

## **ANALISIS PENERAPAN *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* PADA MEREK KEDAI KOPI LOKAL**

**Amelia Grandis Putri Marsela<sup>1</sup>, Andito Dwi Haryanto<sup>1</sup>, Destya Shafira  
Nugraheni<sup>1</sup>, Ma’rifatturohana<sup>1</sup>, Nafis Hammam N.P. <sup>1</sup>, Reisyaa Aaliyah Kamal<sup>1</sup>,  
Volva Diti Arrahim<sup>1</sup>, Wiwiek Rabiatal Adawiyah<sup>1</sup>, Titi Nurfitri<sup>1</sup>,  
Bagas Gumintang<sup>1\*</sup>**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jendral Soedirman, Indonesia

\*Corr. Author: bagasgumintang@gmail.com

---

### **ABSTRACT**

Dampak dari globalisasi dalam dunia industri saat ini telah menimbulkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dan kompetitif. Perusahaan dituntut untuk mampu berkembang dalam menerapkan strategi bisnis dalam melayani konsumen seperti menciptakan sebuah produk yang inovatif, unik, dan berkualitas. Total Quality Management (TQM) adalah metode dalam manajemen bisnis yang memaksimalkan daya saing melalui evaluasi secara berkelanjutan dari produk, pelayanan, orang, proses, serta lingkungan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan TQM pada merek kedai kopi lokal Mate dan Co Cafe. Indikator yang digunakan pada penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan, respek terhadap setiap orang, manajemen berdasarkan fakta, serta perbaikan berkesinambungan. Berdasarkan hasil survei kuesioner yang dilakukan kepada 10 responden, penerapan TQM pada Mate dan Co Café mendapatkan penilaian pada kategori sangat baik (83.0%).

**Kata Kunci:** *Total Quality Management* (TQM); kualitas pelayanan; kedai kopi lokal

---

## 1. Pendahuluan

Mate coffee merupakan sebuah usaha yang didirikan oleh keluarga Sanjaya pada tahun 2018. Dari tahun 2018 manajemen dipegang langsung oleh owner sampai tahun 2020. Pada tahun 2020 pihak owner mate coffee mencari agensi yang bisa mengelola manajemen cafe dan berjalan sampai 2021. Pada tahun 2022 dari pihak owner itu melepas kepemilikan mate coffee shop ke pihak manajemen sebagai owner keseluruhan dan akhirnya menjadi sistem sewa tempat karena full profit pada waktu itu sudah menjadi hak milik manajemen saat ini. Cafe ini bukan merupakan sebuah usaha yang turun temurun melainkan sebuah usaha yang awalnya di pegang oleh owner, namun karena pemilik belum bisa terjun di dunia FnB akhirnya dilepas ke agensi manajemen. Manajemen membayar sewa tempat 50% dan mendapat sharing profit. Visi dan misi dari mate coffee ini yaitu "*a place for having fun*". Visi misi ini berubah dari manajemen sebelumnya, namun di manajemen yang sekarang perusahaan memberikan coffee, memberikan cinema, entertain, dan bertujuan mewadahi kelompok yg berkecimpung di dunia entertain. Tujuannya tempat ini jadi wadah untuk orang-orang di dunia kreatif, karena di Purwokerto belum ada *homebase* untuk itu.

Dalam melakukan aktivitas perusahaan perlu dirancang suatu sistem untuk merangkai dan mengontrol kegiatan-kegiatan perusahaan sedemikian rupa sehingga operasi perusahaan dapat berjalan dengan teratur, terkoordinir dan terencana serta dapat diawasi, dimana dengan keberadaan sistem tersebut dapat mengukur sejauh mana sebuah perusahaan dapat mencapai misi yang ada dan memberikan kepuasan kepada pelanggannya. *Total Quality Management* adalah suatu konsep manajemen modern yang berusaha untuk memberikan respon secara cepat pada tiap perubahan yang ada dan berfokus pada tujuan atau misi perusahaan untuk melayani kebutuhan pelanggan dengan memasok barang dan jasa yang memiliki kualitas tinggi dan berwawasan lingkungan. Berdasarkan uraian di atas, menarik jika mengkaji sejauh mana penerapan mutu di mate coffee dalam produksinya tersebut.

