

Kualitas Produksi dan Loyalitas Konsumen

Yuliar Kartika Wijayanti¹, Novi Andari², Luluk Ulfa Hasanah³

^{1,2,3}Universitas Tujuh Belas Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

¹yuliar@untag-sby.ac.id, ²noviandari@untag-sby.ac.id, ³lulukulfa@untag-sby.ac.id

Abstrak

Pengabdian pada Masyarakat ini bertujuan untuk menyempurnakan 7 dimensi yang harus ada dalam sebuah kualitas produk pada produk camilan makanan olahan *Canoi* produksi dari IKM Arfifood Jl. Kenjeran Surabaya Jawa Timur sebagai mitra kegiatan ini. Target kegiatan yang harus terlaksana dalam pendampingan terhadap mitra guna meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi Camilan Makanan Olahan *Canoi* adalah dengan pendampingan pembelian alat produksi yang dibutuhkan berupa mesin spinner yang berfungsi untuk menyerap kadar minyak dalam produk sehingga dapat bertahan lama dan cita rasa produk dapat terjaga. Pemberian pelatihan berupa proses produksi juga perlu dilakukan karena produsen ini masih dalam skala Industri Kecil Menengah guna membantu dalam peningkatan kapasitas usahanya menjadi lebih besar. Berdasarkan monitoring dan evaluasi setelah diberikan bantuan, IKM Arfifood mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan tuntutan 7 dimensi tersebut dan mampu memproduksi dengan volume yang lebih besar. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan dan mulainya kepercayaan konsumen terhadap produk.

Kata Kunci: Kualitas Produksi, Produk Camilan, Persaingan Bisnis

Abstract

This Community Service aims to improve the 7 dimensions that must exist in a product quality in Canoi processed snack products produced by IKM Arfifood Jl. Kenjeran Surabaya, East Java as a partner of this activity. The target of activities that must be carried out in mentoring partners to improve the quality and production capacity of Canoi Processed Snacks is to assist in purchasing the required production equipment in the form of a spinner machine that functions to absorb the oil content in the product so that it can last a long time and the taste of the product can be maintained. The provision of training in the form of production processes also needs to be carried out because these producers are still on the scale of Small and Medium Industries to assist in increasing their business capacity to become larger. Based on monitoring and evaluation after being given assistance, IKM Arfifood can produce products that meet the demands of the 7 dimensions and are able to produce in larger volumes. This indicates an increase and the start of consumer confidence in the product.

Keywords: Production Quality, Snack Products, Business Competition

Submitted: 10-Oktober-2021

Revision: 25-Oktober-2021

Accepted: 13-November-2021

LATAR BELAKANG

Kualitas produk adalah satu dari sekian banyaknya faktor penting dalam menjalankan sebuah bisnis atau usaha. Kualitas produk sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen dan juga masa depan sebuah usaha. Kualitas produk yang baik akan mampu memberikan kepuasan konsumen (Kadek, 2019:1374). Semakin loyalitas konsumen meningkat, sebuah usaha akan meningkat dengan sendirinya.

Ada beberapa hal yang harus dilakukan guna meningkatkan sebuah kualitas produk agar pengusaha tidak kehilangan pelanggan. Peningkatan mulai dari kemasan produk, rasa, tingkat ketahanan produk, kesesuaian, atau performa dari produk tersebut. Sebuah usaha dirintis tentu dengan tujuan yang positif, yakni diperolehnya keuntungan sebagai bentuk pendapatan untuk peningkatan taraf hidup. Kualitas produk sangat tergantung dari pengendalian sistem produksinya, oleh karena itulah diperlukan pengawasan proses produksi yang ketat demi menghasilkan produk yang berkualitas (Rumanintya, 2016:813).

