BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk mampu mempertahankan kualitas produk agar tetap diminati konsumen. Persaingan usaha yang semakin berkembang membuat setiap pelaku bisnis harus memiliki strategi yang tepat untuk menjaga keberlangsungan usahanya. Menurut Prianta, P. A., & Sulistyawati, A. (2023) kuliner daerah menjadi salah satu sektor usaha yang memiliki potensi besar karena mempunyai cita rasa khas serta nilai budaya yang kuat. Selain menjadi bagian dari identitas daerah, kuliner tradisional juga memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat maupun wisatawan. Namun, perkembangan zaman membuat konsumen semakin selektif dalam memilih makanan, baik dari segi rasa, kebersihan, pelayanan, kenyamanan tempat, hingga inovasi produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha kuliner untuk mampu beradaptasi dan melakukan inovasi agar tetap mampu bersaing di tengah banyaknya usaha kuliner modern maupun tradisional.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo, A., & Wibowo, S. (2021), kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan karena konsumen cenderung mempertimbangkan kualitas rasa, kebersihan, serta konsistensi produk sebelum melakukan pembelian ulang. Selain itu, penelitian lain juga menjelaskan bahwa kualitas produk yang baik mampu menciptakan kepuasan konsumen sehingga berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan dalam usaha kuliner.

Empal Gentong H. Apud merupakan salah satu kuliner khas daerah yang cukup dikenal masyarakat. Keberhasilan usaha tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh cita rasa tradisional yang khas, tetapi juga strategi inovasi kualitas produk yang dilakukan agar tetap mampu bersaing dengan usaha kuliner lainnya. Inovasi kualitas produk menjadi penting karena dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen dan menciptakan daya saing usaha. Strategi inovasi tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas bahanbaku, menjaga konsistensi rasa, memperbaiki pelayanan, menjaga

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

kebersihan tempat usaha, hingga melakukan pengembangan produk sesuai kebutuhan konsumen saat ini. Dengan adanya inovasi yang tepat, usaha kuliner tradisional dapat tetap diminati oleh berbagai kalangan masyarakat.

Loyalitas konsumen merupakan kondisi ketika pelanggan memiliki ketertarikan untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus serta merekomendasikan produk kepada orang lain. Loyalitas pelanggan menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha karena konsumen yang loyal akan membantu meningkatkan penjualan. Penelitian sebelumnya menjelasakan bahwa sebuah warung makan mampu bertahan puluhan tahun karena menjaga cita rasa resep keluarga agar tidak berubah (Marlina dan Susanto, 2022).

Penelitian Yudistira et al. (2026) pada usaha kuliner tradisional menunjukkan bahwa cita rasa autentik, kebersihan, dan konsistensi penyajian membentuk kepuasan konsumen yang mendorong pembelian ulang. Syabillah et al. (2026) juga menemukan bahwa UMKM kue bertahan di tengah persaingan dengan mengandalkan kualitas dan konsistensi rasa serta loyalitas pelanggan. Pelaku usaha perlu menjaga kualitas produk secara konsisten agar konsumen tetap merasa puas dan tidak mudah beralih kepada produk pesaing.

Dalam dunia bisnis kuliner, kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor utama yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut Utami, F. et al. (2026). Konsumen yang merasa puas terhadap kualitas rasa, pelayanan, serta pengalaman saat membeli produk cenderung akan kembali melakukan pembelian ulang. Strategi inovasi kualitas produk menjadi langkah penting yang harus dilakukan oleh pelaku usaha kuliner daerah agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dan menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi inovasi kualitas produk yang diterapkan oleh Empal Gentong H. Apud dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

Selain kualitas produk, pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi loyalitas konsumen dalam usaha kuliner. Pelayanan yang baik dapat memberikan kesan positif kepada pelanggan sehingga konsumen merasa nyaman dan puas ketika melakukan pembelian. Bentuk pelayanan yang

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

baik dapat dilihat dari keramahan karyawan, kecepatan penyajian makanan, kemampuan dalam merespons kebutuhan pelanggan, serta kebersihan lingkungan usaha. Dalam usaha kuliner tradisional, pelayanan yang memuaskan mampu menciptakan hubungan emosional antara konsumen dan pelaku usaha sehingga pelanggan lebih tertarik untuk kembali membeli produkyang ditawarkan (Sari, D. P, 2021). Dengan demikian, kualitas pelayanan perlu diperhatikan secara maksimal agar dapat mendukung terciptanya loyalitas konsumen secara berkelanjutan.

