

ANALISIS KUALITAS PRODUK KRIPIK SINGKONG

Paduloh *¹

Program Studi Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Bekasi, Indonesia

202210215050@mhs.ubharajaya.ac.id

M. Idrus Satria

Program Studi Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Bekasi, Indonesia

202210215047@mhs.ubharajaya.ac.id

Ega Jerilian

Program Studi Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Bekasi, Indonesia

paduloh@dns.ubharajaya.ac.id

Abstract

One effort to increase agricultural yields from cassava or cassava ingredients is to process them into various kinds of preparations, one of which is cassava chips. There are many MSMEs that produce cassava chips as a business, this can result in an increase in the selling value of the cassava or cassava plants. . In order for the value of sales of cassava chips to increase, it is necessary to improve the quality of the cassava chip products. The increase in cassava chips can result in increased satisfaction from consumers who buy the cassava chips product. This can ultimately have an impact in terms of increasing sales of cassava chips. Increasing sales of cassava chips can provide benefits for MSMEs and can increase the selling power of cassava sendiri or cassava chips.

Keywords: Product Quality, Cassava Chips.

Abstrak

Salah satu usaha untuk meningkatkan hasil pertanian dari bahan singkong atau ubi kayu yaitu mengolahnya untuk dijadikan berbagai macam olahan, Salah satunya yaitu keripik singkong. Terdapat banyak UMKM yang memproduksi keripik singkong menjadi usaha, hal ini dapat mengakibatkan peningkatan nilai jual dari tanaman singkong atau ubi kayu tersebut. Agar nilai dari penjualan keripik singkong tersebut semakin meningkat maka diperlukan peningkatan kualitas dari produk keripik singkong tersebut. Peningkatan dari keripik singkong dapat mengakibatkan peningkatan kepuasan dari konsumen yang membeli produk keripik singkong tersebut. Hal ini akhirnya dapat mempengaruhi dalam segi peningkatan penjualan keripik singkong, peningkatan penjualan keripik singkong dapat memberikan keuntungan bagi UMKM serta dapat meningkatkan daya jual dari singkong sendiri atau keripik singkong tersebut.

Kata kunci: Kualitas Produk, Keripik Singkong.

¹ Korespondensi Penulis

PENDAHULUAN

Singkong dapat menjadi komoditas yang berpotensi untuk meningkatkan kebutuhan dari sumber daya pangan yang bergizi, singkong dapat menjadi alternatif atau variasi baru yang dapat dikembangkan di Indonesia karena singkong dapat tumbuh dengan baik di Indonesia. Terdapat banyak petani singkong di Indonesia namun para petani tersebut mendapatkan hasil dari pertaniannya tersebut cenderung tidak maksimal Hal ini dikarenakan hasil dari panen yang didapatkan merupakan hasil dari penjualan singkong mentah yang langsung dijual kepada pembeli tanpa adanya proses pengolahan hal ini mengakibatkan pendapatan yang didapatkan oleh petani singkong cenderung lebih kecil. Padahal terdapat banyak macam olahan yang berbahan baku singkong, singkong tersebut dapat dijadikan olahan makanan yang tidak hanya lezat namun juga bernilai gizi tinggi. Apabila dalam pengolahan singkong menggunakan cara yang baik dan benar maka industri makanan singkong akan memiliki banyak kegunaan. Oleh sebab itu singkong haruslah dapat menjadi komoditas yang pemanfaatannya lebih dikembangkan lagi Hal ini dikarenakan singkong adalah salah satu sumber daya pangan Indonesia dan merupakan sumber daya alam yang jumlahnya sangat besar di Indonesia.

Indonesia adalah negara dengan tingkat produsen singkong terbesar nomor lima di dunia. Dalam catatannya Indonesia dapat memproduksi singkong pada kisaran tahun 2020 menginjak angka 18,3 juta singkong. Terdapat banyak penghasil singkong di Indonesia setidaknya terdapat 13 provinsi yang menjadi sentra produksi singkong yang terbesar di Indonesia. Penghasil singkong terbesar di Indonesia terdapat di provinsi Lampung Daerah istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, dan Jawa Tengah. Dengan banyaknya sumber daya singkong tersebut hal ini menjadikan singkong sebagai alternatif pangan yang dapat digunakan sebagai pengganti nasi, selain digunakan untuk pengganti nasi singkong juga dapat digunakan untuk produk lain seperti cemilan dalam bentuk keripik singkong, getuk dan lain-lain.