Prawirosentono (2004) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah suatu ciri khas tertentu dari produk yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Ada 7 dimensi kualitas sebuah produk, antara lain adalah 1) Kinerja, tingkat penilaian fokus pada karakteristik dasar dari produk tersebut, antara lain dimensi kinerja produk makanan adalah rasa dari makanan itu sendiri; 2) Keandalan, konsistensi dari suatu produk dalam proses produksinya sangat mempengaruhi minat konsumen; 3) Keistimewaan, point ini yang membedakan dengan produk lain, artinya, karakteristik sekunder merupakan atribut produk yang membedakan dengan pesaingnya; 4) Kesesuaian, ciri khas pada desain produk akan menghasilkan standar sesuai dengan norma dalam masyarakat tersebut; 5) Daya Tahan, daya tahan pada produk makanan dan minuman merupakan karakteristik yang melekat yang tidak dapat diabaikan; 6) Kemampuan melayani, hal ini terkait dengan keluhan dan kompensasi yang terjadi pada pelanggan yang harus senantiasa disiapkan; dan 7) Estetika, produk yang mampu menarik perhatian pelanggan tidak dapat dilepaskan dari unsur ini, karena berhubungan dengan panca indera yang mampu menggambarkan nilai keindahan yang erat kaitannya dengan rasa, desain, aroma, dan lainnya.

Mengapa kualitas sebuah produk menjadi sebuah hal khusus yang membutuhkan perhatian lebih, karena dapat meningkatkan pangsa pasar, meminimalisir biaya, memberikan

dampak internasional, meningkatkan reputasi perusahaan. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Fiani & Edwin (2012) kualitas makanan merupakan peranan penting dalam pembelian keputusan konsumen.

Satu jenis produk tidak hanya ada satu jenis di masa saat ini. Persaingan ketat antar produsen merupakan hal yang sudah harus dihadapi masa saat ini. Oleh karena itu, perbaikan kualitas produk harus senantiasa dijaga dan ditingkatkan agar loyalitas konsumen dapat terus terjaga bahkan dapat menjadi lebih luas jika seorang pengusaha meningkatkan kualitas produk tersebut. Demikian pula dengan produk snack dari makanan olahan, yang sejak dulu menjadi produk yang digandrungi masyarakat. Snack atau cemilan senantiasa menjadi teman setiap orang di setiap saat ketika dibutuhkan.

Loyalitas pelanggan kerap kali dikaitkan dengan perilaku pembelian ulang dimana dua hal tersebut ada keterhubungan (Tjiptono dan Chandra (2021: 80). Selain image *Merk Minded*, menurut Lumintang (2013:142) terdapat variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, antara lain kualitas produk, harga, dan promosi. Ketiga hal tersebut harus dapat dikuasai oleh seorang produsen atau produk tertentu sebelum menggapai *Merk Minded* dimana pelanggan tidak lagi melihat kualitas dan harga namun kepercayaan konsumen telah melekat di benak mereka ketika melihat merek produk tersebut.

Makanan ringan, camilan, kudapan, atau snack merupakan jenis makanan yang bukan menu utama yang dapat menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu, memberi sedikit pasokan tenaga ke tubuh, atau sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya. Masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan *ngemil* di antara jam makan. Kebiasaan tersebut menjadi peluang bisnis bagi industri camilan untuk memproduksi camilan yang disukai oleh masyarakat (Kamus Webster ke 9, 1985). Snack food juga sering disebut sebagai *savory snack* karena sebagian besar snack memiliki rasa asin, berbumbu, maupun gurih.

Selain praktis dan nikmat, menurut Lucas (2000), snack jaman sekarang memiliki kelebihan antara lain: 1) bebas bahan kimia dan menyesuaikan dengan peraturan yang berlaku; 2) diproduksi secara komersial dalam jumlah besar dengan proses yang kontinyu; 3) diberi bumbu; 4) tidak membutuhkan pengawet; 5) dikemas dengan kemasan siap konsumsi yang praktis.

