

PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI CV. MUFIDAH GORONTALO

Zeliana Amirudin Mapiasse¹, Lisda Van Gobel², Andi Yusuf Katili³

Universitas Bina Taruna Gorontalo¹

Universitas Bina Taruna Gorontalo²

Universitas Bina Taruna Gorontalo³

Email: zmapiasse203@gmail.com

Abstract: *This study aims to examine how the implementation of Total Quality Management (TQM) can increase customer satisfaction at CV. Mufidah Gorontalo. The method used descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews, and documentation of six sources consisting of supervisors, employees, and customers. The findings in this study indicate that the implementation has not been running optimally. Although customer loyalty is quite good, several factors such as hot room temperatures and high product prices can influence customers' decisions to continue shopping. Quality Control is also considered less effective because damaged products and incomplete goods are still found. Customer service has not shown maximum quality, especially in terms of friendliness and initiative from employees. Therefore, the implementation of TQM principles that include the involvement of all elements of the company, continuous quality improvement, and orientation towards customer satisfaction still needs to be strengthened in order to improve customer loyalty and satisfaction as a whole. It is recommended to increase customer loyalty by adjusting prices to be more competitive and creating a more comfortable store atmosphere. In addition, product Quality Control needs to be strengthened by ensuring the availability of complete goods and according to customer needs. On the other hand, customer service also needs to be improved through training to be more friendly, responsive, and professional in serving consumers.*

Keywords: *Total Quality Management (TQM); Customer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penerapan *Total Quality Management* (TQM) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada CV. Mufidah Gorontalo. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap enam narasumber yang terdiri dari supervisor, karyawan, dan pelanggan. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan TQM di CV. Mufidah belum berjalan secara optimal. Meskipun loyalitas pelanggan tergolong cukup baik, beberapa faktor seperti suhu ruangan yang panas dan harga produk yang tinggi dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap berbelanja. *Quality Control* juga dinilai masih kurang efektif karena masih ditemukan produk yang rusak dan barang yang tidak tersedia secara lengkap. Pelayanan kepada pelanggan pun belum menunjukkan kualitas yang maksimal, terutama dalam hal keramahan dan inisiatif dari karyawan. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip TQM yang mencakup keterlibatan seluruh elemen perusahaan, peningkatan kualitas berkelanjutan, serta orientasi pada kepuasan pelanggan masih perlu diperkuat agar dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Disarankan kepada CV. Mufidah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menyesuaikan harga agar lebih bersaing dan menciptakan suasana toko yang lebih nyaman. Selain itu, *Quality Control* produk perlu diperkuat dengan memastikan ketersediaan barang yang lengkap dan sesuai kebutuhan pelanggan. Di sisi lain, layanan kepada pelanggan juga perlu ditingkatkan melalui pelatihan agar lebih ramah, responsif, dan profesional dalam melayani konsumen.