Meski demikian produk yang sering digemari oleh masyarakat adalah keripik singkong, hal ini dikarenakan keripik singkong dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat baik masyarakat dari kalangan dewasa, hingga anak-anak (Mahardika, 2017). Hal tersebut dikarenakan harga dari keripik singkong yang relatif terjangkau serta rasa dari keripik singkong tersebut dapat dinikmati oleh berbagai kalangan yang mengakibatkan keripik singkong begitu digemari oleh masyarakat. Hal lain yang membuat keripik singkong menjadi makanan yang sangat digemari yaitu keripik singkong dapat dijumpai di berbagai tempat dan mudah untuk didapatkan oleh masyarakat. Kripik singkong ini dapat digunakan sebagai teman untuk menonton televisi atau digunakan sebagai cemilan pendamping saat meminum kopi. Hal ini membuktikan bahwa keripik singkong merupakan makanan yang dapat dinikmati oleh berbagai generasi.

Kripik singkong yang dihasilkan harus diolah dengan sedemikian rupa agar dapat berkualitas tinggi dan bercita rasa yang dapat dinikmati oleh banyak orang. Rasa dan kualitas dari keripik singkong dapat mempengaruhi kepuasan dari seorang konsumen sebagai contoh apabila keripik terlalu asin maka tidak dapat dinikmati oleh beberapa kalangan masyarakat yang tidak menyukai asin atau apabila keripik singkong tersebut memiliki potongan terlalu tebal maka keripik akan terasa lebih keras dan tidak dapat dinikmati oleh anak kecil atau orang yang sudah tua. Sebaliknya apabila keripik yang dihasilkan terlalu tipis maka keripik tersebut akan semakin rentan apabila terkena gesekan atau tekanan dari berbagai hal

dan hal ini akan mengakibatkan keripik singkong menjadi lebih mudah remuk dan tidak enak untuk dikonsumsi.

Dalam berwirausaha kepuasan konsumen adalah sesuatu yang penting karena dengan semakin besarnya kepuasan konsumen akan menjadikan suatu usaha semakin berkembang. Apabila produk yang ditawarkan kepada konsumen merupakan produk dengan kualitas yang tinggi maka kepuasan konsumen akan dapat dicapai. Apabila suatu produk yang dihasilkan dapat memuaskan seorang pelanggan maka kemungkinan konsumen tersebut akan melakukan pembelian kembali suatu produk tersebut dan akhirnya akan mengakibatkan keuntungan bagi suatu usaha. Sebaliknya apabila mutu suatu produk yang ditawarkan berkualitas rendah maka para konsumen dapat memilih produk lain yang dinilai lebih baik dari produk tersebut (Sari, 2020). Terdapat banyak produsen yang membuat model produk yang terlihat mirip namun kualitas yang diberikan sangat jauh berbeda maka dari itu sebagai seorang konsumen haruslah lebih dapat memilih suatu produk yang ingin dibeli dan memiliki kualitas yang baik (Haris, 2023).

Dari uraian tersebut menunjukkan bahwa suatu produk harus memiliki kualitas yang baik karena hal ini penting dalam hal kepuasan konsumen yang dapat mengakibatkan kenaikan atau penurunan dari penjualan. Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana hubungan dari kualitas keripik singkong dengan kepuasan konsumen.

PEMBAHASAN

Produk Berbahan Dasar Singkong.

Singkong adalah salah satu tanaman yang berbentuk umbi, akar dari umbi singkong ini berbentuk akar tunggang yang dapat bercabang dan membesar. Cabang dari umbi akar ini yang akan berkembang dan akhirnya dimanfaatkan oleh manusia untuk dikonsumsi atau diolah lebih lanjut. Umbi singkong berbentuk lonjong dengan ujung yang berbentuk kerucut sedangkan bagian tengah umbi mengembang daging dari umbi singkong tersebut berwarna putih agak kekuningan dan bertekstur padat serta keras. Dalam menentukan kualitas singkong yang baik seorang petani dapat mengukurnya dengan dilihat dari umur singkong tersebut karena kualitas singkong dapat dilihat atau dipengaruhi oleh umur.

