

ANALISIS KUALITAS PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MAHASISWA UNIVERSITAS BINA BANGSA

Oleh:

Azdi¹

Romi Hidayat²

Asih Setyo Rini³

Eka Lailita Eti Varina⁴

Muhamad Jahiri⁵

Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jl. Raya Serang-Jakarta, KM 03 No 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota
Serang, Banten (42124)

Korespondensi Penulis: : azdiey5@gmail.com, romihidayat0909@gmail.com,
asihsetyoriini@gmail.com, ekalailita00@gmail.com,
muhamadjahiri13021800057@gmail.com

Abstract. *This study aims to: (1) measure the level of product quality based on consumer perceptions (active business actors) in Serang City, and (2) identify the internal and external factors that most significantly influence product quality. The sample was selected using purposive sampling with the following criteria: (a) respondents are active entrepreneurs (owning MSMEs) in Serang City, and (b) respondents are assumed to possess knowledge and experience both as consumers and business owners, enabling them to assess competing products. A total of 20 respondents were involved in this study. The research focuses on seven culinary products developed by university students in the Banten Provincial Government Center (KP3B) area, namely: (1) Samawa kebab, (2) palm sugar latte iced coffee, (3) shredded chicken risoles, (4) grilled sausages and meatballs, (5) crispy spring rolls, (6) macaroni, and (7) putu ayu cake. The study employed a quantitative descriptive approach, with the population simultaneously*

ANALISIS KUALITAS PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MAHASISWA UNIVERSITAS BINA BANGSA

serving as the sample, consisting of 20 active business actors in Serang City. Data were collected using a Likert-scale questionnaire (1–5) covering product quality dimensions, including performance, reliability, durability, conformance to specifications, and aesthetics. The results indicate that student MSMEs have successfully created products with high design value and innovation, which serve as their unique selling points. This finding aligns with the entrepreneurial spirit fostered within the university environment that encourages creativity. However, a key issue identified is the relatively low score for reliability and consistency, with an average value of 3.4. This condition is influenced by limitations in capital, experience, and the absence of a formal quality management system. Therefore, efforts to improve product quality should focus on production training, quality control implementation, and continuous entrepreneurial mentoring.

Keywords: MSMEs, student entrepreneurship, product quality, competitiveness, mentoring, Universitas Bina Bangsa

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengukur tingkat kualitas produk berdasarkan persepsi konsumen (pelaku usaha aktif) di Kota Serang, dan (2) Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang paling berpengaruh terhadap kualitas produk tersebut. Sampel diambil secara purposive sampling dengan kriteria (a). Berstatus sebagai pelaku usaha aktif (memiliki UMKM) di Kota Serang. (b). Diasumsikan memiliki pengetahuan dan pengalaman sebagai konsumen maupun pengusaha yang dapat menilai produk saingan dengan 20 orang responden. Berfokus pada tujuh produk kuliner yang dikembangkan oleh mahasiswa di kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B), yaitu: (1) kebab Samawa, (2) es kopi latte gula aren, (3) risol ayam suwir, (4) sosis dan bakso bakar, (5) lumpia crispy, (6) makaroni, dan (7) kue putu ayu. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan populasi sekaligus sampel sebanyak 20 pelaku usaha aktif di Kota Serang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner skala Likert 1–5 yang mencakup dimensi kualitas produk, meliputi kinerja, keandalan, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM mahasiswa berhasil menciptakan produk dengan nilai desain dan inovasi yang tinggi, yang menjadi unique selling point mereka. Hal ini selaras dengan semangat kewirausahaan kampus yang mendorong kreativitas. Namun, temuan utama yang perlu menjadi perhatian adalah rendahnya skor keandalan dan

konsistensi dengan nilai rata-rata 3.4 yang disebabkan oleh keterbatasan modal, pengalaman, serta belum adanya sistem manajemen mutu. upaya peningkatan kualitas produk perlu difokuskan pada pelatihan produksi, kontrol kualitas, serta pendampingan kewirausahaan berkelanjutan

Kata kunci: UMKM, kewirausahaan mahasiswa, kualitas produk, daya saing, pendampingan, Universitas Bina Bangsa.