Kata Kunci: *Total Quality Management; Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Lingkungan bisnis saat ini ditandai oleh kemajuan pesat di berbagai sektor. Persaingan tidak lagi hanya bergantung pada tingkat produktivitas perusahaan atau harga produk yang ditawarkan, tetapi juga sangat ditentukan oleh kualitas produk itu sendiri. Oleh karena itu, perhatian terhadap program peningkatan kualitas menjadi aspek yang sangat krusial (Widodo et al., 2021). Salah satu pendekatan yang terbukti efektif dalam hal ini adalah *Total Quality Management*, yang dikenal sebagai salah satu teknik manajemen kualitas terbaik. Melalui penerapan TQM, perusahaan dapat lebih siap menghadapi persaingan yang semakin ketat. Berbagai studi empiris menunjukkan bahwa implementasi manajemen mutu total memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja bisnis, khususnya dalam hal peningkatan efisiensi, produktivitas, dan profitabilitas. Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan guna memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Van Gobel, 2017). Salah satu pendekatan manajemen yang terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas secara menyeluruh adalah *Total Quality Management* (TQM). TQM merupakan filosofi manajemen yang berfokus pada kepuasan pelanggan melalui perbaikan berkelanjutan, keterlibatan seluruh karyawan, dan pendekatan sistem terhadap manajemen kualitas.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan sebuah perusahaan. Pelanggan yang puas akan cenderung loyal, merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, serta memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memiliki sistem manajemen mutu yang efektif dan menyeluruh. *Total Quality Management* hadir sebagai pendekatan strategis dalam meningkatkan mutu secara keseluruhan, baik dari sisi produk, maupun pelayanan. TQM menekankan pada pentingnya keterlibatan seluruh elemen organisasi, fokus pada pelanggan serta komitmen terhadap perbaikan berkelanjutan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip TQM, perusahaan dapat membangun budaya kerja yang mengutamakan kualitas dan memberikan pelayanan terbaik.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, perusahaan antara lain dapat menerapkan sistem manajemen yang baik dan menjadikan sistem manajemen tersebut sebagai alat untuk meningkatkan kinerja karyawan. Salah satu alat manajemen mutu yang paling umum digunakan adalah *Total Quality Management* (TQM). TQM menyediakan dasar untuk manajemen mutu dan merupakan cara alternatif untuk memastikan kepuasan pelanggan. TQM menyediakan struktur (kerangka kerja) dan alat untuk manajemen mutu sehingga upaya berkelanjutan yang difokuskan pada sekelompok area mutu terjadi diseluruh organisasi. Konsep kualitas yang berorientasi pada kepuasan pelanggan harus dikembangkan bersama dengan biaya kualitas rasional sebagai salah satu tujuan penerapan, perencanaan Perusahaan, dan perencanaan produk. Prinsip TQM adalah meningkatkan kualitas secara terus-menerus.

CV. Mufidah Gorontalo sebagai salah satu pelaku usaha di daerah Gorontalo yang menghadapi tantangan untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing ditengah dinamika pasar yang terus berubah. Kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas dan meningkatkan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, penerapan TQM menjadi sangat relevan untuk memastikan bahwa setiap proses bisnis dijalankan dengan standar kualitas tinggi, serta berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan. CV. Mufidah berharap dapat memberikan kualitas produk dan layanan terbaik secara konsisten, agar toko selalu dipandang memiliki reputasi baik dan pelanggan merasa nyaman saat berbelanja. Harapan-harapan tersebut meliputi ketersediaan stok barang, kualitas barang yang baik, ruangan yang nyaman, harga barang terjangkau serta pelayanan yang ramah. Namun, kenyataannya terdapat beberapa masalah yang mengganggu ekspektasi tersebut.

CV. Mufidah memulai langkahnya pada tanggal 31 Maret tahun 2000, dengan nama awal UD. Mufidah, didirikan oleh Bapak H. Putram dan istrinya, Hj. Wahyuni Iyabu. Nama tersebut merupakan gabungan dari nama ketiga anak mereka: Mutia, Magfira, dan Mufidah.

Pada awalnya, usaha ini bergerak dibidang layanan pengetikan, fotokopi, dan penjualan alat tulis kantor (ATK), dengan skala operasional yang sederhana dan keterlibatan langsung pemilik dalam operasional sehari-hari. Pada tahun 2010, UD Mufidah resmi bertransformasi menjadi CV. Mufidah, seiring berkembangnya usaha dan pindah ke gedung baru yang lebih luas. Bisnis pun semakin berkembang dengan menambahkan produk alat rumah tangga, elektronik, perlengkapan olahraga, serta suku cadang dan aksesoris computer.

Kemudian pada tahun 2015, CV. Mufidah menjadi distributor resmi eksklusif kertas HVS Paper One di Provinsi Gorontalo. Selain itu, jumlah karyawan bertambah menjadi sekitar 107 orang dari berbagai jenjang pendidikan (SMP hingga Sarjana), demi mendukung pelayanan yang lebih profesional dan Pada tanggal 1 Oktober 2017, bagian layanan jasa percetakan termasuk studio foto dan pengetikan dipisahkan kedalam entitas baru bernama *Mufidah Terminal Print*, yang kini dijalankan oleh anak pertama keluarga pendiri, Nurul Mutia Putram.