Singkong pada umumnya sering dijumpai sebagai bahan dasar olahan makanan khas dari daerah atau pedesaan. Walaupun sekarang ini banyak pengusaha memilih untuk membuat olahan makanan yang berbahan dasar dari ketela pohon atau singkong namun perusahaan tersebut masih berfokus untuk membuat singkong dapat lebih dinikmati oleh banyak orang serta memiliki nilai jual yang layak. Maka secara tidak langsung singkong dapat dikategorikan sebagai makanan atau bahan baku suatu produk yang memiliki nilai jual yang kurang atau rendah. Padahal singkong adalah sumber daya alam yang sangat bermanfaat dan memiliki banyak kegunaan baik untuk dikonsumsi maupun hal lainnya, maka dari itu singkong seharusnya dapat bernilai jual lebih di pasaran.

Di negara Indonesia singkong merupakan hasil alam yang berpotensi sehingga dapat digunakan sebagai sumber pangan karbohidrat dari satu daerah ke daerah lain. Sumber daya pangan karbohidrat biasanya didapatkan dari jenis tanaman sereal, buah-buahan serta umbi-umbian yang berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan pangan bagi penduduk. Karena Indonesia memiliki daerah yang sangat luas maka sumber daya pangan di setiap daerah akan memiliki perbedaan antara satu daerah dengan daerah

yang lain oleh sebab itu setiap daerah musti memiliki potensi sumber daya pangan masing-masing hal ini akan menyebabkan ketahanan pangan bagi masyarakat Indonesia di berbagai daerah. Dalam pemenuhan kebutuhan pangan yang baik maka ketahanan pangan pada suatu negara merupakan syarat penting untuk tercapainya hal tersebut, terdapat beberapa syarat terpenuhinya kebutuhan pangan yang baik yaitu dari segi kualitas keterjangkauan, keamanan kualitas dan keadilan hal ini harus merata serta mudah untuk diakses semua kalangan masyarakat.

Maka dari itu singkong adalah hasil alam yang seharusnya lebih dapat digunakan sebagai bahan pangan untuk meningkatkan pemenuhan kebutuhan pangan di Indonesia. Singkong umumnya dapat dijadikan berbagai macam olahan seperti tepung mocaf, tepung gaplek, tepung tapioka, jajanan pasar serta dapat juga diolah sebagai keripik singkong. Salat hatu makanan yang terbuat dari singkong atau ketela pohon dan menjadi kegemaran bagi sebagian masyarakat Indonesia yaitu adalah keripik singkong. Hal tersebut disebabkan oleh rasa dan tekstur dari keripik singkong yang mudah dinikmati oleh berbagai kalangan. Produk keripik singkong ini dapat digunakan untuk semakin meningkatkan harga jual tanaman singkong, semakin tinggi permintaan dari keripik singkong maka hal tersebut juga akan berdampak pada nilai jual dari singkong sendiri (Reihan et al., 2022).

Keripik singkong juga dapat digunakan sebagai komoditas ekspor yang sangat menjanjikan bagi negara Indonesia. Indonesia adalah salah satu negara produsen singkong terbesar di dunia maka apabila hal ini dimanfaatkan dengan baik akan memberikan satu nilai lebih bagi Indonesia. Dengan demikian maka nilai jual dari singkong akan semakin bertambah Hal ini dikarenakan terdapat kegiatan atau pengolahan yang dapat merubah bentuk dari bentuk primer yaitu bahan mentah yang berupa singkong menjadi produk yang dapat bernilai lebih dalam segi ekonomis setelah melalui berbagai proses pengolahan yang akhirnya akan membentuk satu harga yang lebih tinggi dari harga sebelumnya (Sulaiman & Natawidjaja, 2018).