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Kontribusinya dalam menyerap tenaga kerja, mendorong inovasi lokal, dan meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Daerah tidak dapat dipungkiri. Dalam konteks pendidikan tinggi, UMKM bukan lagi sekadar konsep teoretis, melainkan wadah nyata bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu kewirausahaan yang diperoleh di bangku kuliah. Dengan membangun dan mengelola bisnis riil, mahasiswa tidak hanya mengasah kompetensi bisnis tetapi juga membangun mental wirausaha yang tangguh dan kreatif.

Sebagai institusi pendidikan yang berkomitmen mencetak lulusan yang siap bersaing di dunia kerja dan menciptakan lapangan kerja, Universitas Bina Bangsa telah mengintegrasikan semangat kewirausahaan ke dalam kurikulumnya. Komitmen ini diwujudkan melalui berbagai program pendampingan bisnis dan pelatihan kewirausahaan, khususnya dalam mata kuliah Bisnis dan Kewirausahaan. Program ini bertujuan mentransformasi pengetahuan teoretis menjadi aksi nyata, salah satunya dengan mendorong mahasiswa untuk mengembangkan produk UMKM.

Dalam implementasinya, tujuh mahasiswa yang beraktivitas di Kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B) telah meluncurkan beragam produk makanan dan minuman, seperti Kebab Samawa, Kopi Ice Palm Sugar Latte, Risol Ayam Suwir, Lumpia Crispy, Sosis dan Bakso Bakar, Kue Gabin dan Makaroni kemasan. Keberagaman produk ini menunjukkan potensi dan kreativitas yang tinggi. Namun, dalam dunia usaha yang kompetitif, kualitas produk menjadi penentu utama daya saing dan keberlangsungan bisnis.

Meski telah mendapatkan pendampingan, dalam praktiknya masih terdapat tantangan dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk secara konsisten. Persepsi

ANALISIS KUALITAS PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MAHASISWA UNIVERSITAS BINA BANGSA

kualitas dari konsumen, yang meliputi aspek kinerja, keandalan, daya tahan, kesesuaian, dan estetika, menjadi kunci untuk memenangkan loyalitas dan membangun merek. Di sisi lain, para mahasiswa pelaku usaha juga menghadapi berbagai faktor pembatas, baik internal seperti pengalaman dan manajemen waktu, maupun eksternal seperti akses bahan baku dan intensitas pendampingan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kualitas produk pada UMKM yang dikelola oleh mahasiswa Universitas Bina Bangsa di KP3B. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengukur tingkat kualitas produk berdasarkan persepsi konsumen (pelaku usaha aktif) di Kota Serang, dan (2) Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang paling berpengaruh terhadap kualitas produk tersebut. Hasil analisis diharapkan dapat menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi strategis yang tepat sasaran, guna meningkatkan kualitas, konsistensi, dan daya saing produk UMKM mahasiswa, sehingga kontribusi nyata mereka dalam perekonomian dapat semakin optimal dan berkelanjutan.

KAJIAN TEORITIS

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan ekonomi produktif yang dijalankan individu atau badan usaha berskala kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, mencakup usaha barang maupun jasa yang dikelola perorangan, rumah tangga, atau badan usaha kecil. Secara konseptual, UMKM ditandai oleh skala usaha terbatas, struktur organisasi sederhana, fleksibilitas tinggi, serta keterbatasan permodalan dan teknologi (Tambunan, 2019). Dalam konteks kewirausahaan mahasiswa, UMKM berperan sebagai media aplikatif untuk mengimplementasikan pengetahuan bisnis dari perkuliahan sekaligus mengembangkan kompetensi manajerial dan inovatif.

Kualitas Produk

Kualitas produk diartikan sebagai tingkat kemampuan suatu produk dalam memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen (Mensah et al., 2022). Menurut Garvin (1987) kualitas bersifat multidimensi karena mencakup berbagai atribut/dimensi seperti kinerja (*performance*), fitur (*features*), keandalan (*reliability*), daya tahan (*durability*), dan estetika (*aesthetics*), yang relevan untuk diterapkan dalam analisis produk makanan

dan minuman., baik yang berhubungan dengan fungsi produk maupun aspek nonfungsional. Tjiptono (2019) menambahkan bahwa kualitas produk merupakan determinan utama dalam membentuk kepuasan pelanggan serta menjamin keberlanjutan usaha. Pada konteks UMKM mahasiswa, kualitas tidak hanya tercermin dari mutu fisik produk, tetapi juga merefleksikan profesionalisme pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya.