## 2. Kajian Literatur

### 2.1 Total Quality Management

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi penerapan *Total Quality Management* dalam produksinya serta merekomendasikan teori penerapan TQM sebagai usulan perbaikan dalam penerapan manajemen mutu yang telah berjalan. Penelitian ini hanya mencangkup mengenai penerapan TQM pada unit kerja produksi dan unit yang terkait pada proses produksi.

TQM berkomitmen untuk menciptakan budaya kualitas yang memastikan bahwa karyawan dan karyawan memuaskan konsumen, dan didukung oleh struktur organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. TQM dianggap sebagai metode manajemen bisnis yang memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus dari produk, layanan, orang, proses dan lingkungan. Organisasi yang menggunakan TQM berusaha untuk terus berkembang untuk memenangkan persaingan di era global yang akan datang. (1) orientasi pelanggan; (2) perbaikan proses; dan (3) partisipasi bersama. Inti dari TQM adalah filosofi yang mendikte perubahan budaya dalam suatu organisasi dan dapat menyentuh hati dan pikiran orang dengan kualitas yang diinginkan. (Achmad Supriyanto, 2011)

Pendekatan TQM didasarkan pada enam konsep utama : (1) manajemen yang berdedikasi dan partisipasi penuh dalam dukungan organisasi dari atas ke bawah, (2) fokus keberlanjutan untuk konsumen internal dan eksternal, (3) melibatkan dan secara efektif meningkatkan semua sumber daya manusia organisasi, (4) untuk terus meningkatkan semua bisnis dan proses produksi produk, (5) termasuk pemasok sebagai mitra kerja, (6) sistematis untuk semua proses yang menghasilkan pengukuran. Sistem TQM ditentukan oleh manajemen puncak yang bertanggung jawab atas implementasinya, karena manajemen puncak organisasi perusahaan akan menentukan strategi bisnis, bagaimana produk/jasa diproduksi dan pasar konsumen akan menggunakannya. Produk atau layanan. Ini berarti bahwa kebijakan penerapan sistem TQM ditetapkan secara prinsip di ruang rapat, bukan di tingkat karyawan. Oleh karena itu jelas bahwa strategi untuk mencapai

tujuan TQM perlu dilaksanakan sejak awal dengan komitmen penuh dari manajemen puncak dan semua manajemen senior, dan kemudian semua tingkat manajemen, manajemen operasi dan manajemen menengah. (Sukma Lesmana, 2009)

TQM adalah seperangkat prinsip, alat, dan prosedur yang memberikan panduan dalam praktik organisasi. TQM menugaskan kepada setiap anggota organisasi untuk memantau dan terus meningkatkan cara organisasi akan beroperasi untuk memenuhi harapan pengguna atau pelanggan atas kualitas produk atau layanannya. Dari definisi tersebut, dapat dipahami bahwa Total Quality Management (TQM) perlu diterapkan. Ini adalah aplikasi atau penerapan konsep melibatkan seluruh elemen organisasi untuk bersama-sama menerapkan kebijakan organisasi untuk meningkatkan kualitas produk guna memuaskan pelanggan. (Feiby Ismail, 2009)