Di tengah perkembangan bisnis kuliner modern, usaha kuliner tradisional dituntut untuk mampu mempertahankan ciri khas sekaligus melakukan inovasi agar tidak tertinggal oleh perkembangan pasar. Inovasi tidak selalu berarti mengubah produk secara keseluruhan, tetapi dapat dilakukan dengan mempertahankan cita rasa tradisional sambil meningkatkan kualitas penyajian, kemasan, maupun pelayanan kepada pelanggan. Inovasi yang tepat akan memberikan nilai tambah bagi konsumen tanpa menghilangkan identitas asli dari kuliner daerah tersebut (Wahyuni, S., & Sara, I. M., 2020).

Strategi inovasi menjadi langkah penting dalam mempertahankan daya saing usaha kuliner tradisional di tengah perubahan selera dan kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang. Konsumen pada masa sekarang tidak hanya mempertimbangkan rasa makanan, tetapi juga memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan oleh pelaku usaha. Penggunaan bahan baku yang segar dan berkualitas akan memengaruhi cita rasa makanan serta tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, kebersihan dalam proses pengolahan makanan juga menjadi perhatian utama konsumen karena berkaitan dengan kesehatan dan kenyamanan. Apabila pelaku usaha mampu menjaga kualitas bahan baku dan kebersihan produk secara konsisten, maka kepercayaan konsumen terhadap usaha tersebut akan meningkat. Kepercayaan yang tinggi dari konsumen dapat menjadi salah satu
faktor terbentuknya loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Strategi inovasi kualitas produk juga dapat dilakukan melalui pemanfaatan media sosial dan perkembangan teknologi digital sebagai sarana promosi usaha kuliner. Saat ini, banyak konsumen mencari informasi mengenai

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

makanan melalui media sosial sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memanfaatkan platform digital untuk memperkenalkan produk, memberikan informasi menu, serta membangun komunikasi dengan pelanggan. Promosi yang menarik dan interaktif dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Selain itu, media sosial juga dapat membantu usaha kuliner tradisional menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin modern.

Loyalitas konsumen tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses yang dipengaruhi oleh pengalaman positif konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Konsumen yang merasa puas terhadap kualitas rasa, pelayanan, harga, dan kenyamanan tempat akan cenderung melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Bahkan, pelanggan yang loyal biasanya akan merekomendasikan produk kepada orang lain secara sukarela. Hal tersebut tentu memberikan keuntungan bagi pelaku usaha karena dapat membantu meningkatkan jumlah pelanggan tanpa memerlukan biaya promosi yang besar (Soegoto, A. S. 2020) . Oleh sebab itu, pelaku usaha perlu menjaga kualitas produk dan pelayanan secara konsisten agar hubungan baik dengan konsumen tetap terjalin dengan baik.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kajian pada strategi inovasi kualitas produk yang dilakukan oleh Empal Gentong H. Apud dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian ini penting dilakukan karena usaha kuliner tradisional perlu memiliki strategi yang tepat agar mampu bertahan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui bagaimana bentuk inovasi kualitas produk yang diterapkan, faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi, serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi pelaku usaha kuliner daerah lainnya dalam mengembangkan strategi inovasi kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Persaingan usaha kuliner yang semakin meningkat membuat pelaku

usaha harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen secara lebih mendalam. Menurut Maimunah, S. (2019). konsumen saat ini cenderung memilih tempat makan yang tidak hanya menawarkan rasa yang enak, tetapi juga memberikan pengalaman yang nyaman dan memuaskan. Pelaku usaha perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dengan adanya evaluasi tersebut, pelaku usaha dapat mengetahui kekurangan yang perlu diperbaiki sehingga kualitas produk tetap terjaga dan mampu memenuhi harapan konsumen. Upaya menjaga kualitas secara konsisten menjadi salah satu strategi penting dalam membangun loyalitas pelanggan pada usaha kuliner tradisional.