Produk menjadi salah satu elemen utama dalam bauran pemasaran yang secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kualitas produk berperan sebagai faktor penentu dalam menciptakan kepuasan tersebut, yang tercermin melalui berbagai aspek seperti kinerja produk, daya tahan, kesesuaian dengan standar atau spesifikasi, nilai estetika, serta kesan yang ditimbulkan. Produk yang memiliki kualitas tinggi dan dapat dipercaya cenderung lebih mudah diingat oleh konsumen, sehingga mereka bersedia mengeluarkan biaya untuk memperolehnya. Penelitian (Susetyo et al., 2023) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, serta menjadi faktor utama daya saing UMKM kuliner melalui aspek rasa, kebersihan, kemasan, dan konsistensi produk (Balqis et al., 2025; Fajrul & Riska Fita Saptyana, 2025). Dukungan pendampingan dan kompetensi manajerial juga terbukti memperkuat kualitas produk mahasiswa (Al Afshana et al., 2025; Ningtyas, & Yanda Bara Kusuma, 2024), sehingga peningkatan mutu secara berkelanjutan menjadi strategi penting dalam menjaga kepuasan dan daya saing.. Oleh karena itu, produsen dituntut untuk terus meningkatkan mutu produk guna mencapai kepuasan konsumen secara optimal. Penelitian ini berupaya mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat kualitas produk dari sudut pandang mahasiswa sebagai pelaku UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih untuk mendeskripsikan atau menggambarkan karakteristik variabel penelitian, yaitu kualitas produk dan faktor-faktor yang memengaruhinya, secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan data numerik yang terkumpul. Data kuantitatif kemudian dianalisis untuk menghasilkan gambaran yang jelas dan terukur tentang kondisi objek penelitian. Metode tersebut dirancang untuk memberikan gambaran mengenai

ANALISIS KUALITAS PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MAHASISWA UNIVERSITAS BINA BANGSA

kualitas produk UMKM mahasiswa dan faktor-faktor yang memengaruhinya dalam waktu terbatas (4 jam pengambilan data) dari jam 07.00-10.00 WIB.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha aktif di Kota Serang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kedekatan geografis dengan lokasi pengembangan produk mahasiswa, yaitu Kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B), sehingga dianggap memiliki relevansi dan pemahaman terhadap konteks pasar lokal.

Sampel diambil secara purposive sampling berjumlah 20 orang responden bertujuan mendapatkan gambaran umum dan umpan balik mendalam dari kalangan terbatas yang kompeten dengan kriteria: (a) Berstatus sebagai pelaku usaha aktif (memiliki UMKM) di Kota Serang, (b) Diasumsikan memiliki pengetahuan dan pengalaman sebagai konsumen maupun pengusaha yang dapat menilai produk saingan.

Pengumpulan data berupa data primer yang dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner tertutup. Kuesioner didistribusikan secara langsung (*offline*) kepada responden, dengan Skala Likert 1-5 untuk pengukurannya. Pengukuran tersebut digunakan untuk mengukur 5 dimensi variabel, (1) Kinerja (*Performance*), (2) Keandalan (*Reliability*), (3) Daya Tahan (*Durability*), (4) Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specifications*) dan (5) Estetika (*Aesthetics*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM mahasiswa mampu menghasilkan produk dengan tingkat kreativitas dan variasi yang cukup tinggi yang menjadi unique selling point mereka. Produk makanan dan non makanan seperti Kebab Samawa, Kopi Ice Palm Sugar Latte, Risol Ayam Suwir, Lumpia Crispy, Sosis dan Bakso Bakar, Kue Gabin dan Makaroni kemasan mencerminkan keberagaman inovasi yang membedakan usaha mahasiswa dari produk sejenis di pasar lokal. Temuan ini mencerminkan implementasi semangat kewirausahaan kampus yang mendorong mahasiswa untuk berinovasi dan mengembangkan ide produk sesuai dengan selera konsumen.