Sejak didirikan pada tahun 2000, CV. Mufidah Gorontalo telah berkembang menjadi pusat penyedia kebutuhan alat tulis kantor dan stationery lengkap di kota Gorontalo, yang kemudian dikenal dengan merk *Mufidah Stationery*. Selain menyediakan ATK seperti pulpen, spidol, buku catatan, dan stapler, toko ini juga menjual berbagai kebutuhan rumah tangga, perlengkapan olahraga, aksesoris, elektronik, mainan, dan furniture ringan yang lengkap untuk mendukung kebutuhan pelanggan sehari-hari.

Selain unit stationery, CV. Mufidah mengoperasikan *Mufidah Baby Shop*, yang menyediakan produk pakaian bayi, balita, hingga anak-anak, serta berbagai kebutuhan bayi seperti pampers, susu formula, sepatu, dan mainan edukatif. Tidak ketinggalan, layanan kreatif *Mufidah Studio* atau layanan *newborn photography* yang menawarkan fasilitas fotografi bayi dengan pilihan studio atau home service, beserta layanan cetak foto, photobook, bingkai custom, serta sewa photobooth untuk acara spesial seperti ulang tahun dan pernikahan. Sementara itu, unit *Mufidah Terminal Print* menjadi tulang punggung layanan digital printing profesional yang melayani cetak baliho, banner, stempel, poster, dan jilid buku. Unit ini juga terdaftar sebagai badan usaha PKP, menunjukkan profesionalisme dalam pengelolaan usaha percetakan di Gorontalo. Saat ini, CV. Mufidah dikenal karena menyediakan berbagai produk dan layanan dengan harga kompetitif dan pelayanan lengkap bagi masyarakat Gorontalo.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, merupakan kajian ilmiah yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena dalam kontak sosial yang alamiah dengan mengutamakan proses interaksi komunikatif yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang dibicarakan (Pahleviannur *et al.*, 2023).

HASIL PENELITIAN

Berikut adalah hasil fokus kajian yang digunakan dalam penelitian penerapan *Total Quality Management* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di CV. Mufidah Gorontalo, yang terdiri dari: (1) loyalitas pelanggan terhadap CV. Mufidah, (2) pengendalian kualitas (*Quality Control*), dan (3) kualitas pelayanan kepada pelanggan.

1. Loyalitas Pelanggan terhadap CV. Mufidah

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pelanggan mengaku telah cukup lama berbelanja di CV. Mufidah dan merasa kebutuhan mereka sebagian besar tersedia. Namun, loyalitas pelanggan masih dipengaruhi oleh faktor harga yang dinilai lebih tinggi dibanding toko lain serta kenyamanan toko yang belum optimal. Pelanggan menyatakan bahwa jika kondisi toko panas, hal ini disebabkan oleh kepadatan pengunjung yang berbelanja di toko tersebut, mereka cenderung memilih alternatif toko lain. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas belum sepenuhnya terbentuk secara emosional, melainkan hanya karena ketersediaan barang. Menurut Griffin (2005), loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan jangka panjang yang didukung oleh kualitas layanan dan hubungan yang konsisten.

2. Pengendalian Kualitas (*Quality Control*)

Pelaksanaan *Quality Control* di CV. Mufidah masih belum berjalan maksimal. Berdasarkan observasi dan pengakuan pelanggan, ditemukan produk cacat. Namun CV. Mufidah memberikan diskon atau promo untuk barang yang cacat tersebut sehingga ini menjadi salah satu cara CV. Mufidah dalam mempertahankan kepuasan pelanggan mereka. Beberapa pelanggan juga mengeluhkan barang yang tidak lengkap atau kehabisan stok. Hal ini menunjukkan belum adanya sistem pengawasan mutu yang sistematis dan menyeluruh. Menurut Goetsch & Davis (2014), *Quality Control* yang baik harus mencakup evaluasi, inspeksi, dan tindakan korektif untuk menjamin mutu produk yang diterima konsumen.

3. Kualitas Pelayanan kepada Pelanggan

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa sebagian karyawan CV. Mufidah menunjukkan sikap yang sopan dan melayani dengan baik, namun masih terdapat beberapa yang bersikap datar dan tidak proaktif terhadap kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang tidak konsisten ini menimbulkan ketidakpuasan bagi sebagian pelanggan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menjelaskan bahwa dimensi kualitas layanan seperti keandalan, responsivitas, dan empati sangat berpengaruh terhadap persepsi dan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan rutin dan pembinaan sikap pelayanan sangat diperlukan agar standar layanan dapat merata di seluruh karyawan.