## 2.2 Sistem Manajemen Kualitas

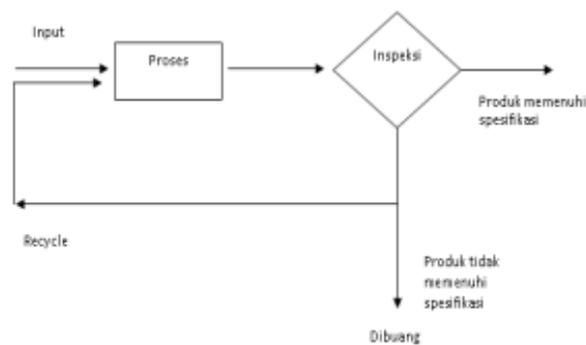
Kualitas menurut standar ISO 9000 merupakan sebuah ukuran tingkat untuk kerja dan karakteristik suatu produk barang atau jasa untuk memenuhi fungsi yang diinginkan. Definisi kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, dengan kata lain menggunakan kualitas dapat dipandang sebagai tingkat ukuran kemampuan yang memuaskan untuk digunakan. Untuk dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi maka penyedia barang atau jasa harus mengikuti selera konsumen yang selalu berubah. Penyedia harus selalu mengadakan penyesuaian metode, proses, organisasi, fasilitas pendukung, dan lain sebagainya.

## 2.3 Pengendalian Manajemen Kualitas

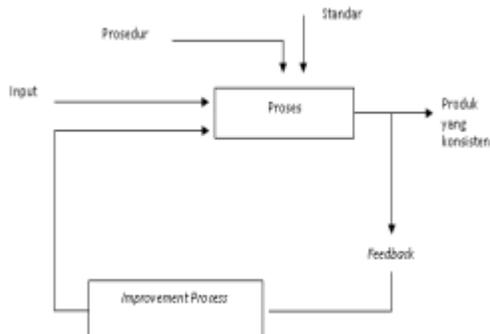
Dalam pengendalian mutu produk antara pemakai dan penyedia harus membuat suatu persetujuan bersama mengenai spesifikasi yang harus dipenuhi penyedia agar produk tersebut dapat diterima konsumen. Persoalan datang dengan kemungkinan berubahnya selera konsumen yang dapat berakibat pada spesifikasi desain serta berlanjut ke manual kerja proses produksi yang akan menghasilkan produk yang kurang sesuai dengan

keinginan konsumen. Dengan demikian selera konsumen sangat menentukan kualitas mana yang terbaik yang akan diikuti penyelia produk yang ditawarkan. Berikut ini diuraikan beberapa sistem kualitas antara lain :

1. *Quality Control (QC)* atau pengendalian mutu merupakan inspeksi pemisahan produk yang memenuhi dan tidak memenuhi spesifikasi, produk yang gagal dibuang dan sebagian lagi didaur ulang guna menghilangkan ketidaksesuaian produk. Secara singkat sistem pengendalian mutu dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



2. *Quality Assurance (QA)* atau pemastian mutu merupakan suatu proses produksi yang dilaksanakan secara konsisten yang dimulai dari desain, pasokan bahan baku produk, tata cara proses dan lain sebagainya. Dimana hal ini dilakukan sesuai petunjuk manual yang diberikan, direncanakan berdasarkan desain dan spesifikasi produk serta sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Proses ini dapat digambarkan pada gambar dibawah ini.



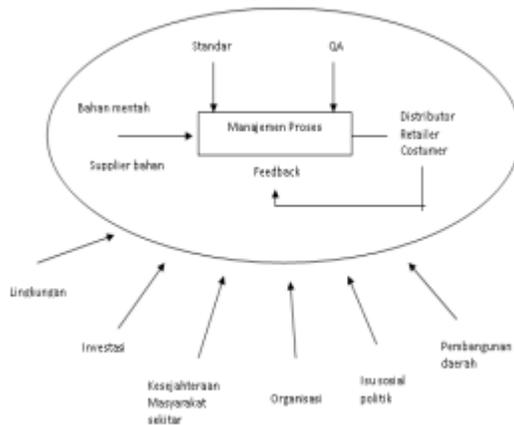
3. *Total Quality Control (TQC)* atau kesatuan pengendalian mutu merupakan suatu sistem dari manajemen yang dapat mengatur seluruh potensi sumber daya baik manusia, teknologi, alat kemampuan teknis dan biaya sedemikian rupa sehingga di dalam proses kerja terjadi integrasi secara menyeluruh. Keterlibatan semua fungsi dalam kegiatan implementasi *Total Quality Control (TQC)* adalah sebagai berikut :

- Keterlibatan semua level dari manajemen puncak sampai karyawan dalam memperhatikan kualitas.
- Filosofi perbaikan berkesinambungan.
- Orientasi pada pelanggan, dimana kualitas ditentukan dari sudut pandang pelanggan.