Dengan kelebihan dan kegemaran masyarakat Indonesia terhadap snack, hal ini membuat banyak produsen snack memproduksi berbagai macam snack dan terus berinovasi agar dapat bersaing dengan produsen lain yang sejenis. Begitu pula dengan produsen camilan makanan olahan *Canoi* dari Arfifood, memproduksi tidak hanya jenis makanan camilan yang digemari oleh masyarakat, namun juga memberdayakan sumber daya alam yang melimpah yang berada di sekitarnya. Inspirasi yang muncul dari potensi lokal dan tuntutan masyarakat dari jaman ke jaman mengharuskan seorang produsen, khususnya produsen makanan harus dapat terus memperbaiki kualitas produknya. Jika menemukan kendala harus segera mencari solusinya.

Kendala konkrit yang dihadapi oleh mitra dalam mengembangkan Industri Kecil Menengahnya untuk produk Camilan Makanan Olahan *Canoi*-nya adalah tidak memiliki alat produksi yang memadai untuk mendukung hasil produksi yang berkualitas dan kurangnya pengetahuan tentang proses produksi yang baik yang dapat menghasilkan produk berkualitas. Oleh karena itu, solusi yang diberikan untuk mengatasi kendala tersebut adalah:

1. Pemberian modal untuk pembelian mesin produksi berupa Mesin Spinner untuk menyerap kadar minyak dalam produk sehingga menghasilkan produk yang tahan lama dan tetap bercita rasa baik dan renyah.
2. Pemberian pelatihan tentang proses produksi agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produksi serta dapat menentukan harga jual yang bersaing.

Target kegiatan yang harus terlaksana dalam pendampingan terhadap mitra guna meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi Camilan Makanan Olahan *Canoi* adalah dengan pendampingan pembelian alat produksi yang dibutuhkan, pendampingan dalam memberikan keterampilan proses produksi, hingga monitoring dan evaluasi hasil pendampingan. Target akhir adalah hasil pendampingan menunjukkan perubahan menuju peningkatan kuantitas dan kualitas serta harga jual yang bersaing dengan produsen lain.

METODE PELAKSANAAN

Camilan Makanan Olahan *Canoi* muncul di pasaran hasil dari inspirasi penggagasnya melalui hasil laut di pesisir pantai di sekitar rumah tempat tinggalnya. Pemilik IKM Arfifood sebagai produsen Camilan Makanan Olahan *Canoi* bertempat tinggal di Jl. Sukolilo Lor No.36

Kenjeran Surabaya terinspirasi oleh hasil laut seperti udang kecil dan teri yang berlimpah di pesisir pantai kenjeran.

Ide memproduksi makanan camilan siap saji dan praktis selain kebiasaan orang Indonesia yang gemar *ngemil*, juga karena pemanfaatan sumber daya alam yang melimpah di pesisir pantai Kenjeran menjadikan ide segar bagi pemilik IKM Arifood untuk memproduksi Camilan Makanan Olahan *Canoi* ini. Hal ini menunjukkan bahwa mitra memberikan eksitensinya terhadap lingkungannya dengan memanfaatkan sumber daya alam dan memunculkan ide kreatif dan inovatif serta dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat pesisir pantai.

Menurut Deperindag RI dalam Joni dkk (2019:276), pemanfaatan kreatifitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan untuk masyarakat melalui penciptaan dan pemanfaatan bahan baku secara kreatif dan daya cipta individu disebut sebagai bentuk industri kreatif. Produsen Arifood ini memanfaatkan potensi lokal sekitar rumahnya untuk menjadi komoditas yang mendukung sektor Wisata Pantai Kenjeran Surabaya. Produsen Arifood mengembangkan potensi lokal teri yang melimpah yang dihasilkan di Pantai Kenjeran Surabaya menjadi produk yang beragam dan memiliki cita rasa yang berbeda dari yang biasa diolah sebelumnya oleh produsen lain.