PEMBAHASAN

Hasil pembahasan mengungkapkan bahwa penerapan *Total Quality Management* (TQM) di CV. Mufidah Gorontalo dalam meningkatkan kepuasan pelanggan masih belum terlaksana secara maksimal. Hal ini terlihat dari berbagai permasalahan yang muncul selama proses penelitian, yang mencerminkan bahwa pelaksanaan prinsip-prinsip TQM belum sepenuhnya dijalankan secara optimal. Tiga aspek utama yang menjadi fokus evaluasi adalah loyalitas pelanggan, pengendalian kualitas (*Quality Control*), dan layanan pelanggan. Masing-masing aspek tersebut menunjukkan adanya kekurangan, baik dari segi loyalitas pelanggan, pengawasan terhadap kualitas barang, maupun sikap karyawan dalam melayani pelanggan.

Dalam hal loyalitas pelanggan diketahui bahwa sebagian pelanggan belum sepenuhnya setia kepada CV. Mufidah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kondisi suhu ruangan serta harga beberapa produk yang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan toko lain. Selanjutnya pada *Quality Control*, meskipun sudah ada sistem pengecekan barang oleh staf gudang dan admin, masih ditemukan keluhan mengenai barang yang cacat. Begitu juga pada sisi pelayanan, sebagian pelanggan merasa belum sepenuhnya dilayani dengan ramah dan nyaman, meskipun ada upaya dari pihak toko untuk meningkatkan sikap dan perilaku karyawan melalui briefing rutin.

Jika CV. Mufidah dapat menerapkan TQM secara konsisten dan menyeluruh dalam setiap aspek operasionalnya, maka kepuasan pelanggan akan lebih terjamin. Pelanggan yang puas akan cenderung kembali berbelanja dan bahkan merekomendasikan toko kepada orang lain, sehingga tingkat loyalitas meningkat dan citra toko semakin baik di mata masyarakat. Dengan pelayanan yang optimal, pengendalian mutu yang ketat, serta perhatian terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan, CV. Mufidah dapat membangun reputasi yang kuat dan dikenal luas sebagai toko yang profesional dan terpercaya.

Penerapan *Total Quality Management* (TQM) yang maksimal tidak hanya berpengaruh pada meningkatnya kepuasan pelanggan, tetapi juga mampu mendorong efisiensi kerja di lingkungan internal perusahaan. Dengan sistem yang tertata dan prosedur yang standar, setiap tahapan mulai dari penerimaan barang dari pemasok, pemeriksaan oleh staf gudang, hingga proses pelayanan oleh karyawan dapat dilakukan lebih cepat dan tepat. Hal ini membantu mengurangi kesalahan, menekan jumlah keluhan pelanggan, serta mempercepat proses pelayanan. Selain itu, karyawan menjadi lebih memahami peran dan tanggung jawab mereka, sehingga dapat bekerja secara profesional dan terkoordinasi.

Penerapan TQM yang konsisten juga dapat menumbuhkan budaya kerja yang positif. Karyawan yang dilibatkan dalam proses peningkatan kualitas cenderung lebih termotivasi dan merasa dihargai karena kontribusinya dianggap penting. Dampaknya, kualitas pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih baik. Lingkungan kerja yang menekankan pentingnya mutu, tanggung jawab, dan komunikasi akan menciptakan kerja sama yang baik antara manajemen, staf, dan pelanggan. Ketiga aspek utama tersebut akan dijelaskan lebih lanjut dalam pembahasan berikut ini :

1. Loyalitas Pelanggan

Hasil wawancara menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di CV. Mufidah tergolong cukup tinggi. Banyak pelanggan tetap yang berbelanja secara rutin dan bahkan merekomendasikan toko kepada orang lain. Namun, loyalitas ini masih dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga barang yang dinilai lebih mahal dibandingkan toko lain, serta kenyamanan ruangan toko yang kurang (misalnya suhu ruangan panas) hal ini disebabkan oleh kepadatan pengunjung yang

berbelanja di CV. Mufidah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelanggan loyal, mereka tetap mempertimbangkan aspek harga dan kenyamanan saat memutuskan untuk kembali berbelanja.

2. *Quality Control*

Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa meskipun CV. Mufidah memiliki sistem pengecekan barang oleh staf gudang dan admin, masih terdapat keluhan dari pelanggan terkait barang cacat. Stok barang untuk kategori tertentu juga masih terbatas, seperti perlengkapan olahraga. Meski karyawan menunjukkan kepedulian dan segera melaporkan jika ada barang rusak, hal ini menunjukkan bahwa sistem *Quality Control* perlu diperkuat untuk mencegah barang tidak layak jual sampai ke tangan pelanggan.

3. Layanan Pelanggan

Wawancara dengan pelanggan dan karyawan menunjukkan bahwa layanan pelanggan di CV. Mufidah tergolong cukup baik namun masih belum optimal. Beberapa pelanggan merasa pelayanan yang diterima masih standar, dan ada karyawan yang terlihat kurang ramah atau kurang antusias saat melayani. Meskipun perusahaan telah menerapkan briefing harian dan menyediakan brosur "tegur kami jika tidak ramah", masih ada pelanggan yang enggan memberikan teguran secara langsung. Ini menunjukkan bahwa perlu peningkatan sikap profesionalisme dan komunikasi yang lebih baik dari karyawan kepada pelanggan.

Untuk mendukung perbaikan kualitas layanan, CV. Mufidah juga dapat menerapkan sistem rotasi tugas karyawan guna meningkatkan wawasan dan kepedulian terhadap berbagai kebutuhan pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu membangun budaya kerja yang lebih kolaboratif dengan menekankan nilai empati dan pelayanan prima dalam setiap lini kerja. Strategi ini sejalan dengan prinsip TQM yang menekankan keterlibatan semua pihak dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

Dari hasil wawancara dengan supervisor, karyawan, dan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan CV. Mufidah tergolong cukup tinggi. Banyak pelanggan telah berbelanja selama bertahun-tahun, menunjukkan kepercayaan terhadap mutu produk dan layanan. Mereka juga merekomendasikan toko kepada keluarga dan rekan, yang menjadi bukti adanya loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Hasil wawancara dengan supervisor, karyawan, dan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa CV. Mufidah telah memiliki sistem *Quality Control* (QC) yang melibatkan tim internal, seperti staf gudang dan admin, yang bertugas untuk memeriksa kualitas serta kelengkapan barang sebelum didistribusikan dan dijual. Komitmen ini mencerminkan upaya perusahaan untuk menjaga mutu barang dan memastikan kepuasan pelanggan.

Karyawan menunjukkan kesadaran dan tanggung jawab terhadap mutu produk, dengan melaporkan kerusakan atau ketidaksesuaian kepada pihak yang berwenang, dan menjadikan temuan tersebut sebagai bahan evaluasi. Hal ini menunjukkan adanya koordinasi internal dalam menangani kendala kualitas barang.

Namun, dari sisi pelanggan, masih ditemukan barang yang mengalami kerusakan ringan, seperti tas sekolah dengan resleting tidak berfungsi dan meja belajar dengan kaki bengkok. Meskipun kerusakan tidak terlalu parah, hal ini tetap mengurangi tingkat kepuasan pelanggan. Sementara itu, kelengkapan barang umumnya dinilai sudah cukup baik oleh pelanggan yang membeli kebutuhan umum. Namun, untuk kategori tertentu seperti perlengkapan olahraga, pelanggan merasa bahwa stok masih terbatas dan belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan.

Secara keseluruhan, meskipun CV. Mufidah telah menerapkan pengawasan kualitas, masih terdapat kendala pada barang cacat dan keterbatasan jenis produk tertentu, yang dapat memengaruhi kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan sistem *Quality Control* secara menyeluruh, terutama dalam pengecekan fisik barang dan manajemen stok agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga dan pengalaman belanja menjadilebih baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manajemen, karyawan, dan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa CV. Mufidah memiliki komitmen dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan, salah satunya melalui briefing pagi rutin sebagai upaya membentuk sikap ramah, sopan, dan profesional dalam melayani. Jika ada karyawan yang belum memenuhi standar, perusahaan akan melakukan teguran dan pembinaan sebagai bentuk pengawasan perilaku kerja.