Kualitas Produk

Dalam pebergasilan suatu perusahaan modern produk merupakan salah satu instrument yang penting agar perusahaan dapat meraih keberhasilan dan kemakmuran. Produk merupakan semua hal yang dapat dimanfaatkan dan ditawarkan oleh suatu perusahaan atau oleh seseorang dan memiliki nilai jual dan manfaat baik produk yang ditawarkan berupa benda berwujud maupun benda tidak berwujud. Produk yang berbentuk benda berwujud dapat berupa benda yang bermanfaat atau produk makanan sedangkan produk yang tidak berwujud dapat berupa jasa yang ditawarkan dan hanya dapat dirasakan manfaatnya. Dalam menawarkan sebuah produk sebuah perusahaan hendaklah menawarkan benda atau produk yang menarik, mempunyai manfaat atau mutu, dan mempunyai penampilan yang enak untuk dipandang. Selain itu sebuah produk dapat lebih optimal dalam penawarannya apabila memiliki merek dagang yang lebih dikenal atau mudah diingat dan dikenali. Dalam meningkatkan penjualan suatu produk kualitas dari suatu produk adalah hal yang sangat penting ini dikarenakan kualitas produk dapat mempengaruhi secara langsung kepada kepuasan pembeli produk (Yafie et al., 2016). Kualitas produk adalah suatu karakteristik dari suatu jasa atau produk yang dapat memberikan hasil dari kinerja suatu perusahaan yang sesuai atau bahkan melebihi dari yang diinginkan oleh konsumen dalam memberikan

kualitas produk yang baik suatu produk telah disesuaikan dengan kebutuhan dari pelanggan dan bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dari pelanggan (Dahlani & Ahwal, 2021).

Dalam hubungannya dengan produk makanan terdapat 4 dimensi dalam menentukan kualitas suatu produk makanan tersebut yaitu freshness atau kesegaran, presentation atau tampilan, taste atau rasa, dan inovatif food atau inovasi makanan.

1. Kesegaran adalah suatu unsur yang melihat kesegaran dari suatu produk makanan. Dalam suatu produk kesegaran merupakan faktor yang sangat diperlukan untuk menjaga kualitas dari produk atau makanan yang akan dibuat hal tersebut dapat berpengaruh terhadap kualitas dari suatu produk. maka dari itu dalam penyajian suatu produk makanan haruslah mencapai standar dalam pelayanan suatu produk tersebut.
2. Presentation atau tampilan atau bentuk dari suatu penghidangan makanan. Penyajian makanan ini merupakan bentuk keberhasilan dalam penyajian makanan dan dikemas dengan sedemikian rupa agar dapat mengambil hati pelanggan dan menimbulkan persepsi bahwa kualitas dalam suatu produk tersebut merupakan produk yang.
3. Taste merupakan suatu rasa dari produk makanan yang diproduksi. Rasa dari makanan dapat berpengaruh kepada penjualan suatu produk apabila rasa dari suatu produk tersebut enak dan dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Namun dalam penilaian rasa setiap konsumen dapat berbeda-beda tergantung dari budaya dan lokasi geografis konsumen tersebut. Maka dari itu pengusaha harus dapat memberikan rasa yang dapat dinikmati oleh semua kalangan.
4. Inovatif food adalah suatu keahlian di dalam memberikan inovasi dalam berbagai hal untuk memberikan sebuah produk yang memiliki perbedaan dari produk-produk yang ada. Proses inovasi dari suatu produk dapat dilakukan dengan meninggalkan, mencari dan mengeksplorasi untuk dapat menghasilkan produk baru, bentuk baru teknik baru serta pasar Baru (Yafie et al., 2016).

Penghitungan Harga Pokok Produksi

Dalam memproduksi suatu produk perusahaan memerlukan suatu informasi yang berguna untuk mengetahui berapa besar biaya yang digunakan dalam satu proses produksi serta untuk menetapkan berapa harga atau biaya yang. Dalam menentukan harga pokok produksi suatu barang maka bahan dan alat yang digunakan akan sangat mempengaruhi harga jual suatu penentuan harga pokok produksi sangat berguna untuk mengetahui biaya produksi yang digunakan serta dapat mengetahui berapa besar harga jual yang akan didapatkan dari suatu proses produksi tersebut. Dalam penentuan harga pokok produksi terdapat beberapa metode yang digunakan dalam menentukan harga pokok produksi yaitu metode full costing dan metode variabel costing. Dalam metode full costing penentuan harga pokok produksi didapat dari perhitungan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi (Mariani et al., 2019).

