tetapi juga melalui kepercayaan terhadap konsistensi kualitas produk.

Dari sisi kualitas produk, Kacang Oven Asin Dua Putri dinilai memiliki cita rasa yang disukai konsumen dan telah memenuhi fungsi utamanya sebagai camilan gurih dan praktis. Namun, masih ditemukan kelemahan berupa ketidakkonsistenan kualitas antar batch yang berkaitan dengan rasa, kerenyahan, dan daya tahan produk. Kondisi ini menunjukkan belum

optimalnya pengendalian kualitas akibat ketiadaan standarisasi resep, proses produksi, serta pengawasan batch yang baku. Ketidakkonsistenan tersebut berpotensi memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dalam jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Yusman et al., 2025) yang menekankan bahwa konsistensi kualitas dan inovasi produk merupakan faktor penting dalam menjaga loyalitas konsumen UMKM pangan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip *customer focus* pada UMKM Kacang Oven Asin Dua Putri telah menjadi bagian dari budaya usaha pemilik, namun belum terinternalisasi dalam sistem manajemen mutu yang formal dan berkelanjutan. Orientasi pelanggan masih dijalankan sebagai respons interpersonal terhadap konsumen, bukan sebagai mekanisme pengendalian kualitas yang terstruktur. Oleh karena itu, untuk menjaga kualitas produk secara konsisten dan mempertahankan loyalitas pelanggan, UMKM perlu mengintegrasikan orientasi pelanggan ke dalam sistem operasional melalui pendokumentasian umpan balik pelanggan (*voice of customer*), standarisasi proses dan resep produksi, serta pengendalian kualitas berbasis batch. Dengan demikian, *customer focus* tidak hanya berfungsi sebagai respons pelayanan, tetapi juga menjadi fondasi dalam pengelolaan kualitas produk secara berkelanjutan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup kajian yang hanya mencakup satu UMKM, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Selain itu, penelitian ini belum melibatkan pengukuran kuantitatif terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan maupun pengujian teknis kualitas produk. Meskipun demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam memperkaya kajian mengenai penerapan *customer focus* pada UMKM pangan lokal dengan menekankan pentingnya integrasi orientasi pelanggan ke dalam sistem manajemen mutu operasional.

## Gambar



Gambar 1. (a) produk dan kemasan (b) proses produksi (c) interaksi dengan mitra

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip fokus pada pelanggan (*customer focus*) pada UMKM Kacang Oven Asin Dua Putri di Desa Pakistaji telah dijalankan dan menjadi bagian dari budaya usaha pemilik, terutama melalui komunikasi langsung dengan konsumen dan toko mitra, penerimaan umpan balik, serta respons yang cepat terhadap keluhan. Orientasi pelanggan tersebut terbukti mampu membangun kedekatan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Namun demikian, penerapan *customer focus* masih berada pada tataran interpersonal dan belum terintegrasi secara utuh ke dalam sistem manajemen mutu operasional yang formal dan terstandarisasi. Hal ini tercermin dari masih ditemukannya ketidakkonsistenan kualitas produk antar batch, khususnya terkait rasa, kerenyahan, dan daya tahan produk, yang menunjukkan bahwa perhatian terhadap pelanggan belum sepenuhnya dijadikan dasar dalam pengendalian kualitas produksi. Kelebihan dari UMKM ini terletak pada kedekatan relasional dengan pelanggan dan kemampuan merespons kebutuhan pasar secara cepat, sedangkan kelemahannya adalah belum adanya standarisasi proses produksi, dokumentasi umpan balik pelanggan, serta pengawasan kualitas yang sistematis. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa *customer focus* yang efektif tidak hanya membutuhkan interaksi yang baik dengan pelanggan, tetapi juga harus diinternalisasi ke dalam sistem operasional melalui standarisasi

resep dan proses produksi, pencatatan voice of customer, serta pengendalian kualitas berbasis batch agar kualitas produk dapat dijaga secara konsisten. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak UMKM sejenis serta menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan secara lebih objektif, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan memberikan kontribusi yang lebih luas bagi pengembangan manajemen mutu UMKM pangan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, N. E., & Fahmi, S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS KONSUMEN (Pengguna Platform Aplikasi Marketplace di Kota Malang). *JEMBA Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 503–516. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/2605%0Ahttps://www.bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/download/2605/1890>
- Hanifah, S., & Raharja, I. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, dan Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus UMKM Kuliner Kabupaten Cianjur). *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(3), 1905–1916. <https://doi.org/10.54082/jupin.1471>
- Indah Lupitasari, Suci Putri Lestari, & Barin Barlian. (2023). Pengaruh Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada UMKM Warung Ohay. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 265–284. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i3.260>
- Izar, S., & Yahya, M. R. (2022). Pengaruh Kepemimpinan, Fokus Pada Pelanggan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Dan Pengendalian Dan Proses Monitoring Berkualitas Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Umkm Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 7(1), 66–82. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v7i1.21056>
- Jaya Wiranto. (2025). *Wow! Infografis Peta Ekonomi Indonesia 2025: Bagaimana Koperasi dan UMKM Mendominasi?* Alokop.Id. <https://alokop.id/peta-ekonomi-indonesia-2025-umkm-koperasi/>
- Permata Rahmi, P. (2025). Model Peningkatan Kinerja UMKM melalui Inovasi Digital Marketing pada UMKM Kuliner di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 5(2), 144–158.
- Purnomo, N., & Hidayatullah, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus UMKM pada Soto Ayam Haji Karim). *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 7(2), 394–410. <https://doi.org/10.36815/bisman.v7i2.3204>
- Putri, R. D., Maison, W., Alfiana, Y., Deslanisa, M., Fitriani, G., & Nurlisafani, N. (2025). Strategi Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Produk Pada Umkm Kota Solok. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2(4), 2627–2635. <https://doi.org/10.70248/jmie.v2i4.2747>
- Santoso, E., Nurzainul Hakimah, E., Ratnanto Universitas Nusantara PGRI Kediri, S., Ahmad Dahlan No, J. K., Kediri, K., & Timur, J. (2023). 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*, 591–600.
- Yusman, F. N., Hafidz, A., Huda, M., & Huda, S. M. (2025). *YUME: Journal of Management Analisis Inovasi dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada UMKM Tahu Krispi Ajib Pamanukan*. 8(2), 444–451.