Namun, kelemahan utama terletak pada rendahnya keandalan dan konsistensi kualitas. Terdapat kesenjangan antara kemampuan inovatif dan kemampuan operasional, di mana mahasiswa unggul dalam pengembangan ide, tetapi belum optimal dalam menstandarisasi proses produksi. Dari sisi internal, mahasiswa memiliki dua peran,

sebagai mahasiswa dan sebagai pelaku usaha serta keterbatasan pengalaman produksi memengaruhi pengendalian kualitas.

Sementara itu, dari sisi eksternal, keterbatasan akses bahan baku dan pendampingan yang masih bersifat umum turut menghambat stabilitas kualitas. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa kualitas produk bukanlah atribut tunggal, melainkan konstruksi multi-dimensi di mana konsistensi seringkali lebih sulit dicapai daripada keunikan. Secara praktis, temuan ini memberikan arahan yang jelas untuk program kewirausahaan kampus. Fokus harus bergeser dari sekadar "menghasilkan produk inovatif" menjadi "membangun sistem produksi yang andal untuk produk inovatif". Rekomendasi strategis yang muncul adalah perlunya modul pelatihan tentang standarisasi SOP (*Standard Operating Procedure*), manajemen rantai pasok mikro, serta pendampingan intensif berbasis coaching clinic di lokasi usaha. Dengan demikian, UMKM mahasiswa tidak hanya kompetitif dari sisi ide, tetapi juga dari sisi kualitas yang terpercaya dan berkelanjutan.

Tabel 1. Profil UMKM Mahasiswa di KP3B

No.	Nama Produk	Jenis Produk
1	Kebab Samawa	Makanan
2	Risol Ayam Suwir	
3	Sosis & Bakso Bakar	
4	Lumpia <i>Crispy</i>	
5	Makaroni	
6	Kue Putu Ayu	
7	Kopi <i>Ice Palm Sugar Latte</i>	Minuman

Sumber: Penelitian Data Mandiri

Tabel 2. Tingkat Kualitas Produk Berdasarkan Dimensi Kualitas (N=20)

Dimensi Kualitas	Skor Rata-rata	Kategori*
Desain dan Estetika (<i>Aesthetics</i>)	4.2	Baik
Kinerja (<i>Performance</i>)	3.9	Cukup Baik
Kesesuaian Spesifikasi (<i>Conformance</i>)	3.7	Cukup Baik
Keandalan dan Konsistensi (<i>Reliability</i>)	3.4	Cukup
Daya Tahan (<i>Durability</i>)	3.5	Cukup

Sumber: Penelitian Data Mandiri

Keterangan:

Kategori: Sangat Baik (4.21-5.00), Baik (3.41-4.20), Cukup (2.61-3.40), Kurang (1.81-2.60), Sangat Kurang (1.00-1.80). Penilaian Daya Tahan didasarkan pada kesesuaian produk dengan masa simpan yang diharapkan.

ANALISIS KUALITAS PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MAHASISWA UNIVERSITAS BINA BANGSA

Tabel 3. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Faktor	Indikator	Skor (1-5)	Tingkat Pengaruh
Internal	Manajemen Waktu	4.1	Sangat Tinggi
	Pengalaman Produksi	3.8	Tinggi
Eksternal	Akses & Kualitas Bahan Baku	4.0	Sangat Tinggi
	Intensitas & Kualitas Pendampingan	3.6	Tinggi