Selain menjaga kualitas produk, menurut Apriyani, D. A. (2022). pelaku usaha juga perlu memperhatikan kepuasan konsumen sebagai bagian penting dalam keberlangsungan usaha. Kepuasan konsumen dapat tercipta apabila produk dan pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan. Konsumen yang merasa puas biasanya akan memiliki hubungan emosional terhadap suatu produk sehingga cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Dalam usaha kuliner daerah, kepuasan konsumen menjadi faktor penting karena dapat membantu mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin modern. Dengan demikian, inovasi kualitas produk dan pelayanan perlu dilakukan secara terus-menerus agar konsumen tetap merasa puas dan loyal terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan berbagai penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa strategi inovasi kualitas produk memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada usaha kuliner daerah. Inovasi yang dilakukan tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga mencakup pelayanan, kebersihan, kenyamanan, serta kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi inovasi kualitas produk pada Empal Gentong H. Apud menjadi penting untuk dilakukan agar dapat mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan serta menjaga keberlangsungan usaha kuliner tradisional di tengah persaingan bisnis

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

yang semakin kompetitif. (Kotler & Keller, 2016).

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi inovasi yang diterapkan oleh Empal Gentong Haji Apud untuk meningkatkan loyalitas kuliner khas Cirebon?
2. Bagaimana kualitas produk Empal Gentong Haji Apud berdasarkan persepsi pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi inovasi yang diterapkan oleh Empal Gentong Haji Apud dalam meningkatkan loyalitas konsumen terhadap kuliner khas Cirebon.
2. Untuk mengetahui kualitas produk Empal Gentong Haji Apud berdasarkan persepsi pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman, serta pemahaman peneliti mengenai strategi inovasi kualitas produk dan loyalitas konsumen pada usaha kuliner daerah, khususnya melalui penelitian secara langsung di lapangan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi Empal Gentong H. Apud dalam meningkatkan kualitas produk, pelayanan, serta strategi inovasi agar mampu mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan daya saing usaha.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai pentingnya kualitas produk dan pelayanan dalam usaha kuliner daerah sehingga konsumen mendapatkan produk yang sesuai dengan harapan dan kepuasan mereka.
4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi ilmiah dan sumber pembelajaran bagi mahasiswa maupun pihak akademik yang ingin melakukan penelitian terkait strategi inovasi kualitas produk dan loyalitas konsumen pada bidang usaha kuliner.
5. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan inovasi kualitas produk, loyalitas konsumen, maupun pengembangan usaha kuliner tradisional.