Karyawan juga menunjukkan kesadaran terhadap pentingnya pelayanan yang adil dan profesional, dengan memperhatikan urutan permintaan dan karakter berbeda dari tiap pelanggan. Mereka menyadari bahwa meskipun sudah berusaha memberikan pelayanan terbaik, tetap ada pelanggan yang merasa belum puas. Untuk menunjang komunikasi dua arah, karyawan mengenakan bros "tegur kami jika kami tidak ramah", walaupun sebagian pelanggan merasa enggan memberi teguran langsung.

Dari sisi pelanggan, secara umum pelayanan dinilai cukup baik, tetapi masih bersifat standar dan belum menyentuh secara emosional. Beberapa pelanggan mengharapkan peningkatan kualitas interaksi agar mereka merasa lebih dihargai dan dilayani sepenuh hati. Masih ditemukan karyawan yang terkesan kurang ramah atau menunjukkan ekspresi wajah yang tidak menyenangkan, yang membuat pelanggan sungkan dan kurang nyaman saat berinteraksi. Hal ini dinilai sebagai penghambat dalam membangun kenyamanan dan kedekatan dengan pelanggan.

Secara keseluruhan, pelayanan pelanggan di CV. Mufidah dinilai cukup memuaskan namun belum optimal. Diperlukan peningkatan dari segi sikap, ekspresi, dan empati karyawan agar tercipta pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan kepercayaan pelanggan tetap terjaga dalam jangka panjang.

CV. Mufidah Gorontalo memiliki jumlah karyawan sebanyak 216 karyawan, dimana terbagi menjadi beberapa divisi. Pada CV. Mufidah, struktur organisasi dipimpin oleh seorang pimpinan utama atau pemilik usaha, yang bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap jalannya perusahaan. Dalam melaksanakan tugasnya, pimpinan dibantu oleh beberapa karyawan yang ditempatkan pada bagian-bagian tertentu, seperti operasional, keuangan, logistik, penjualan, serta pelayanan pelanggan.

Setiap bagian memiliki peran penting yang saling berkaitan untuk mendukung kelancaran aktivitas perusahaan. Para karyawan bertanggung jawab langsung kepada pimpinan dan menjalankan tugas sesuai dengan bidang kerja masing-masing. Dengan adanya struktur yang terorganisir ini, CV. Mufidah dapat mengatur sumber daya manusia secara lebih tertata, meningkatkan koordinasi antarbagian, serta mempercepat proses pengambilan keputusan dalam menghadapi tantangan usaha sehari-hari.

Struktur organisasi yang jelas juga mencerminkan komitmen perusahaan dalam menciptakan lingkungan kerja yang profesional, transparan, dan bertanggung jawab, sehingga setiap anggota organisasi memahami tugasnya dan bekerja secara sinergis untuk mencapai tujuan bersama.

CV. Mufidah merupakan perusahaan yang mengelola beragam jenis usaha, baik di bidang jasa maupun perdagangan. Berkat kelengkapan produk dan layanan yang ditawarkan, CV. Mufidah menjadi salah satu lokasi yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Gorontalo untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Selain itu, keberadaan berbagai unit usaha di bawah naungan CV. Mufidah turut memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan dalam memperoleh barang dan jasa dalam satu tempat. Berikut diuraikan dalam tabel 1 :