Dalam identifikasi permasalahan telah disebutkan bahwa kendala yang dihadapi oleh Industri Kecil Menengah Arifood terhadap produk Camilan Makanan Olahan *Canoi*-nya adalah dalam hal mempertahankan daya tahan dan cita rasa pada produknya. Produk Camilan Makanan Olahan *Canoi* masih mengandung minyak sehingga mengakibatkan produk mudah tengik dan tidak tahan lama serta merusak rasa.

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, justifikasi permasalahan yang harus ditangani dan diberikan kepada mitra adalah 1) Pemberian modal pembelian mesin produksi yang dapat mengurangi kadar minyak pada produk yaitu Mesin Spinner untuk menyerap kadar minyak sehingga produk dapat terjaga kualitasnya dan memiliki daya tahan yang baik. Selain itu, 2) pendampingan terhadap mitra dalam hal pelatihan proses produksi perlu diberikan sebagai pengetahuan yang dapat menambah wawasan dalam hal produksi yang berkualitas.

Tabel 1 Persoalan prioritas yang dihadapi Mitra

No	Persoalan	Prioritas
1	Alat Produksi	Memberikan modal berupa mesin pendukung produksi yaitu Mesin Spinner
2	Pendampingan Proses Produksi	Memberikan pendampingan dalam bentuk pelatihan/penyuluhan tentang proses produksi yang baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Camilan Makanan Olahan *Canoi* produksi Arfifood memiliki keistimewaan pada produknya dibandingkan dengan produk yang sejenis. Selain diproduksi secara krispi, untuk dapat bersaing dengan produk lain Camilan Makanan Olahan *Canoi* ini berinovasi dalam berbagai jenis rasa, antara lain rasa sapi panggang, rumput laut, rasa jagung manis, rasa keju, dan tetap tersedia dalam jenis rasa yang original. Dalam hal ini produsen Arfifood telah memenuhi dimensi kualitas produk dalam hal *keistimewaan* yakni memberikan karakteristik tersendiri pada produk sambal terinya.

Industri kreatif merupakan proses pengolahan bahan baku secara kreatif yang memiliki ciri khas produk komersial yang memiliki kandungan estetika dan simbolik yang tinggi (Scott, 2000). Berdasarkan pengertian ini maka industri kreatif merupakan pemberian nilai tambah lebih pada produk hasil industri dengan menggunakan kreativitas, keahlian serta bakat individu.

Kualitas produk Camilan Makanan Olahan *Canoi* juga terjaga dengan tercatatnya produksi ini di LPPOM MUI untuk memberikan kepercayaan pelanggan dalam hal kehalalan, baik secara proses produksi maupun dalam proses pengemasan. Tidak hanya bersertifikasi halal, produk sambal teri *Canoi* ini juga dilengkapi dengan sertifikasi legalitas antara lain SIUP, NPWP Usaha, NIB, IUMK, dan PIRT.



Gambar 1. Logo dalam Kemasan Produk

Camilan Makanan Olahan *Canoi* telah menggambarkan dimensi kualitas produk antara lain 1) Kinerja, Camilan Makanan Olahan *Canoi* memiliki cita rasa yang khas dengan menyajikan berbagai ragam varian rasa pada Camilan Makanan Olahan produksinya; 2) Keandalan, konsistensi pada produknya berupa Camilan Makanan Olahan rasa original tidak ditinggalkan sehingga tetap dapat memenuhi hasrat semua lapisan konsumennya; 3) Keistimewaan, Camilan Makanan Olahan *Canoi* memiliki karakteristik pada rasa dalam inovasi varian rasanya, ini yang membedakan dengan produk yang sejenis lainnya; 4) Kesesuaian, desain produk yang tergambar pada kemasan menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen jaman sekarang, yang suka dengan kepraktisan, hal ini ditunjukkan dengan kemasan dan isi yang praktis bisa dibawa kemana saja dan dapat menjadi snack di acara santai; 6) Kemampuan melayani, Camilan Makanan Olahan *Canoi* telah membuktikan bahwa dimensi ini telah melekat pada produknya, konsumen dapat dilayani melalui media sosial yang disiapkan oleh produsen, baik untuk pemesanan maupun untuk menyampaikan keluhan. Platform media sosial yang disiapkan oleh produsen adalah instagram, email, dan google bisnis yaitu @CAMILANSURABAYA.CANOI, rahmawati.skl36@gmail.com, serta <https://g.page/canoi-camilan-olahan-indonesia>.