Unsur yang mencakup dalam perhitungan metode full costing yaitu adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx

Biaya overhead pabrik variabel xxx
 Biaya overhead pabrik tetap xxx +
 Harga pokok produk xxx

Contoh perhitungan metode full costing yaitu sebagai berikut

Pada tahun 2023 UMKM Sidomulyo memproduksi keripik singkong sebanyak 1000 kg biaya bahan baku yang digunakan dalam produksi keripik singkong tersebut yaitu sebesar Rp 20.000.000 sedangkan biaya tenaga kerja langsung yang digunakan pada produksi keripik singkong tersebut yaitu sebesar Rp 10.000.000. Dalam proses produksi keripik singkong terdapat dua biaya overhead pabrik yang digunakan, yaitu biaya overhead pabrik variabel dan biaya overhead pabrik tetap. Biaya overhead pabrik yang digunakan oleh UMKM Sidomulyo pada tahun 2023 yaitu sebesar Rp 5.000.000. sedangkan biaya overhead pabrik tetap yang digunakan pada produksi tahun 2023 yaitu sebesar Rp 7.000.000. sehingga perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode full costing pada UMKM Sidomulyo adalah sebagai berikut:

Table 1 Harga Pokok Produksi

Keterangan	Total Biaya
Biaya Bahan Baku	Rp 20.000.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 10.000.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	Rp 5.000.000
Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp 7.000.000
Jumlah Total	Rp 42.000.000
Harga Pokok Produksi	Rp 42.000

Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa harga pokok produksi untuk tahun 2023 yaitu 42.000.000 sehingga harga pokok produksi per kilo dari produksi keripik singkong pada tahun 2023 yaitu 42.000 hasil ini didapatkan dari 42.000.000 dibagi dengan 1000 kg keripik singkong yang diproduksi pada tahun 2023.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan sebuah perasaan atau ungkapan senang bahkan kecewa dari seseorang yang muncul akibat adanya perbandingan antara harapan dari seorang konsumen dan suatu produk yang dimanfaatkan atau dikonsumsi. Apabila kualitas dari produk yang dirasakan oleh seseorang konsumen tersebut dirasa melebihi dari harapan konsumen maka seorang konsumen tersebut dianggap puas terhadap produk yang telah diterima sedangkan apabila produk yang dikonsumsi kurang atau tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut dianggap tidak puas terhadap produk yang telah diterima. Hal ini dikarenakan kepuasan merupakan suatu penghormatan atau cara untuk menghormati apa yang diinginkan oleh seorang konsumen. Namun kepuasan konsumen ini hanyalah sebuah persepsi yang diberikan oleh konsumen yang telah menggunakan produk atau jasa yang

diberikan. Maka setiap konsumen akan memberikan penilaian yang berbeda-beda dari satu produk yang diberikan.

Dalam memberikan kepuasan kepada konsumen terdapat beberapa dimensi untuk menghasilkan sebuah kepuasan tersebut, dimensi tersebut yaitu:

1. Harapan (expectation). Merupakan kemampuan dari sebuah perusahaan untuk memberikan penyesuaian kepada konsumen untuk suatu produk atau jasa yang diinginkan konsumen agar produk tersebut dapat memuaskan atau dapat sesuai dengan keinginan dari konsumen.
2. Penyampaian produk atau jasa yang dirasakan. Yaitu sebuah kemampuan dari pemberi produk sebagai pelayanan kepada seorang konsumen pada saat memberikan penjualan atau pelayanan kepada konsumen atas suatu produk atau jasa yang disediakan.
3. Konfirmasi atau diskonfirmasi. Merupakan suatu kemampuan dari perusahaan untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan dari konsumen yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa dan memberikan produk yang sesuai dengan janji perusahaan agar konsumen tersebut merasa puas terhadap produk tersebut.
4. Perilaku mengeluh. Hal ini dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan dapat mendapatkan masukan dari setiap pelanggan dan perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dari yang sebelumnya.