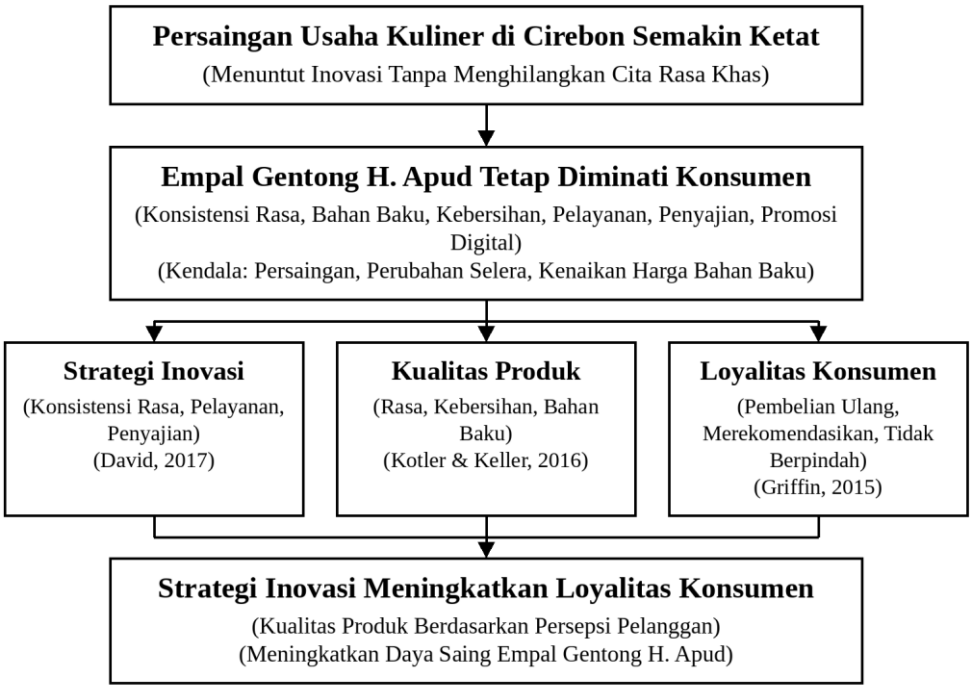
UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menjelaskan bahwa strategi inovasi kualitas produk memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada usaha kuliner daerah Empal Gentong H. Apud. Strategi inovasi dilakukan melalui peningkatan kualitas rasa, penggunaan bahan baku yang baik, kebersihan produk, pelayanan yang memuaskan, serta pengembangan penyajian produk agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Upaya tersebut bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan sehingga konsumen merasa nyaman dan tertarik untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Konsumen yang merasa puas juga cenderung merekomendasikan produk kepada orang lain dan tidak mudah berpindah ke produk pesaing. Dengan demikian, semakin baik strategi inovasi kualitas produk yang diterapkan, maka loyalitas konsumen terhadap Empal Gentong H. Apud juga akan semakin meningkat sehingga usaha dapat mempertahankan daya saing dan keberlangsungan bisnis di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat (Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2019).

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran



F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian yang dilakukan peneliti. Selain itu, penelitian terdahulu juga bertujuan untuk memperkuat landasan teori dan menunjukkan adanya keterkaitan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan mengenai strategi inovasi kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada usaha kuliner daerah.

Penelitian yang dilakukan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam dunia usaha kuliner, kualitas produk menjadi faktor penting karena konsumen cenderung memilih produk yang memiliki rasa, kebersihan, dan pelayanan yang baik. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen terhadap suatu usaha kuliner (K

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Penelitian yang dilakukan oleh Fandy Tjiptono menjelaskan bahwa loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Konsumen yang merasa puas akan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk kepada orang lain. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa kualitas produk yang konsisten mampu menciptakan hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan konsumen sehingga loyalitas pelanggan dapat terus meningkat

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Suryana menjelaskan bahwa inovasi produk menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan daya saing usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Inovasi tidak hanya dilakukan pada bentuk produk, tetapi juga dapat berupa inovasi pelayanan, penyajian, serta strategi pemasaran. Dalam usaha kuliner tradisional, inovasi perlu dilakukan tanpa menghilangkan ciri khas produk agar tetap mampu menarik minat konsumen dari berbagai kalangan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa inovasi yang dilakukan secara tepat dapat meningkatkan minat beli dan loyalitas konsumen terhadap suatu produk kuliner.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Jill Griffin yang menjelaskan bahwa loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten terhadap suatu produk atau jasa. Loyalitas pelanggan terbentuk karena adanya pengalaman positif yang dirasakan konsumen ketika menggunakan suatu produk. Dalam usaha kuliner, pengalaman tersebut dapat berupa kualitas rasa makanan, pelayanan yang ramah, harga yang sesuai, serta kenyamanan tempat usaha. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa usaha yang mampu menjaga kualitas produk dan pelayanan secara konsisten akan lebih mudah mempertahankan loyalitas konsumennya (Griffin, 2015).