Point 6 dalam hal pelayanan ini memang mutlak tidak dapat diabaikan, karena loyalitas dan kepercayaan konsumen juga terletak pada kepuasan pelayanan produsen. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Nur dkk (2020) yang menyatakan bahwa pelayanan diberikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menciptakan kepuasan yang berbanding dengan persepsi dan harapan pelanggan.



Gambar 2. Tempat dan Proses Produksi

Dari ke-7 dimensi yang harus ada dalam sebuah kualitas produk, Camilan Makanan Olahan *Canoi* masih membutuhkan penyempurnaan dimensi dalam hal Daya Tahan, daya tahan pada produk makanan dan minuman merupakan karakteristik yang melekat yang tidak dapat diabaikan; dan Estetika, produk yang mampu menarik perhatian pelanggan tidak dapat dilepaskan dari unsur ini, karena berhubungan dengan panca indera yang mampu menggambarkan nilai keindahan yang erat kaitannya dengan rasa, desain, aroma, dan lainnya. Camilan Makanan Olahan *Canoi* belum dapat mempertahankan kualitasnya karena produknya masih mengandung banyak minyak sehingga mengakibatkan produknya mudah tengik dan tidak tahan lama. Hal ini juga terkait dengan rasa dan aroma produk makanannya yang mengakibatkan konsumen kecewa karena hilangnya rasa renyah dan tidak layak lagi dikonsumsi dalam waktu yang lama.

Kekurangan yang dimiliki oleh produsen camilan *Canoi* ini menjadi salah satu tujuan diadakan pengabdian pada masyarakat untuk UMKM di Surabaya ini. Langkah-langkah kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra UMKM makanan cemilan yang diberi merk *Canoi* yang bertempat di Jl. Sukolilo Lor No. 36 Kenjeran Surabaya ada 2 yaitu pemberian bantuan berupa alat produksi yang dapat membantu kekurangan produk yaitu mesin spinner untuk menguras kadar minyak dalam produk agar menjadi renyah dan tahan lama. Kemudian bantuan yang kedua adalah pemberian pendampingan dalam hal sharing keberhasilan sesama produsen makanan yang sama yang menghasilkan produk yang lebih baik.

Mesin spinner yang diperbantukan adalah mesin pengering atau penyaring minyak yang berkapasitas 15 kg, sehingga proses produksi dapat dilakukan dengan jumlah yang banyak dengan waktu yang lebih hemat. Dibandingkan sebelumnya yang masih menggunakan alat pengering dengan kualitas rendah dan bahan alat yang masih berbahan plastik. Mesin spinner yang diperbantukan kali ini berupa oven pengering serbaguna untuk segala jenis makanan yang berbahan stainless steel yang kuat dan berdaya tampung besar.