Terdapat beberapa faktor yang menentukan kepuasan atau tidaknya konsumen yaitu adalah sebagai berikut:

1. Product and service features. Merupakan suatu kepuasan dari konsumen berdasarkan suatu produk atau jasa yang berdasarkan evaluasi yang dilakukan oleh konsumen. Konsumen akan melakukan perbandingan berbagai fitur dari jasa atau produk yang didapatkan seperti harga dan kualitas produk atau keramahan dari pelayanan suatu perusahaan. Hal ini tergantung dari tipe produk yang dilakukan oleh seorang konsumen.
2. Consumer emotions. Suasana hati dari seorang konsumen juga dapat mempengaruhi penilaian kepuasan dari seorang konsumen. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh suasana hati dari seorang konsumen karena apabila saat menggunakan suatu produk seorang konsumen merasa senang maka seorang konsumen tersebut akan cenderung memberikan penilaian yang positif terhadap suatu produk, begitupun sebaliknya.
3. Attributes for service success or failure. Atribut yang diberikan oleh suatu jasa atau barang yang didapatkan oleh seorang konsumen dapat mempengaruhi persepsi atau kepuasan seorang konsumen. Atribut ini tidak banyak akan memberikan hal positif namun juga dapat berpengaruh negatif terhadap penilaian konsumen apabila atribut yang diberikan tidak sesuai dengan standar konsumen.
4. Reception of equity or fairness. Kepuasan dari pelanggan juga dipengaruhi berdasarkan persepsi atas keadilan dan kewajaran menurut pelanggan. Pelanggan akan cenderung membandingkan pelayanan terhadap dirinya dengan pelanggan yang lain apakah pelanggannya lain mendapatkan harga yang lebih murah daripada dirinya atau pelanggan yang lain diberikan pelayanan yang

lebih dari yang didapatkan. Hal ini jelas akan mempengaruhi kepuasan dari pelanggan tersebut apabila pelanggan merasa tidak mendapatkan pelayanannya sama dengan pelanggan yang lain.

5. Other consumers, family members or coworkers. Selain dari dalam diri seorang konsumen itu sendiri kepuasan dari konsumen dapat ditentukan dari luar konsumen itu sendiri baik itu berdasarkan pengaruh dari keluarga atau teman dekat atau orang yang dapat mempengaruhi pelanggan tersebut (Ruslim, 2016).

Kualitas Produk Kripik Singkong Terhadap Kepuasan Konsumen

Konsumen dapat dikatakan merasa puas apabila pelanggan tersebut dapat melakukan pembelian berulang kepada satu produk secara rutin. Dalam pembentukan kepuasan pelanggan harus dimulai dengan cara suatu perusahaan harus memberikan produk yang sesuai dengan ekspektasi dari pelanggan atau memberikan produk dengan kualitas yang unggul agar pelanggan merasa puas dengan barang atau jasa yang disajikan oleh perusahaan tersebut. Kepuasan seorang pelanggan dimulai dari penilaian yang dilakukan oleh pelanggan tersebut kepada suatu produk atau jasa yang berdasarkan dengan ekspektasi dari pelanggan, apakah suatu barang atau jasa itu memenuhi ekspektasi seorang pelanggan atau tidak apabila tidak memenuhi standar maka seorang konsumen akan merasa kurang puas dengan produk yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Begitu juga sebaliknya apabila pelanggan merasa barang atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dirasa lebih baik atau sesuai dengan ekspektasi pelanggan tersebut maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan atau barang dan jasa yang diberikan.

Pada saat ini kualitas produk harus lebih baik dikarenakan banyak sekali pesaing dalam suatu bisnis. Suatu perusahaan harus dapat memberikan penawaran produk yang lebih berkualitas serta memiliki nilai lebih yang dapat membedakan produknya dengan produk pesaing. Dengan kualitas yang baik maka konsumen akan lebih menyukai atau lebih senang untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Maka dari itu kualitas produk yang diberikan oleh suatu perusahaan haruslah kualitas yang baik agar konsumen yang membeli produk tersebut merasa puas dan akan terus membeli produk tersebut.