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaaan
1	Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2016)	Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik studi literatur dan analisis teori pemasaran mengenai kualitas produk dan loyalitas konsumen. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen karena pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang pada produk yang memiliki kualitas baik.	**Persamaan:** Sama-sama membahas kualitas produk dan loyalitas konsumen. **Perbedaan:** Penelitian terdahulu membahas pemasaran secara umum, sedangkan penelitian ini fokus pada usaha kuliner daerah Empal Gentong H. Apud.
2	Fandy Tjiptono (2019)	Menggunakan metode Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui observasi dan kajian teori mengenai kepuasan serta loyalitas pelanggan. Kualitas produk dan pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan dalam suatu	**Persamaan:** Sama-sama membahas loyalitas konsumen dan kualitas produk. **Perbedaan:** Penelitian terdahulu lebih fokus pada kepuasan konsumen, sedangkan penelitian ini fokus pada strategi inovasi kualitas produk.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

No	Penulis dan Tahun	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaaan
		usaha.	
3	Suryana (2017)	Menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi pada pelaku usaha. Inovasi produk dapat meningkatkan daya saing usaha dan mempertahankan minat konsumen terhadap suatu produk.	**Persamaan:** Sama-sama membahas inovasi produk dalam usaha. **Perbedaan.** Penelitian terdahulu membahas usaha umum, sedangkan penelitian ini fokus pada kuliner daerah.
4	Jill Griffin (2015)	Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis perilaku pelanggan terhadap loyalitas konsumen. Loyalitas pelanggan terbentuk karena adanya kepuasan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan pelaku usaha.	**Persamaan:** Sama-sama membahas loyalitas konsumen. **Perbedaan:** Penelitian terdahulu membahas loyalitassecara umum, penelitian ini fokus pada Empal Gentong H. Apud.
5	Buchari Alma (2018)	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui observasi lapangan dan	**Persamaan**: Sama-sama membahas strategi usaha dan loyalitas pelanggan.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

No	Penulis dan Tahun	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaaan
		studi pustaka terkait strategi pemasaran. Strategi pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli dan loyalitas pelanggan.	**Perbedaan**: Penelitian terdahulu membahas pemasaran secara luas, penelitian ini lebih spesifik pada inovasi kualitas produk kuliner daerah.
6	Moleong (2018)	Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan fokus pada pemahaman fenomena sosial secara mendalam melalui wawancara dan observasi. Pendekatan kualitatif mampu menjelaskan fenomena sosial dan perilaku konsumen secara mendalam.	**Persamaan**: Sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. **Perbedaan**: Penelitian terdahulu membahas metode penelitian, sedangkan penelitian ini membahas strategi inovasi kualitas produk.
7	Kotler & Gary Armstrong (2018)	Menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik studi literatur mengenai kualitas produk, pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, pelayanan, dan inovasi usaha	**Persamaa**: Sama-sama membahas kualitas produk dan kepuasan pelanggan. **Perbedaan**: Penelitian terdahulu membahas bisnis secara umum, penelitian ini fokus pada usaha kuliner