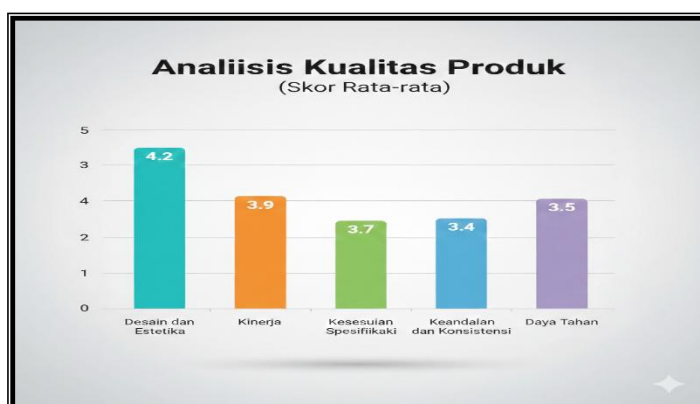
Sumber: Penelitian Data Mandiri

Keterangan:

Tingkat Pengaruh: Sangat Tinggi (4.01-5.00), Tinggi (3.01-4.00), Sedang (2.01-3.00), Rendah (1.01-2.00), Tidak Berpengaruh (1.00).

Tabel-tabel di atas menunjukkan bahwa secara umum, produk UMKM mahasiswa dinilai memiliki desain yang baik. Namun, aspek keandalan dan konsistensi masih menjadi titik lemah utama. Faktor manajemen waktu dan akses bahan baku diidentifikasi sebagai faktor yang paling berpengaruh terhadap kualitas produk. Seperti yang dikemukakan oleh (Rizkina et al., 2025), Reliability atau konsistensi bahkan terbukti berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga menjadi elemen strategis dalam keberlanjutan usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rahmelia et al., 2025) yang menyatakan bahwa fluktuasi kualitas pada usaha mikro sering kali bersumber dari ketidakteraturan proses dan ketergantungan pada rantai pasok yang tidak stabil.

Gambar 1. Contoh satu gambar Diagram Batang Kualitas Produk



Sumber: Penelitian Data Mandiri

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif yang diperoleh dapat dirumuskan beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

- 1. Kualitas produk UMKM mahasiswa Universitas Bina Bangsa secara umum berada pada kategori cukup baik, namun belum menunjukkan konsistensi yang merata pada seluruh dimensi kualitas.**

Dimensi rasa dan tampilan produk menjadi aspek yang paling menonjol dan mendapatkan apresiasi positif dari konsumen. Sebaliknya, aspek konsistensi tekstur, kebersihan, dan kemasan masih memerlukan perhatian dan perbaikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa pelaku UMKM telah memiliki orientasi terhadap kualitas produk, namun belum didukung oleh penerapan sistem pengendalian mutu yang terstruktur dan berkelanjutan.

- 1. Kualitas produk dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal.**

Faktor internal mencakup kreativitas, keterampilan teknis produksi, serta kemampuan manajemen waktu mahasiswa dalam menjalankan usaha. Sementara itu, faktor eksternal meliputi dukungan institusi kampus, ketersediaan bahan baku, respons pasar, serta dinamika tren konsumsi di kalangan mahasiswa. Sinergi antara faktor internal dan eksternal tersebut sangat menentukan kemampuan UMKM mahasiswa dalam mempertahankan daya saing produk.

- 2. Keberhasilan UMKM kuliner mahasiswa tidak hanya ditentukan oleh inovasi produk, tetapi juga oleh konsistensi dalam menjaga kualitas dan kebersihan secara berkelanjutan.**

Dalam konteks kewirausahaan mahasiswa, kualitas produk memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan konsumen, memperkuat citra usaha, serta menciptakan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, aspek kualitas harus diposisikan sebagai fondasi utama dalam pengembangan UMKM mahasiswa.

Penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi peningkatan kualitas produk dengan pembinaan kewirausahaan berbasis kualitas (*quality-based entrepreneurship*).

Universitas memiliki peran strategis dalam memperkuat kapasitas mahasiswa melalui penyediaan pelatihan, fasilitas produksi bersama (*shared kitchen*), serta

ANALISIS KUALITAS PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MAHASISWA UNIVERSITAS BINA BANGSA

pendampingan usaha secara berkelanjutan. Dengan dukungan tersebut, UMKM mahasiswa berpotensi berkembang menjadi unit usaha yang profesional, inovatif, dan memiliki daya saing tinggi.