Sehubungan dengan itu pada penelitian yang dilakukan oleh (Afnina & Hastuti, 2018) yang berjudul pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, menyebutkan bahwa terdapat sifat keeratan hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Selain itu disebutkan juga bahwa kualitas dari suatu produk dapat berpengaruh secara signifikan terhadap suatu penilaian kepuasan seorang pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dari produk yang ditawarkan haruslah berkualitas bagus atau dapat memenuhi standar dari seorang pelanggan agar pelanggan tetap akan terus membeli produk pada perusahaan tersebut.

Selain itu juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Husnul (2020) yang berjudul pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan disebutkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu kualitas pelayanan serta harga juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka dari itu kepuasan pelanggan tidak hanya didapatkan dari kualitas produk namun juga dari berbagai hal seperti kualitas pelayanan serta harga.

Apabila dihubungkan dengan kualitas produk dari kripik singkong maka kripik singkong yang dihasilkan atau diproduksi haruslah memiliki kualitas yang bagus agar para konsumen merasa puas dan

mau membeli kembali produk keripik singkong tersebut. Karena kualitas dari suatu produk sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Dan akan mengakibatkan kenaikan dari omset atau untung suatu perusahaan. Selain itu apabila produk keripik singkong tersebut dapat terjual dengan baik di pasaran maka singkong akan dapat menjadi sumber daya yang dapat lebih di pertimbangkan oleh masyarakat luas.

KESIMPULAN

Dari penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu hal yang sangat penting agar dapat meraih keberhasilan dalam suatu perusahaan. Kualitas produk merupakan suatu karakteristik dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang akan memberikan kinerja yang sesuai atau melebihi dari ekspektasi konsumen. Hal ini sangat penting karena apabila pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk yang ditawarkan maka konsumen tersebut akan cenderung membeli kembali produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan, hal ini akan memberikan keuntungan bagi sebuah perusahaan tersebut. Dalam hubungannya dengan kualitas produk keripik singkong maka keripik singkong tersebut harus memiliki kualitas yang baik agar dapat bersaing dengan produk-produk yang lain di pasaran. Hal ini bertujuan agar keripik singkong memiliki konsumen yang dapat meningkatkan penjualan keripik singkong tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Dahliani, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–189.
- Haris, M., & Kurniasari, I. H. (2023). *Analisa Kualitas Produk Pada Umkm Kripik Singkong*. 6(2), 373–379. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Afnina, A., Hasuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Dahliani, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–189.
- Haris, M., & Kurniasari, I. H. (2023). *Analisa Kualitas Produk Pada Umkm Kripik Singkong*. 6(2), 373–379. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. 9(1), 21–30.
- Husnul, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Shopee Di Pt. Biro Klasifikasi Indonesia Jakarta Utara). *Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.*, 1-21
- Mahardika, W. P. (2017). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Keripik Singkong (Kasus pada Usaha Mikro Turbo Sakti, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur). *Skripsi Universitas Brawijaya*
- Mariani, P. L., Meitriana, M. A., & Zukhri, A. (2019). Penerapan Metode Full Costing Sebagai Dasar Dupa Pada Ud Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1).

- Reihan, N. D., Daima, A. S., Lulviana, D. L., & Rahmadewi, Y. M. (2022). *Pengembangan Produk Olahan Pangan Singkong*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Ruslim, T. S., Rahardjo, M. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1996), 51–65.
- Sari, D. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Singkong Cipta Rasa Di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Palalawan. *Skripsi Universitas Islam Riau Pekanbaru*
- Sulaiman., & Natawidjaja, R. S. (2018). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Keripik SINGKONG (Studi Kasus Sentra Produksi Keripik Singkong Pedas di Kelurahan Setiamanah, Kecamatan Cimahi Tengah, Kota Cimahi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 5(1).
- Yafie, A. S., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). The Effect Of Product Quality And Service Quality On Customer Satis-faction (Study on Customers of Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Business Administration (JAB)*, 35(2), 11–19.
- Paduloh, P., Yunita, I. & Purba, H. H. ANALISIS KEBERLANJUTAN KELAPA SAWIT SEBAGAI IMPLIKASI PENURUNAN HARGA KELAPA SAWIT DAERAH SEI KEPAYANG MEDAN. *Jurnal Teknik Industri* vol. 15 (2020).