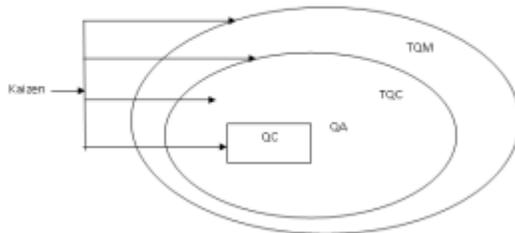
Untuk lebih jelasnya proses *Total Quality Control (TQC)* dapat diuraikan pada gambar dibawah ini.



4. *Total Quality Management (TQM)* atau kesatuan manajemen mutu merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan sebuah usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing perusahaan melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya. Berikut diuraikan komponen-komponen TQM yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



5. Kaizen atau perbaikan mutu secara terus menerus merupakan suatu sistem pengelolaan dan perbaikan yang dilakukan secara terus menerus dalam lingkup aktivitas *Quality Control*, *Quality Assurance*, *Total Quality Control*, dan *Total Quality Management*. Ilustrasi dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Menurut Hensler dan Brunell (dalam Scheuing dan Christopher, 1993, pp. 165-166), terdapat empat prinsip utama dalam *Total Quality Management* (TQM) antara lain :

- a. Kepuasan pelanggan yang berarti kebutuhan pelanggan diusahakan untuk dipuaskan dalam segala aspek termasuk harga, keamanan, dan ketepatan waktu. Semakin tinggi nilai kualitas yang diberikan, maka semakin besar pula kepuasan pelanggan.
- b. Respek terhadap setiap orang yang berarti setiap orang dalam suatu organisasi perlu diperlakukan dengan baik dan diberikan kesempatan untuk terlibat dan berpartisipasi dalam tim pengambil keputusan.
- c. Manajemen berdasarkan fakta yang berarti manajemen dalam tim memerlukan data dan analisis statistik sehingga dapat memprediksi hasil dari setiap keputusan dan tindakan yang dilakukan.

d. Perbaikan berkesinambungan yang berarti setiap organisasi perlu melakukan proses secara sistematis dalam melaksanakan perbaikan berkesinambungan dengan menggunakan konsep siklus PDCA (*plan, do, check, action*) dikenal dengan nama siklus deming yang dikembangkan untuk menghubungkan antara produksi suatu produk dengan kebutuhan pelanggan dan memfokuskan sumber daya semua unit dalam upaya kerjasama untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Siklus deming menurut Garold D. Oberlender dapat diilustrasikan pada gambar dibawah ini.



Berikut fase-fase implementasi *Total Quality Management (TQM)* dapat dilihat pada tabel dibawah ini

No	Fase TQM	Implementasi
1	Persiapan	Membentuk <i>steering committee</i> (pihak manajemen yang bertanggung jawab dalam penerapan TQM dalam suatu perusahaan), membentuk tim, pelatihan TQM, Menyusun pernyataan visi dan prinsip sebagai pedoman, menyusun tujuan, komunikasi dan publikasi, identifikasi kekuatan dan kelemahan, identifikasi pendukung dan penolak, memperkirakan sikap karyawan, mengukur kepuasan pelanggan.
2	Perencanaan	Merencanakan pendekatan penerapan TQM, dalam hal ini menggunakan siklus PDCA, identifikasi proyek, penyusunan tim, pelatihan tim.
3	Pelaksanaan	Penggiatan tim dalam mengerjakan tugas masing-masing dengan teknik TQM yang dipelajari, memberikan informasi umpan balik kepada <i>Steering Committee</i> .