OVEN PENERING GAS
 KERUPUK, KIKI, REKIP, DEMPAN, DEMPAH, TERUNG, DLL.
 Jl. Wilayah RT 05 RW 02 No. 36 Wilayah
 Sukodono, Surabaya Jawa Timur 60138

INFO ORDER :
 0812 1728 5559
 0857 3083 4480

Spesifikasi:

OVEN PENERING SERBAGUNA					
Kapasitas Per Jam	3 BAK 1	3 BAK 2	10 BAK 1	10 BAK 2	20 BAK
Dimensi Mesin	80x40x105 cm	100x60x105 cm	60x40x70 cm	100x60x70 cm	275x120x180 cm
Dimensi Lanyang	50x43x3 cm	90x43x3 cm	50x43x3 cm	90x43x3 cm	90x43x3 cm
Material Mesin	Stainless Steel				
Kerangka	Riga Hollow Galvalum				
Bahan Bakar	Gas				
Jumlah Pemakaian	1 set	2 set	2 set	3 set	6 set
Chaya Listrik	50 watt	50 watt	50 watt	100 watt	150 watt
Thermopaster	Analog 100/10°C				
Timer	Analog up to 10 jam				
Harga	7.500.000	8.500.000	11.000.000	14.000.000	23.000.000
<ul style="list-style-type: none"> Custom sesuai kebutuhan Thermopaster Digital Upgrade Lanyang Pintu Kaca 	<ul style="list-style-type: none"> Timer Digital Kaki Roda Lanyang UV 	<ul style="list-style-type: none"> Free 1 set selang & regulator (khusus tipe gas) Garansi 1 thn all sparepart Kapasitas mesin menyesuaikan material yg akan dipanaskan Free packing kayu 			

Free 1 set selang & regulator (khusus tipe gas)
 Garansi 1 thn all sparepart
 Kapasitas mesin menyesuaikan material yg akan dipanaskan
 Free packing kayu

Free 1 set selang & regulator (khusus tipe gas)
 Garansi 1 thn all sparepart
 Kapasitas mesin menyesuaikan material yg akan dipanaskan
 Free packing kayu



Gambar 3. Tipe dan Bentuk Alat Produksi yang diperbantukan

Mesin ini diserahkan pada tanggal 12 Agustus 2021 oleh ketua tim pengabdian masyarakat Hibah PT Untag Surabaya kepada pemilik IKM Arifood Surabaya Ibu Rahmawati Basuki. Olahan produk IKM Arifood ini sebagian besar memanfaatkan potensi alam lokal di daerah pantai kenjeran yang menghasilkan ikan. Ikan teri menjadi salah satu bahan dari produk IKM Arifood ini. Sehingga eksistensi produsen ini terhadap lingkungan sangat besar, karena jika potensi alam ikan teri ini hanya diolah menjadi makanan rumahan lama kelamaan masyarakat menjadi bosan, sehingga tercetus ide untuk mengembangkan bahan makanan ikan teri ini menjadi camilan yang renyah, bergizi, praktis, dan tahan lama yang dikemas dalam kemasan yang menarik dan mudah dibuka dan dibawa kemana-mana.



Gambar 4. Proses Serah Terima Alat Produksi kepada Mitra

Setelah menggunakan mesin spinner untuk produk cemilannya, IKM Arfifood mengalami kenaikan omzet penjualan. Yang sebelumnya menghasilkan omzet Rp. 4.400.000 per bulan, kini meningkat menjadi Rp. 6.500.000 per bulan. Ini berarti peningkatan hasil produksi dan omzet produsen IKM Arfifood ini meningkat 68% sejak mesin ini diperbantukan/diberikan sejak tanggal pembelian alat yaitu 24 Juni 2021.



Gambar 5. Monitoring Hasil Bantuan kepada Mitra

SIMPULAN DAN SARAN

Pemenuhan kepercayaan dan loyalitas konsumen tidak lepas dari perhatian terhadap kualitas produk makanan yang dihasilkan. Ada 7 dimensi kualitas sebuah produk makanan, yaitu 1) Kinerja terkait dengan rasa dari produk tersebut; 2) Keandalan terkait dengan proses produksi yang higienis; 3) Keistimewaan terkait dengan karakteristik yang membedakan dengan produk lain; 4) Kesesuaian terkait dengan kesesuaian dengan standar pada norma masyarakat setempat; 5) Daya Tahan terkait dengan kualitas produk itu sendiri; 6) Kemampuan melayani yang terkait dengan kemudahan memperoleh produk dan penyediaan media komunikasi antar produsen dan konsumen; dan yang terakhir adalah 7) Estetika yang terkait dengan daya tarik produk yang dilihat dari kemasan yang menarik disertai dengan komposisi yang aman dan dapat dipercaya.