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

No	Penulis dan Tahun	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaaan
			tradisional.
8	Freddy Rangkuti (2016)	Menggunakan metode penelitian kualitatif melalui studi pustaka dan analisis strategi bisnis dalam meningkatkan daya saing usaha. Strategi inovasi usaha menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing bisnis.	**Persamaan:** Sama-sama membahas strategi inovasi usaha. Perbedaan: Penelitian terdahulu membahas strategi bisnis umum, sedangkan penelitian ini fokus pada loyalitas konsumen kuliner daerah.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menguraikan suatu fenomena berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan secara sistematis dan mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha mendeskripsikan bagaimana strategi inovasi kualitas produk yang diterapkan oleh Empal Gentong H. Apud dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian deskriptif tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, melainkan lebih menekankan pada pemahaman terhadap suatu fenomena sosial yang terjadi secara nyata di lingkungan penelitian. Oleh karena itu, metode ini dianggap sesuai untuk menggambarkan kondisi usaha kuliner daerah secara lebih rinci dan mendalam.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif karena penelitian ini berfokus pada pemahaman terhadap perilaku, pengalaman, serta pandangan informan mengenai strategi inovasi kualitas produk dan loyalitas konsumen. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh data secara langsung melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih lengkap dan mendalam. Data yang dihasilkan dalam penelitian kualitatif umumnya berbentuk kata-kata, penjelasan, dan informasi yang berasal dari hasil interaksi langsung dengan informan di lapangan.

Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara menyeluruh dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks yang alamiah (Moleong, 2018). Pendapat tersebut menunjukkan bahwa penelitian kualitatif sangat tepat digunakan untuk memahami fenomena strategi inovasi kualitas produk yang dilakukan oleh pelaku usaha kuliner daerah dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian studi kasus karena penelitian difokuskan pada satu objek tertentu, yaitu Empal Gentong H. Apud. Studi kasus digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kondisi, aktivitas, strategi, dan permasalahan yang terjadi pada objek penelitian. Dengan menggunakan studi kasus, peneliti dapat menggali informasi secara lebih rinci mengenai strategi inovasi kualitas produk yang diterapkan serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. Pendekatan studi kasus juga memungkinkan peneliti memahami kondisi usaha secara nyata berdasarkan situasi dan lingkungan yang sebenarnya.

Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci dan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi atau gabungan (Sugiyono, 2019). Dengan demikian, penggunaan metode deskriptif kualitatif dan studi kasus dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai strategi inovasi kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada usaha kuliner daerah Empal Gentong H. Apud.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dilaksanakannya kegiatan penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, lokasi penelitian dilakukan di Empal Gentong H. Apud. Pemilihan lokasi penelitian tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Empal Gentong H. Apud merupakan salah satu usaha kuliner daerah yang cukup dikenal masyarakat dan memiliki ciri khas makanan tradisional yang mampu bertahan di tengah persaingan bisnis kuliner. Selain itu, usaha tersebut dinilai relevan dengan fokus penelitian karena menerapkan strategi inovasi kualitas produk dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Melalui penelitian di lokasi tersebut, peneliti diharapkan dapat memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai strategi inovasi kualitas produk yang diterapkan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Sugiyono, lokasi penelitian merupakan tempat di mana

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan sesuai dengan permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2019). Pemilihan lokasi penelitian dalam pendekatan kualitatif dilakukan secara purposive atau sengaja, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa lokasi tersebut mampu memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, Empal Gentong H. Apud dipilih karena dianggap mampu memberikan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian mengenai strategi inovasi kualitas produk dan loyalitas konsumen.

Waktu penelitian merupakan rentang waktu yang digunakan peneliti dalam melaksanakan proses penelitian mulai dari persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan penelitian. Penelitian ini direncanakan berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, dimulai dari bulan Mei 2026 sampai Juli 2026. Dalam rentang waktu tersebut, peneliti melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian, wawancara dengan informan, dokumentasi, serta proses analisis data penelitian. Penentuan waktu penelitian dilakukan agar proses penelitian dapat berjalan secara terarah dan sistematis sehingga data yang diperoleh lebih maksimal dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, waktu penelitian sangat penting karena proses pengumpulan data membutuhkan interaksi langsung dengan informan dan kondisi lapangan. Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif memerlukan waktu yang cukup agar peneliti dapat memahami situasi sosial secara mendalam dan memperoleh data yang akurat sesuai kondisi nyata di lapangan (Moleong, 2018). Dengan demikian, penentuan lokasi dan waktu penelitian diharapkan mampu mendukung proses penelitian agar berjalan dengan efektif dan menghasilkan data yang valid mengenai strategi inovasi kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Empal Gentong H. Apud.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

a. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui hasil wawancara, observasi, dan interaksi langsung dengan informan yang berkaitan dengan penelitian. Informan dalam penelitian ini meliputi pemilik usaha, karyawan, dan konsumen Empal Gentong H. Apud. Data primer digunakan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai strategi inovasi kualitas produk, kualitas pelayanan, serta loyalitas konsumen terhadap usaha kuliner tersebut.