### 3. Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif karena dalam pelaksanaannya meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Penelitian ini disusun sebagai penelitian induktif yakni mencari dan mengumpulkan data yang ada di lapangan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor, unsur-unsur bentuk, dan suatu sifat dari fenomena di masyarakat. (Nazir, 1998: 51). Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir- formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis: 2008: 66) Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, daftar pertanyaannya dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan pilihan berganda (*multiple choice questions*) dan pertanyaan terbuka (*open question*). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang kepuasan konsumen dan kepuasan karyawan cafe Mate & Co.

Populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu :

1. Populasi

Menurut Warsito (1992: 49), populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa, sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Populasi yang digunakan sebagai objek penelitian adalah pelanggan dan karyawan dari cafe Mate & Co.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti, (Arikunto, 2002:109). Penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis metode *random sampling*. Teknik sampling ini diberi nama demikian karena di dalam pengambilan sampelnya, peneliti “mencampur” subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek-subjek dalam populasi dianggap sama. Adapun caranya adalah dengan memberikan kuisoner kepada pelanggan dan karyawan dari cafe Mate & Co. Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah. Semua data yang terkumpul kemudian disajikan dalam susunan yang baik dan rapi. Yang termasuk dalam kegiatan pengolahan data adalah menghitung frekuensi mengenai kepuasan pelanggan dan kepuasan karyawan dari cafe Mate & Co berdasarkan data hasil kuesioner kemudian diolah.

Tahap-tahap pengolahan data tersebut adalah:

### 1. Penyuntingan

Semua daftar pertanyaan wawancara, data kuesioner yang berhasil dikumpulkan selanjutnya diperiksa terlebih dahulu dan dikelompokkan.

### 2. Penyusunan dan Perhitungan Data

Penyusunan dan perhitungan data dilakukan secara manual dengan menggunakan alat bantu berupa komputer.

Tahap-tahap pengolahan data hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Pemeriksaan akan kelengkapan jawaban.

Pada tahap ini data yang diperoleh diperiksa kembali untuk mencari jawaban dari kuesioner yang tidak lengkap.

#### 4. Hasil

##### *Instrumen Penelitian*

Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Maka untuk mengetahui sikap dan persepsi responden. Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2018) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti pada tabel berikut ini :

Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner

No	Pernyataan	Kode	Skor Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Cukup	C	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Kisi- kisi Instrumen Kuesioner Implementasi Total Quality Management di Mate & Co Café

Variabel	Indikator	No Butir	Jumlah Butir
Implementasi Total Quality Mangement	Kepuasan Pelanggan (Customers satisfaction)	1,2,3	3
	Respek Terhadap Setiap Orang (Respect for people)	4,5	2
	Manajemen Berdasarkan Fakta (Management be based facts)	6,7,8	3
	Perbaikan Berkesinambungan (Continous improvement)	9,10	2
	Jumlah		10

**RESULT**

Data variabel implementasi Total Quality Management pada aspek kualitas pelayanan di Mate & Co Cafe diperoleh melalui kuesioner yang terdiri dari 10 item dengan jumlah responden 10 orang. Proses penentuan jumlah/frekuensi dan persentase jawaban “Sangat Setuju” “Setuju” “Cukup” “Tidak Setuju” “Sangat Tidak Setuju” selanjutnya dilakukan untuk kelompok item yang membentuk indikator:

- a. Kepuasan Pelanggan (butir 1, 2, 3): tiga butir
- b. Respek terhadap Setiap Orang (butir 4, 5): dua butir
- c. Manajemen Berdasarkan Fakta (butir 6, 7, 8): tiga butir
- d. Perbaikan Berkesinambungan (butir 9, 10): dua butir.