Saran

1. Bagi Mahasiswa Pelaku UMKM

Mahasiswa disarankan untuk meningkatkan kompetensi dalam pengelolaan mutu produk melalui pelatihan *Good Manufacturing Practice* (GMP) dan penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP) produksi. Selain itu, perhatian terhadap aspek branding, desain kemasan, serta strategi pemasaran digital perlu ditingkatkan guna memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan bahan baku berkualitas, pengembangan inovasi rasa, serta penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan secara konsisten diharapkan dapat memperkuat daya saing produk UMKM mahasiswa.

2. Bagi Universitas Bina Bangsa

Universitas diharapkan dapat mengembangkan program inkubator bisnis dan pelatihan mutu produk secara berkelanjutan melalui pusat kewirausahaan mahasiswa (entrepreneurship center). Penyediaan fasilitas produksi bersama dan laboratorium kewirausahaan dapat dimanfaatkan sebagai sarana praktik penerapan pengendalian kualitas produk.

Selain itu, penguatan kolaborasi antara dosen pembimbing kewirausahaan, alumni pelaku bisnis, serta lembaga pemerintah daerah perlu dilakukan agar mahasiswa memperoleh dukungan teknis, akses pembiayaan, dan jejaring pemasaran yang lebih luas.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan pendekatan kuantitatif dalam mengukur hubungan antara kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan UMKM kuliner mahasiswa. Selain itu, studi komparatif antar perguruan tinggi di berbagai wilayah dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pola pengembangan kualitas produk UMKM berbasis mahasiswa di Indonesia. Penggunaan pendekatan *mixed methods* juga direkomendasikan guna meningkatkan validitas temuan dan memperkaya perspektif teoretis terkait kualitas produk dalam konteks kewirausahaan mahasiswa.

DAFTAR REFERENSI

- Al Afshana, D. M., Agung Winarno, & Wening Patmi Rahayu. (2025). Optimalisasi Produktivitas dan Efisiensi Kewirausahaan Melalui Pengembangan Keterampilan Manajerial. *Pajak dan Manajemen Keuangan*, 2(6), 01–11. <https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v2i6.1776>
- Balqis, H. O., Rahma Gusti Pratama, Khusna Khusna, & Indah Noviyanti. (2025). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen pada Kedai Kopi Kinikawa di Pangkal Pinang. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 297–316. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i1.6217>
- Fajrul, M. & Riska Fita Saptiyana. (2025). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner di Era Digital: Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Kota Semarang. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(2), 143–157. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i2.5066>
- Mensah, J., Oppong, P. K., & Addae, M. (2022). Effect of Packaging on Perceived Quality and Brand Loyalty: The Mediating Role of Brand Association in Over-the-Counter Market. *Open Journal of Business and Management*, 10(01), 297–313. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101018>
- Ningtyas, A. K. & Yanda Bara Kusuma. (2024). Peranan Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Usaha Dan Akses Pasar Pedagang SWK Urip Sumoharjo. *Journal of Creative Student Research*, 2(4), 103–116. <https://doi.org/10.55606/jcsr-politama.v2i4.4006>
- Rahmelia, S., Ilham, B. U., & Kulsaputro, J. (2025). ANALISIS STRATEGI MANAJEMEN RANTAI PASOK DAN PENINGKATAN DAYA SAING PADA PABRIK TEMPE HIKMA DESA BONTOREA KABUPATEN GOWA. 3(1).
- Rizkina, A. K. A., Zakaria, Z., & Labo, I. A. (2025). The Influence of Reliability on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction. *Advances in Business & Industrial Marketing Research*, 3(1), 16–29. <https://doi.org/10.60079/abim.v3i1.301>
- Susetyo, Y., Siti Nurkhasanah, & M. Shohibul Jamil. (2023). PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK UMKM SIMBOK BAWANG GORENG. *E-logis : Jurnal Ekonomi Logistik*, 6(1), 29–43. <https://doi.org/10.70375/e-logis.v6i1.57>

ANALISIS KUALITAS PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MAHASISWA UNIVERSITAS BINA BANGSA

- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Jakarta: LP3ES.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. *Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. (Catatan: Teks Anda menyebutkan tahun 2003, namun secara hukum UU UMKM yang umum adalah No. 20 Tahun 2008).