Menurut Sugiyono, data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data tanpa melalui perantara (Sugiyono, 2019). Oleh karena itu, data primer dalam penelitian kualitatif sangat penting karena mampu memberikan gambaran nyata mengenai kondisi dan fenomena yang terjadi di lapangan berdasarkan pengalaman serta pandangan informan secara langsung.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah tersedia sebelumnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku, jurnal ilmiah, artikel, dokumentasi, internet, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi inovasi kualitas produk dan loyalitas konsumen. Data sekunder digunakan untuk memperkuat teori, mendukung hasil penelitian, serta menjadi referensi dalam proses analisis data penelitian. Selain itu, data sekunder juga membantu peneliti dalam memahami konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian secara lebih luas.

Menurut Lexy J. Moleong, data sekunder merupakan sumber data tambahan yang digunakan untuk melengkapi data utama dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2018). Data sekunder berfungsi sebagai pendukung agar hasil penelitian menjadi lebih valid dan memiliki dasar teori yang kuat. Dengan adanya data primer dan data sekunder, peneliti diharapkan mampu memperoleh informasi yang lengkap dan mendalam mengenai

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

strategi inovasi kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Empal Gentong H. Apud.

4. Teknik Pengumpulan data

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas usaha, kualitas produk, pelayanan, kebersihan tempat usaha, serta interaksi antara karyawan dan konsumen di Empal Gentong H. Apud. Melalui observasi, peneliti dapat mengetahui kondisi nyata yang terjadi di lokasi penelitian sehingga data yang diperoleh lebih objektif dan mendalam.

Menurut Sugiyono, observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik dibandingkan teknik lainnya karena dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian (Sugiyono, 2019). Dengan menggunakan observasi, peneliti dapat memahami situasi dan kondisi usaha kuliner secara langsung sehingga informasi yang diperoleh lebih sesuai dengan kenyataan di lapangan.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan secara tatap muka antara peneliti dan informan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai pengalaman, pandangan, serta praktik usaha peternakan sapi perah yang dijalankan. Melalui wawancara kualitatif, peneliti dapat memahami bagaimana menjalankan usaha dengan proses, termasuk strategi usaha, pola kemitraan, serta tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan kesejahteraan. Pertanyaan disusun secara semi-terstruktur agar peneliti dapat menyesuaikan arah pembahasan dengan kondisi lapangan dan karakteristik informan.

c. Dokumentasi

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung antara peneliti

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

dan informan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pemilik usaha, karyawan, dan konsumen Empal Gentong H. Apud. Wawancara dilakukan untuk mengetahui strategi inovasi kualitas produk yang diterapkan, faktor pendukung dan penghambat, serta pandangan konsumen mengenai kualitas produk dan loyalitas pelanggan.

Menurut Lexy J. Moleong, wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan informan yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Moleong, 2018). Teknik wawancara dalam penelitian kualitatif digunakan agar peneliti dapat memperoleh informasi secara lebih rinci dan mendalam berdasarkan pengalaman serta pandangan informan secara langsung.