No	1	2	3	4	5	Total
1	0	0	1	4	5	10
2	0	0	2	4	4	10
3	0	0	0	5	5	10
4	0	0	1	6	3	10
5	0	0	3	5	2	10
6	0	0	1	5	4	10
7	0	1	6	3	0	10
8	0	0	2	5	3	10
9	0	0	0	5	5	10
10	0	0	1	5	4	10

Jumlah Responden= 10

Nilai Tertinggi= 5

Maka, 50

No	1	2	3	4	5	Tota l	100 %	1	2	3	4	5
1	0	0	3	16	25	44	88%	0%	0%	6%	32%	50%
2	0	0	6	16	20	42	84%	0%	0%	12%	32%	40%
3	0	0	0	20	25	45	90%	0%	0%	0%	40%	50%
4	0	0	3	24	15	42	84%	0%	0%	6%	48%	30%
5	0	0	9	20	10	39	78%	0%	0%	18%	40%	20%
6	0	0	3	20	20	43	86%	0%	0%	6%	40%	40%
7	0	2	18	12	0	32	64%	0%	4%	36%	24%	0%
8	0	0	6	20	15	41	82%	0%	0%	12%	40%	30%
9	0	0	0	20	25	45	90%	0%	0%	0%	40%	50%
10	0	0	3	20	20	43	86%	0%	0%	6%	40%	40%

#### Keberhasilan Implementasi TQM

= Total % : 10

= 832% : 10

= 83,2%

Jadi, dapat disimpulkan bahwa implementasi total quality management di Mate & Co Cafe mendapatkan penilaian pada kategori sangat baik (83,0%).

#### 5. Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner Implementasi Total Quality Management di Mate & Co Café yang terdiri dari 10 responden dengan 10 butir pertanyaan. Dapat diketahui, dari 10 responden Mate & Co Cafe mendapatkan angka 832% dalam keberhasilan Implementasi TQM dengan total nilai yang didapatkan adalah 83% dalam pengimplementasian Total Quality Management. Hal ini menunjukkan bahwa Mate & Co Cafe sudah cukup berhasil dalam penerapan TQM dan sudah memiliki komitmen yang cukup serius.

#### 6. Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian diatas implementasi total quality management di Mate & Co Cafe mendapatkan penilaian pada kategori sangat baik (83,0%) dengan begitu Mate & Co Cafe telah menerapkan total quality management dengan sangat baik. Dengan penerapan total quality Management yang baik Mate & Co Cafe dapat mengontrol kegiatan-kegiatan perusahaan sedemikian rupa sehingga operasi perusahaan dapat berjalan dengan teratur, terkoordinir dan terencana serta dapat diawasi, dimana dengan keberadaan sistem tersebut dapat mengukur sejauh mana sebuah perusahaan dapat mencapai misi yang ada dan memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Karena terpenuhinya kepuasan pelanggan dengan baik maka pelanggan bisa memberikan feedback positif dan dapat memilih untuk setia membeli produk-produk yang ada di Mate & Co Cafe tersebut serta dapat menambah jumlah pelanggan baru. Selain itu penerapan

total quality yang baik dapat meningkatkan komunikasi dan moral karyawan serta pengendalian dan pengawasan kualitas produk secara rutin agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

## **Referensi**

Allen James. *Interdisciplinary Differences s in Attitudes Towards Deposit in Institutional Repositories*. Arts and Humanities Research Council.

Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Arman, U.D. (2018). *Penerapan Total Quality Management (TQM) Pada Produksi Ready Mix Concrete*. Rang Teknik Jurnal.

Mardalis. (2008). *Metodologi Peneitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara.

Nazir M. (1998). *Metode Penelitian*.Ghalia Indonesia.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.

Taufiqurrachman. 2022. *Cara Hitung Kuisisioner pada Skala Rikert*. Diakses pada Kamis, 23 Juni pukul 15.00 wib.

Warsito, H. (1992). *Pengantar Metodologi Penelitian : Buku Panduan Mahasiswa*, PT. Gramedia Pustaka Utama.