IKM Arfifood Surabaya telah lengkap menjalankan 7 dimensi tersebut setelah

mendapatkan bantuan berupa alat produksi yang dapat membantu menyelesaikan permasalahan produk yang selama ini terjadi yaitu daya tahan produk yang rendah dan kinerja yang tidak memuaskan terkait dengan rasa produk tersebut. Bantuan berupa mesin spinner yang berfungsi menyerap kadar minyak dalam produk dapat membantu kualitas produk menjadi renyah dan tahan lama. 7 dimensi yang dimiliki oleh produk cemilan *Canoi* yang diproduksi oleh IKM Arfifood Surabaya dapat membentuk, mempertahankan, dan meningkatkan kepercayaan konsumen, dengan demikian, diharapkan omzet produksi dapat pula meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah mendanai kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam program Hibah Perguruan Tinggi tahun 2021 ini. Dengan pendanaan yang diberikan oleh perguruan tinggi kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilaksanakan dengan memberikan manfaat tidak hanya kepada mitra namun juga kepada pelaksana pengabdian yaitu tim dosen dan mahasiswa dalam hal pengembangan keilmuan lintas bidang. Semoga di tahun-tahun berikutnya tetap dapat terus eksis memberikan bantuan kepada masyarakat luas di berbagai bidang dan untuk berbagai lapisan masyarakat terutama usaha kecil menengah untuk menghantarkan mereka menjadi usaha yang besar dan membentuk Indonesia menjadi lebih kompetitif dengan negara lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Claudia, V.P. (2016). Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus pada PT Astragraphia, Tbk. Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3), 302-312, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/13320>.
- Fiani, M. S. & Edwin, J. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1(1) 1-6.
- Joni, P., Bobby, T.L., Yustikarani, J.P., & Muhammad, S.W. (2019). Analisis Sumberdaya Wilayah untuk Pengembangan Industri di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *JPWK (Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota)*, 15(4), 275-287.

<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/pwk.index>.

Kadek, A. R. D. & I Gusti, A. K. S. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembeli Handphone Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi. *Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1374-1400. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD2019.v8.i3.p8>

Lucas, Henry J. 2000. *Information Technology for Management*, Irwin/McgrawHill.

Lumintang, A.A. (2013). Marketing Mix Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lifebuoy di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 140-150, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/1950/1547>.

Made, F.F. & Ni Made, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud* 7(1) 441-469. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i01.p17>.

Nur, A. A., Dedik, W., Machmud, A. A. (2020). Kepuasan Konsumen Astra Motor Honda Tanjung Selor terkait Pelayanan Showroom. *Jurnal Plakat* 2(2) 109-117. DOI: <http://dx.doi.org/10.30872/plakat.v2i2>.

Prawirosentono, S. (2004). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Rineka Cipta.

Rumanintya, L.P. (2016). Peningkatan Kualitas Produk melalui Penerapan Prosedur dan Sistem Produksi: Studi pada UD. Wijaya Kusuma Kota Blitar. *Jurnal WRA*, 4(2), 813-828. ejournal.unp.ac.id,

Scoot, A.J. (2000). *The Cultural Economy of Cities*. London : Sage

Supriyadi, Yuntawati, F., Ginanjar, I. K. N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk & Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3(1) 136.

Tjiptono, F. & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Stratejik*. Yogyakarta: Andi Offset

Webster A. M. (1985). *New International Dictionary*. USA: G&C Marriam Co. Publishers, Springfield Mass.

rahmawati.skl36@gmail.com

<https://g.page/canoi-camilan-olahan-indonesia>