5. Teknik Validitas

Teknik validasi data merupakan proses verifikasi dan pengecekan keakuratan, kelengkapan, dan kualitas data untuk memastikan data tersebut sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sebelum digunakan. Beberapa teknik yang digunakan antara lain:

a. Triangulasi Data

Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan metode, yakni wawancara, observasi, serta dokumentasi. Dengan cara ini, peneliti dapat memastikan bahwa temuan yang diperoleh tidak bersifat sepihak, melainkan merupakan hasil konfirmasi dari berbagai perspektif yang konsisten.

b. Member Checking

Setelah analisis awal dilakukan, hasil temuan dan interpretasi disampaikan kembali kepada informan untuk memperoleh konfirmasi dan koreksi. Langkah ini bertujuan agar hasil penelitian tidak menyimpang dari pengalaman dan makna yang sebenarnya dimaksudkan oleh para informan, sehingga data yang digunakan benar-benar valid.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

c. Audit Trail

Peneliti menyimpan seluruh data mentah, catatan lapangan, transkrip wawancara, serta dokumen pendukung secara sistematis untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas penelitian. Dengan adanya jejak audit ini, pihak lain dapat menelusuri proses penelitian secara menyeluruh, mulai dari pengumpulan data hingga tahap analisis.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilaksanakan melalui empat tahapan utama analisis data, yaitu:

a. Tahap Persiapan

Peneliti menyusun proposal penelitian, mengurus perizinan, menetapkan lokasi penelitian di empal gentong H Apud serta menyiapkan instrumen penelitian berupa pedoman wawancara, lembar observasi, dan daftar dokumentasi

b. Tahap Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan pengurus koperasi dan peternak sapi perah, observasi langsung terhadap aktivitas usaha peternakan, serta pengumpulan dokumen pendukung yang relevan dengan proses pemberdayaan dan kesejahteraan peternak.

c. Tahap Analisis Data

Data yang diperoleh ditranskripsi, diklasifikasikan, dan direduksi, kemudian dianalisis secara kualitatif menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk merumuskan model pemberdayaan ekonomi syariah.

d. Tahap Penyusunan Laporan

Hasil analisis disusun secara sistematis dalam bentuk laporan skripsi, disertai dengan penarikan kesimpulan dan rekomendasi, serta dilakukan pengecekan dan perbaikan sesuai arahan dosen pembimbing.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai alur dan fokus pembahasan penelitian secara sistematis. Susunan penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian. Pembahasan diarahkan pada kajian strategi inovasi kualitas produk untuk meningkatkan loyalitas konsumen pada usaha kuliner daerah Empal Gentong H. Apud.

BAB II KAJIAN TEORI: STRATEGI INOVASI KUALITAS PRODUK DAN LOYALITAS KONSUMEN KULINER DAERAH

Bab ini membahas kajian teori yang berkaitan dengan strategi inovasi kualitas produk dan loyalitas konsumen pada usaha kuliner daerah. Pembahasan meliputi konsep strategi inovasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, serta loyalitas pelanggan yang digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian mengenai Empal Gentong H. Apud

BAB III KONDISI OBJEKTIF USAHA KULINER EMPAL GENTONG H. APUD DI CIREBON

Bab ini membahas kondisi objektif usaha kuliner Empal Gentong H. Apud yang meliputi sejarah berdirinya usaha, visi dan misi usaha, struktur organisasi, kegiatan operasional, kualitas produk, pelayanan, serta strategi inovasi yang diterapkan dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Selain itu, bab ini juga menjelaskan kondisi usaha kuliner daerah dalam menghadapi persaingan bisnis serta upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

BAB IV ANALISIS STRATEGI INOVASI KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN PADA EMPAL GENTONG H. APUD

Bab ini membahas hasil penelitian dan analisis mengenai strategi inovasi kualitas produk yang diterapkan oleh Empal Gentong H. Apud dalam

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

meningkatkan loyalitas konsumen. Pembahasan meliputi inovasi kualitas rasa, pelayanan, kebersihan, penyajian produk, serta faktor pendukung dan penghambat dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian mengenai strategi inovasi kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Empal Gentong H. Apud serta saran yang diberikan peneliti untuk pengembangan usaha dan penelitian selanjutnya.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON