

Analisis Implementasi Total Quality Management (TQM) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pada Conneight Studio Kota Malang

Bintang Nurdiansyah Putra^{1*}, Mulyono Mulyono², Soedjono Soedjono³
¹⁻³Universitas Widyagama Malang, Indonesia

Alamat: Jl. Borobudur No.35, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65142
Korespondensi Penulis: bintangnrdnsh@gmail.com*

Abstract. *The influence of globalization in today's industry has increased the level of competition between companies, making it increasingly tight and competitive. A company's success is often measured by the quality of the products it produces. Total Quality Management (TQM) is a continuous process that aims to achieve better quality standards in meeting customer needs. This study aims to determine the implementation of TQM, product quality, and to determine the improvement of product quality at Conneight Studio in Malang City. The method used is descriptive analysis. Based on the results of the study, the implementation of TQM requires commitment from all members of the organization. In the printing sector, all employees must be involved in efforts to improve product quality. Training, developing a quality culture, and active participation of the entire team are the keys to creating an environment that supports continuous improvement in product quality. TQM enables printing companies to achieve significant improvements in product quality. Data-based performance measurement is an important aspect of TQM. By collecting and analyzing data on product quality, companies can identify problems, monitor progress, and implement appropriate corrective actions. Effective use of data helps companies make decisions based on facts and evidence and guides continuous improvement efforts.*

Keywords: *Total Quality Management, Produk Quality, Analisis*

Abstrak. Pengaruh globalisasi dalam industri saat ini telah meningkatkan tingkat persaingan antara perusahaan, menjadikannya semakin ketat dan kompetitif. Keberhasilan perusahaan seringkali diukur dari kualitas produk yang dihasilkannya. Total Quality Management (TQM) adalah proses berkelanjutan yang bertujuan untuk mencapai standar kualitas yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi TQM, kualitas produk, dan mengetahui peningkatan kualitas produk pada Conneight Studio di Kota Malang. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian, implementasi TQM memerlukan komitmen dari seluruh anggota organisasi. Di sektor percetakan, semua karyawan harus terlibat dalam upaya untuk meningkatkan kualitas produk. Pelatihan, pengembangan budaya mutu, dan partisipasi aktif seluruh tim adalah kunci untuk menciptakan lingkungan yang mendukung peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan. TQM memungkinkan perusahaan percetakan mencapai peningkatan kualitas produk yang signifikan. Pengukuran kinerja berbasis data adalah aspek penting dalam TQM. Dengan mengumpulkan dan menganalisis data tentang kualitas produk, perusahaan dapat mengidentifikasi masalah, memantau perkembangan, dan menerapkan tindakan perbaikan yang tepat. Penggunaan data yang efektif membantu perusahaan dalam membuat keputusan berbasis fakta dan bukti serta memandu upaya perbaikan yang berkelanjutan.

Kata kunci: Manajemen Kualitas Total, Kualitas Produk, Analisis

1. LATAR BELAKANG

Saat ini, kepentingan akan sandang, terutama dalam hal kaos, tak bisa diabaikan oleh masyarakat. Kaos bukan hanya sekadar pakaian, melainkan juga simbol kepercayaan diri bagi individu yang mengenakannya. Dengan desain yang santai dan nyaman, kaos menjadi pilihan utama bagi banyak orang, baik untuk keperluan santai maupun aktivitas sehari-hari di rumah. Kelebihan kaos tidak hanya terletak pada kenyamanan fisiknya, tetapi juga pada fleksibilitasnya dalam desain. Dengan menggunakan teknik sablon, kaos dapat diberi motif

yang unik dan menarik sesuai dengan selera pemakainya, menjadikannya tidak hanya pakaian fungsional tetapi juga fashion statement yang kuat.

Selain itu, keberagaman pengguna kaos juga patut diperhatikan. Kaos tidak hanya dimaksudkan untuk kaum pria, tetapi juga sangat cocok untuk digunakan oleh kaum wanita. Desain-desain yang variatif dan model yang mengikuti tren membuat kaos menjadi pilihan yang universal bagi semua jenis kelamin. Tak hanya itu, kaos juga dirancang dengan memperhatikan aspek kenyamanan pengguna. Bahan kain yang digunakan memiliki kemampuan untuk menyerap keringat, sehingga memberikan sensasi dingin dan nyaman saat digunakan, terutama dalam cuaca yang panas.

Namun, keunggulan kaos tidak berhenti di situ. Kini, tren berkelanjutan dan kesadaran akan lingkungan semakin mendorong penggunaan bahan-bahan ramah lingkungan dalam pembuatan kaos. Bahan organik dan daur ulang semakin banyak digunakan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Dengan demikian, kaos tidak hanya menjadi pilihan yang nyaman dan modis, tetapi juga merupakan langkah kecil menuju pembuatan pakaian yang lebih berkelanjutan.

Dengan semua keunggulan ini, tak heran jika kaos tetap menjadi salah satu pilihan pakaian yang paling diminati oleh masyarakat modern. Kepraktisan, kenyamanan, dan fleksibilitasnya menjadikannya lebih dari sekadar pakaian biasa, melainkan bagian penting dari gaya hidup kontemporer yang dinamis dan berwawasan lingkungan.

Bisnis sablon kaos saat ini menawarkan potensi yang sangat menarik, terutama karena permintaan akan kaos yang tetap tinggi di kalangan masyarakat. Kaos telah menjadi salah satu pakaian yang tidak terpengaruh oleh perubahan zaman, sehingga keberadaannya tetap relevan di setiap era. Faktor ini menjadikan bisnis sablon kaos memiliki pangsa pasar yang stabil dan konsisten, memberikan peluang yang menarik bagi para pengusaha untuk terjun ke dalam industri ini.

Teknik sablon kaos menjadi kunci dalam pembuatan kaos, karena melalui teknik ini gambar, foto, atau desain lainnya dapat dicetak secara presisi ke permukaan kaos. Dalam bisnis sablon, desain menjadi aspek yang sangat penting, karena inovasi dan keunikan desain dapat menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Oleh karena itu, para pelaku usaha sablon kaos dituntut untuk terus mengembangkan strategi pemasaran yang menarik untuk memikat konsumen dan tetap bersaing di pasar yang semakin ketat.

Penting bagi pelaku bisnis sablon kaos untuk terus melakukan perubahan dan inovasi, serta memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Kepuasan konsumen menjadi kunci dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Perbaikan berkelanjutan dalam

aktivitas bisnis, dengan fokus pada kepuasan pelanggan, menjadi strategi yang penting untuk meningkatkan kualitas dan daya saing perusahaan.

Conneight Studio merupakan perusahaan swasta yang bergerak di sektor layanan desain dan produksi sablon. Perusahaan ini berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan masyarakat umum dengan menyediakan layanan desain kreatif, produksi sablon, serta layanan terkait seperti konsultasi desain dan penyelesaian masalah pelanggan.

Untuk mendukung kegiatan produksi dan layanan, perusahaan ini memerlukan infrastruktur yang memadai, termasuk peralatan desain dan produksi yang canggih. Dalam menjalankan operasionalnya, Conneight Studio fokus pada pelayanan pelanggan yang optimal dan terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan serta produktivitasnya.

Manajemen perusahaan senantiasa berusaha untuk menetapkan arah dan tujuan yang jelas dalam upaya meningkatkan efektivitas operasional. Hal ini dilakukan dengan memperhatikan kebutuhan jangka panjang perusahaan serta menyesuaikan strategi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan demi memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kualitas produk menjadi perhatian utama bagi perusahaan. Pentingnya kualitas dapat dilihat dari dua perspektif, yaitu manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Dari sudut pandang manajemen operasional, kualitas produk adalah kebijakan kunci untuk meningkatkan daya saing dan harus memberikan kepuasan kepada konsumen yang setidaknya sama atau lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Sementara itu, dari sudut pandang pemasaran, kualitas produk merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran (marketing-mix) yang mencakup produk, harga, promosi, dan distribusi, yang semuanya dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan (Nasution, 2005). Dari sini konsep Total Quality Management (TQM) muncul.

Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk adalah dengan menerapkan Total Quality Management (TQM). Melalui TQM, perusahaan dapat memastikan bahwa proses produksi berjalan efisien dan produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang tinggi. Kualitas produk menjadi kunci dalam memenangkan persaingan di pasar yang kompetitif, dan implementasi TQM dapat menjadi langkah yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut.

Perkembangan teknologi yang pesat juga menegaskan pentingnya kualitas dalam kesuksesan suatu perusahaan. Kualitas produk tidak hanya berperan sebagai penentu utama dalam memenangkan persaingan, tetapi juga sebagai faktor yang mendorong pertumbuhan dan reputasi perusahaan di pasar global. Oleh karena itu, investasi dalam peningkatan kualitas

produk menjadi strategi yang vital bagi kesuksesan jangka panjang suatu perusahaan dalam industri sablon kaos maupun industri lainnya.

Faktanya, dalam arena persaingan bisnis, keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat bergantung pada reputasi kualitasnya, baik di tingkat domestik maupun internasional. Kualitas produk menjadi fokus utama dalam strategi perusahaan, karena memiliki dampak signifikan dari perspektif manajemen operasional maupun manajemen pemasaran.

Dari segi manajemen operasional, kualitas produk merupakan salah satu kebijakan krusial dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Produk yang berkualitas tidak hanya memenuhi harapan konsumen, tetapi juga harus dapat mengungguli atau setidaknya sebanding dengan produk dari pesaing. Sementara itu, dari perspektif pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu komponen utama dalam bauran pemasaran, yang meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi. Kualitas yang baik mampu meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.

Dari sinilah, konsep Total Quality Management (TQM) muncul sebagai pendekatan terbaik untuk memenangkan persaingan global dengan menghasilkan produk dan layanan terbaik. TQM tidak hanya merupakan sebuah metode, tetapi juga sebuah filosofi yang membutuhkan komitmen dan keterlibatan dari seluruh manajemen dan anggota organisasi. TQM menawarkan solusi bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan global yang semakin kompleks dan cepat pertumbuhannya.

TQM, atau dikenal juga sebagai Manajemen Mutu Terpadu, mewakili integrasi semua fungsi manajemen dan seluruh elemen perusahaan ke dalam satu falsafah holistik yang berpusat pada konsep kualitas dan kepuasan pelanggan. Seperti yang dikemukakan oleh Ishikawa dalam Nasution (2005), TQM melibatkan semua bagian perusahaan dan semua individu dalam usaha bersama untuk mencapai tingkat kualitas yang optimal.

Dengan menerapkan TQM, perusahaan tidak hanya berupaya untuk memenuhi standar kualitas, tetapi juga untuk melebihi harapan pelanggan serta menciptakan budaya organisasi yang berorientasi pada kualitas dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, TQM telah menjadi pendekatan yang semakin populer di kalangan perusahaan karena dianggap mampu meningkatkan kinerja manajerial dan daya saing secara keseluruhan.

Fenomena permasalahan yang dihadapi oleh Conneight Studio berdasarkan pengamatan di lokasi penelitian adalah adanya perubahan dalam kualitas produk karena tingginya permintaan dari pelanggan. Selain itu, terdapat masalah dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan karena keterbatasan jumlah karyawan dan tingginya volume

permintaan pelanggan, yang mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan dan mendorong mereka untuk mencari layanan di perusahaan percetakan lainnya. Pergantian karyawan yang berpengalaman dalam merancang desain sesuai harapan pelanggan juga menjadi masalah yang mempengaruhi kualitas produk.

Keberhasilan atau kegagalan suatu usaha untuk meningkatkan mutu produk sangat dipengaruhi oleh kualitas produk tersebut. Dalam mencapai kesuksesan dalam persaingan, tidak hanya keterampilan dalam manajemen dan pengembangan sumber daya yang menentukan, tetapi juga kualitas produk. Kualitas produk memainkan peran yang sangat penting bagi perusahaan, menjadi kunci keberhasilan dalam meraih keunggulan dalam persaingan pasar.

2. KAJIAN TEORITIS

Total Quality Management

Konsep Total Quality Management (TQM) pertama kali dikemukakan oleh ilmuwan Amerika W. Edwards Deming pada tahun 1950an setelah Perang Dunia II. Tujuan pengembangan konsep ini adalah untuk meningkatkan standar barang dan jasa yang dihasilkan oleh industri AS. Deming, seorang ahli statistik Amerika terkenal, yang mencetuskan konsep ini. Pada awalnya, konsep ini kurang mendapat perhatian di Amerika Serikat. Namun, keadaan berubah ketika Deming bersama beberapa ahli lainnya dikirim ke Jepang oleh pemerintah Amerika Serikat, dengan tujuan memperkenalkan pengaruh budaya Barat ke Jepang.

Empat puluh lima CEO perusahaan Jepang menghadiri diskusi dan seminar yang diselenggarakan Deming di Jepang mengenai dasar-dasar efisiensi industri. Deming menyebutkan empat poin penting dalam pertemuan tersebut:

1. Perusahaan harus memahami dan merespons kebutuhan pelanggan dengan baik. Pelanggan sangat penting bagi sebuah bisnis karena tanpa mereka, pesanan tidak akan ada, dan tanpa pesanan, tidak akan ada proyek atau pekerjaan untuk perusahaan.
2. Pentingnya mempelajari kebutuhan dan harapan pelanggan.
3. Pengelolaan sumber daya manusia.
4. Mendorong untuk menciptakan kemajuan yang berkelanjutan.

Semua prinsip yang disampaikan Deming membawa dampak besar di Jepang, yang akhirnya diterapkan untuk membangkitkan kembali industri dan bisnis yang rusak akibat perang. Dengan menggunakan konsep tersebut, Jepang sukses mendominasi pasar global dari tahun 1980-an sampai saat ini. Keberhasilan ini mengejutkan banyak perusahaan manufaktur

di Amerika Serikat yang masih mengandalkan model manufaktur konvensional, meskipun model itu sudah tidak relevan dalam konteks pasar ekonomi global modern.

Tiga kata yang paling tepat menggambarkan Total Quality Management (TQM): Total (keseluruhan), Quality (kualitas, tingkat keunggulan barang atau jasa), dan Management (aktivitas, seni, teknik mengelola, mengendalikan, mengarahkan), menurut Kit Sadgrove (dalam Zulian Yamit, 2017:181). TQM terangkum dalam tiga istilah ini sebagai suatu pendekatan manajemen yang menekankan pada pemberdayaan karyawan dan perbaikan terus-menerus dengan penekanan pada kepuasan pelanggan dan filosofi “tepat pertama kali” (right from the start).

Vincent Gaspersz (2017: 5–6) mendefinisikan manajemen kualitas total, terkadang disebut sebagai manajemen kualitas terintegrasi, sebagai strategi untuk secara konsisten meningkatkan kinerja pada tingkat operasional dan proses di seluruh area fungsional bisnis. Taktik ini memanfaatkan setiap sumber daya keuangan dan manusia yang tersedia.

Total Quality Management (TQM) adalah filosofi manajemen yang mencakup beberapa strategi peningkatan kualitas, paling umum digunakan oleh organisasi Amerika, menurut Rivai dan Ella Juvani (2019). Bisnis dapat memulai proses perbaikan berkelanjutan dengan menerapkan strategi ini.

Pembenaran ini mengarah pada kesimpulan bahwa Total Quality Management (TQM) adalah sistem manajemen terintegrasi yang dirancang untuk meningkatkan kualitas sebagai strategi bisnis. Dengan mengintegrasikan seluruh aspek bisnis, tujuannya adalah untuk menjamin kepuasan pelanggan terhadap produk yang dijual perusahaan. Tujuan TQM adalah menerapkan sistem manajemen mutu terbaik.

Kualitas Produk

Produk merupakan komponen mendasar dan vital dalam bauran pemasaran, atau yang dikenal dengan marketing mix. Keberadaan produk sangatlah penting karena produk memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga yang tepat, mendistribusikannya melalui berbagai saluran, serta mempromosikannya melalui strategi komunikasi yang efektif. Produk juga menjadi pusat perhatian dalam kegiatan pemasaran, karena merupakan hasil dari aktivitas perusahaan yang ditawarkan kepada pasar dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bagi perusahaan, produk bukan sekadar barang dagangan, melainkan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Produk mencakup berbagai aspek seperti benda fisik, layanan, individu, lokasi, organisasi, dan ide. Secara teoritis, produk merupakan interpretasi isubjektif dari produsen

mengenai sesuatu yang ditawarkan untuk mencapai tujuan organisasi dengan memenuhi kebutuhan dan keterlibatan pelanggan, sesuai dengan kemampuan dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Definisi produk juga dapat dianggap sebagai penilaian konsumen yang dinyatakan oleh perusahaan melalui hasil produksinya. Produk menjadi elemen krusial bagi konsumen dan merupakan dasar untuk pengambilan keputusan.

Menurut Kotler & Armstrong (2016:346), produk merupakan segala sesuatu yang dapat diperkenalkan ke pasar dengan tujuan menarik perhatian, untuk diperjual-belikan agar dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk dapat diartikan sebagai pemahaman subjektif produsen terhadap suatu entitas yang ditawarkan untuk mencapai tujuan organisasi dengan memenuhi kebutuhan dan melibatkan penyesuaian dengan kemampuan dan keahlian organisasi serta respons terhadap daya beli pasar. Definisi produk juga mencakup penilaian konsumen yang dikomunikasikan oleh perusahaan melalui hasil produksinya. Produk memainkan peran penting dalam pandangan konsumen dan menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Kotler dan Keller (2016:4) mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat disediakan ke pasar guna memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Definisi ini mencakup berbagai macam barang dan jasa, serta pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Tjiptono (2015:95) mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dikeluarkan oleh produsen ke pasar. dalam upaya memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen sekaligus membangkitkan perhatian, minat, pembelian, dan konsumsi.

Produk menjadi inti dalam kegiatan jual-beli karena merupakan hasil produksi perusahaan yang ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi. Produk juga berfungsi sebagai alat bagi perusahaan dalam mencapai tujuan organisasinya. Untuk menarik minat konsumen, produk harus memiliki keunggulan yang mencakup aspek-aspek seperti kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, layanan, garansi, dan cita rasa yang berbeda dari produk sejenis.

Berdasarkan penjelasan tersebut, diperoleh kesimpulan bahwa produk mencakup segala sesuatu yang ditawarkan, baik dalam bentuk barang maupun jasa, yang dirancang untuk memuaskan konsumen. Setiap produk memiliki manfaat yang berbeda, dan dalam proses pembelian, konsumen tidak hanya membeli atribut fisik produk tersebut tetapi juga harapan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

3. METODE PENELITIAN

Pengolahan data yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif. Data akan disajikan dalam bentuk narasi kualitatif yang diekspresikan secara verbal, idiolah dengan cermat, akurat, dan sistematis. Peneliti kemudian mencatat dan mengumpulkan informasi mengenai kondisi suatu fenomena selama berlangsungnya proses penelitian.

Proses analisis data melibatkan upaya untuk secara sistematis menyusun catatan hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan sumber data lainnya guna meningkatkan pemahaman peneliti terhadap kasus yang diteliti dan menghasilkan temuan yang dapat berguna bagi pihak lain. Analisis data melibatkan pengorganisasian dan pengelompokan data ke dalam pola, kategori, dan unit-unit analisis dasar. Tujuan dari analisis data adalah untuk menyederhanakan informasi menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami. Metode yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kualitatif, yang memungkinkan berbagai persepsi terhadap data yang terhimpun untuk dijelaskan sesuai dengan tujuan penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

a. Total Quality Management

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, peneliti sampai pada kesimpulan bahwa Total Quality Management (TQM) merupakan suatu teknik manajemen yang berfokus pada peningkatan kualitas barang dan jasa melalui masukan dari seluruh pelaku dunia usaha berdasarkan hasil observasi dan wawancara. Dalam perusahaan percetakan, pimpinan memegang peranan penting dalam membimbing dan mendukung penerapan prinsip-prinsip TQM. Mereka memastikan penerapan TQM dalam percetakan terus berlanjut dan membantu menciptakan budaya organisasi yang mengutamakan kualitas. Dengan mengemban peran kunci ini, para eksekutif dapat memastikan penerapan TQM berhasil di seluruh perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kualitas barang dan jasa yang diberikan.

Dalam mengukur kemajuan suatu perusahaan, terdapat berbagai teknik dan metrik yang terkait dengan keadaan dan situasi bisnis yang dapat digunakan untuk mencapai perbaikan jangka panjang berdasarkan hasil observasi dan wawancara. Percetakan dapat secara berkala mengevaluasi kemajuan mereka menuju perbaikan dengan menggunakan teknik yang tepat. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menentukan area yang memerlukan pengembangan, melacak perubahan dari waktu ke waktu, dan meningkatkan standar kualitas operasional.

Ada banyak proses penting yang terlibat dalam penentuan standar kualitas saat menerapkan Total Quality Management (TQM) dalam percetakan. Perusahaan percetakan

dapat menetapkan, mencapai, dan menegakkan standar kualitas tinggi dengan menerapkan TQM. Ini akan membantu memenuhi tuntutan dan harapan konsumen sekaligus meningkatkan kualitas barang dan layanan yang diberikan.

Pemimpin memiliki peran dalam memotivasi dan memungkinkan perubahan budaya dalam bisnis. Dengan mengambil posisi ini, para pemimpin dapat mendukung dan memungkinkan perubahan budaya yang diinginkan, mendorong pengembangan tempat kerja yang lebih fleksibel, inventif, dan berfokus pada kualitas. Pada akhirnya, ini akan meningkatkan keberhasilan dan kinerja organisasi. Seorang pemimpin memiliki peran penting dalam mengelola perubahan organisasi untuk mendukung Manajemen Kualitas Total (TQM). Para pemimpin dapat membantu TQM dalam mengelola perubahan organisasi secara efektif dengan mengambil tanggung jawab ini. Ini akan meningkatkan kinerja organisasi, menumbuhkan budaya kualitas yang kuat, dan memastikan keberhasilan penerapan TQM dalam jangka panjang.

Lalu, ada sejumlah pendekatan yang efisien untuk membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang kuat dalam kerangka Total Quality Management (TQM) percetakan. Melalui penggunaan teknik-teknik ini, percetakan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat kepercayaan, dan menumbuhkan loyalitas yang berkelanjutan.

b. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti, dapat dikatakan bahwa upaya peningkatan kualitas barang sangat bergantung pada produksi produk yang bermutu tinggi. Hal ini berdampak besar pada banyak hal dalam bisnis, seperti kepuasan pelanggan, reputasi perusahaan, efisiensi kerja yang lebih baik, pengurangan biaya perawatan, dan pertumbuhan. Organisasi dapat menjamin bahwa fitur produk mereka memenuhi standar klien dalam percetakan dengan menerapkan teknik yang efisien. Organisasi kemudian dapat memastikan bahwa atribut produk mereka sesuai dengan tren yang ada. Membangun hubungan jangka panjang dengan klien, menumbuhkan kepercayaan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan semuanya dibantu oleh tahap ini.

Keandalan produk merupakan faktor penting dalam peningkatan kualitas produk, karena memiliki pengaruh besar pada kepuasan pelanggan, reputasi bisnis, dan efisiensi operasional. Dengan memastikan produk andal, kualitas produk percetakan dapat ditingkatkan, membangun citra yang baik, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Langkah-langkah ini akan memengaruhi keberhasilan jangka panjang printer dan membedakannya dari pesaing di pasar.

Kemampuan untuk meningkatkan dapat memengaruhi inovasi dalam mengembangkan produk dalam pencetakan menggunakan berbagai metode. Peningkatan kemampuan untuk melakukan perbaikan pada bisnis pencetakan dapat mendorong pengaturan pembangunan yang mendorong kreativitas dalam penciptaan produk. Untuk mengembangkan produk yang lebih baik dan lebih inovatif, hal ini dapat membantu bisnis dalam mengidentifikasi kerentanan mereka, meningkatkan prosedur produksi, memperbarui teknologi, berkolaborasi dengan mitra luar, dan mengumpulkan umpan balik klien.

Pelatihan dan pendidikan sangat penting untuk meningkatkan kualitas produk cetak karena memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan, bakat, dan wawasan karyawan. Peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawan, memastikan pemahaman tentang standar kualitas, menumbuhkan kreativitas, dan meningkatkan kesadaran akan nilai kualitas dalam pencetakan adalah manfaat yang diharapkan dari peningkatan pendidikan dan pelatihan. Semua faktor ini berkontribusi pada produk berkualitas tinggi dan keberhasilan pencetakan yang berkelanjutan.

Pembahasan

Pada Conneight Studio Kota Malang, penerapan Total Quality Management (TQM) dapat menjadi strategi yang berguna untuk meningkatkan kualitas produk dan memenuhi harapan klien. Setiap bisnis niscaya menghadapi tantangan dalam melaksanakan program kerja untuk mencapai keberhasilan. Apabila terdapat kelemahan pada kualitas produk yang disampaikan kepada konsumen, perusahaan harus memikirkan langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

Evaluasi teknik manajemen yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas, efisiensi, dan kepuasan pelanggan merupakan bagian dari proses evaluasi penerapan Total Quality Management (TQM) untuk meningkatkan kualitas produk di sektor percetakan.

Fokus pada pelanggan tentang bagaimana menerapkan Total Quality Management (TQM) sekaligus memastikan kebahagiaan pelanggan, sejalan dengan pandangan Kit Sadgrove (dalam Zulian Yamit, 2017). Istilah Total Quality Management (TQM) dan Quality (kualitas/tingkat keunggulan barang atau jasa) digabungkan menjadi Total (keseluruhan) dan Management (kegiatan, seni, pengelolaan, pengendalian, pengarahan). TQM didefinisikan sebagai metode manajemen yang mengutamakan kepuasan pelanggan melalui penyelesaian tugas yang benar sejak awal, perbaikan berkelanjutan, dan insentif bagi staf.

Total Quality Management (TQM) merupakan faktor pendorong bagi percetakan untuk terus meningkatkan proses produksi. Dengan mengoptimalkan proses produksi, percetakan dapat meminimalkan cacat, memangkas durasi produksi, dan meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan. Total Quality Management (TQM) merupakan cara mengelola kualitas di seluruh perusahaan yang melibatkan semua karyawan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan secara bersama-sama. Dalam industri percetakan, TQM memanfaatkan keterlibatan langsung semua karyawan dalam mendeteksi dan menyelesaikan masalah kualitas. Dengan partisipasi dari semua pihak, percetakan mampu menciptakan lingkungan yang mendukung peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan.

Untuk menjaga kepuasan klien dan membangun hubungan yang langgeng, industri percetakan sangat mementingkan penyediaan layanan pelanggan yang sangat baik. Sejak didirikan, Conneight Studio telah berupaya keras untuk memberikan layanan yang sangat baik kepada konsumen guna mempertahankan operasi perusahaan dan memenangkan simpati pelanggan dengan berbagai cara, termasuk: daya tanggap, komunikasi yang jelas, fleksibilitas, kualitas produk yang konsisten, penyelesaian masalah

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Conneight Studio, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan Total Quality Management (TQM) memerlukan dedikasi penuh dari organisasi. Dalam lingkungan percetakan, keterlibatan seluruh karyawan dalam upaya peningkatan kualitas produk sangatlah penting. Pelatihan, pembentukan budaya mutu, dan keterlibatan setiap karyawan sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang mendorong peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan.
2. Total Quality Management (TQM) merupakan strategi manajemen yang berhasil yang menekankan pada peningkatan proses produksi, peningkatan kepuasan pelanggan, pemanfaatan data, dan penerapan standar mutu di seluruh rantai pasokan.
3. Komponen terpenting dari TQM adalah peningkatan kerja berbasis data. Melalui pengumpulan data dan analisis kualitas produk, percetakan dapat mengidentifikasi masalah, mendeteksi kesalahan, dan menerapkan perbaikan yang tepat. Pemanfaatan data yang efisien memudahkan terciptanya pilihan bisnis berdasarkan kebutuhan dan memberikan landasan bagi pertumbuhan jangka panjang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Implementasi Total Quality Management (TQM) dalam Peningkatan Kualitas Produk di Conneight Studio di Kota Malang, saran-saran berikut ini diharapkan dapat membantu mengatasi resistensi. Saran-saran tersebut meliputi :

1. Karyawan disarankan untuk memiliki komitmen yang kuat terhadap penerapan TQM. Mereka perlu memberikan contoh dan memastikan semua karyawan memahami pentingnya kualitas produk serta memiliki motivasi untuk terlibat dalam upaya peningkatan.
2. Pimpinan disarankan untuk terlibat aktif dalam proses penerapan TQM. Mereka perlu mendapatkan pelatihan yang memadai untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep TQM dan keterampilan yang diperlukan untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi. Selain itu, karyawan harus didorong untuk memberikan masukan dan berpartisipasi aktif dalam identifikasi dan penyelesaian masalah.
3. Pimpinan disarankan untuk menetapkan indikator kinerja yang jelas dan terukur untuk mengukur kemajuan dalam penerapan TQM. Indikator ini harus mencakup aspek-aspek kualitas produk seperti tingkat cacat, kepuasan pelanggan, dan waktu siklus produksi. Dengan pengukuran yang jelas, percetakan dapat melacak kemajuan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.
4. Pimpinan juga disarankan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap penerapan TQM dan melakukan perbaikan berkelanjutan. Percetakan perlu mengidentifikasi keberhasilan dan hambatan dalam penerapan TQM serta mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan. Evaluasi ini dapat melibatkan pengumpulan umpan balik dari karyawan dan pelanggan, serta pemantauan terhadap indikator kinerja yang telah ditetapkan.

6. DAFTAR REFERENSI

- Ardianto. (2016). *Prosedur penelitian (Edisi Revisi VI)*. Penerbit Rineka Cipta.
- Ariadi. (2015). *Manajemen pemasaran*. Linda Karya.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen produksi dan operasi*. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Cateora, P. R., & Graham, J. L. (2017). *Perbedaan mutu*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Gaspersz, V., & Vincent. (2017). *Metode analisis untuk peningkatan kualitas [Jurnal]*. Gramedia Pustaka Utama.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2017). *Komponen total quality management* (M. N. Nasution, Ed., pp. 22–24). [Publisher not provided].
- Hansler, P., & Brunel, P. (2015). *Prinsip-prinsip total quality* (M. N. Nasution, Ed., pp. 24–25). [Publisher not provided].
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations management: Sustainability and supply chain management (Vol. 11)*. Pearson.

- Heizer, J., & Render, B. (2016). *Manajemen operasi* (R. Juwita, Trans.). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Manajemen pemasaran*. PT. Prehallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran di Indonesia: Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Salemba Empat.
- Lestari, N. (2019). *Keuntungan pengendalian mutu*. PT. Pustaka Rizki Putra.
- Nasution, H., Hensler, P., & Brunell, P. (2010). *Prinsip-prinsip total quality management* (pp. 30–31). [Publisher not provided].
- Nasution, M. N. (2015). *Manajemen mutu terpadu (total quality management)*. Ghalia Indonesia.
- Prawirosentono, S. (2017). *Pengertian mutu*. Alfabeta.
- Rivai, V., & Juvani, E. (2019). *Total quality management*. Andi Offsite.
- Sallis, E. (n.d.). *Total quality management in education* (A. A. Riyadi, Trans.). Yogyakarta: [Publisher not provided].
- Siswanto. (2017). *Aspek-aspek dalam total quality management*. PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R & D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2016). *Metode riset bisnis*. Penerbit Andi Offset.
- Suryabrata, S. (2015). *Metode penelitian*. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2015). *Total quality management*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana. (2017). *Total quality management*. Andi Offset.
- Yamit, Z. (2017). *Manajemen kualitas & jasa*. Ekonosia.