Tabel 1 Jenis Usaha CV. Mufidah Gorontalo

| No | Jenis Usaha | Jenis Dagangan | Keterangan |
|----|--------------------|------------------------|---|
| 1. | Mufidah stationery | Barang dagang ATK/ATM | Pulpen, pensil, spidol, buku catatan, stapler, kertas A4, dll |
| | | Alat elektronik | Speaker music, headset, lampu, printer, setrika, ricecooker, kipas angin, dll |
| | | Aksesoris | Topi, kacamata, dompet, ikat pinggang, gelang, perhiasan, dll |
| | | Mainan | Boneka, mobil-mobilan, puzzle, dll |
| | | Furniture | Kursi, rak, lemari, meja belajar, pajangan dinding, dll |
| | | Kebutuhan rumah tangga | Piring, gelas, panci, sapu, dll |
| | | Kebutuhan harian | Sabun mandi, sabun cuci, pasta gigi, shampoo, skincare, dll |
| | | Alat olahraga | Dumbbell, raket, bola, sepatu lari, dll |

| | | | |
|----|------------------------|--|---|
| | | Alat music | gitar |
| | | Plastik (kemasan) | Kantong plastic, wadah makanan, botol plastic, kresek eceran, dll |
| 2. | Mufidah baby shop | Pakaian bayi, balita, batita dan anak-anak | Baju, celana, dl |
| | | Kebutuhan anak | Pampers, susu, makanan, , kereta bayi, sepatu, sandal, mangkuk, boneka, dll |
| 3. | Mufidah stadio | <i>Newborn photography</i> | Bisa studio atau <i>home service</i> buat kenyamanan anak |
| | | Cetak foto & <i>Photobook</i> | Untuk dokumentasi |
| | | Bingkai custom | Dekorasi rumah, atau hadiah spesial |
| | | Sewa <i>photobooth</i> | Untuk <i>event</i> , ulang tahun dan <i>wedding</i> |
| 4. | Mufidah Terminal Print | Percetakan | Baliho, banner, print, jilid |

Sumber data : CV. Mufidah Tahun 2025

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan *Total Quality Management* (TQM) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di CV. Mufidah Gorontalo masih belum berjalan secara optimal. Terdapat beberapa kendala yang memengaruhi efektivitas penerapannya, khususnya pada tiga aspek utama, yaitu loyalitas pelanggan, pengawasan kualitas (*Quality Control*), dan pelayanan pelanggan. Walaupun ada upaya dalam menerapkan prinsip-prinsip TQM, penerapannya belum menyentuh seluruh bagian usaha secara menyeluruh dan konsisten.

1. Pada aspek loyalitas pelanggan, sebagian konsumen menunjukkan kecenderungan untuk terus berbelanja di toko tersebut. Namun, masih ditemukan keluhan mengenai harga yang dianggap relatif tinggi serta kenyamanan ruangan yang kurang mendukung. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan masih bersifat fluktuatif dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman mereka saat berbelanja di toko.
2. Sementara itu, dalam hal pengendalian kualitas (*Quality Control*), terdapat beberapa keluhan terkait kondisi barang yang cacat atau tidak lengkap. Contohnya seperti tas dengan resleting rusak atau meja belajar yang kakinya bengkok. Masalah-masalah tersebut mengindikasikan bahwa proses pengecekan barang sebelum sampai ke pelanggan belum dilakukan secara menyeluruh. Jika hal ini terus terjadi, maka dapat berdampak pada penurunan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap toko.

Dalam aspek pelayanan, sebagian besar karyawan telah memberikan pelayanan yang cukup baik dan sopan. Namun, masih ada sebagian kecil yang dinilai kurang ramah atau tidak responsif terhadap pelanggan. Sikap seperti ini bisa menciptakan ketidaknyamanan bagi konsumen dan menurunkan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Maka dari itu, diperlukan pembinaan rutin dan pelatihan bagi karyawan agar mampu melayani pelanggan dengan lebih baik dan profesional. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa penerapan TQM di CV. Mufidah perlu ditingkatkan melalui perbaikan di ketiga aspek utama tersebut. Dengan memperbaiki kualitas layanan, meningkatkan pengawasan terhadap mutu produk, serta memperhatikan kenyamanan dan kebutuhan pelanggan, maka kepuasan konsumen dapat meningkat. Jika hal ini dijalankan secara

konsisten, bukan hanya loyalitas pelanggan yang akan terjaga, tetapi juga citra dan daya saing toko akan semakin kuat di tengah persaingan pasar

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran diajukan untuk meningkatkan Penerapan *Total Quality Management* (TQM) di CV. Mufidah Gorontalo:

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Membangun Loyalitas Pelanggan, CV. Mufidah sebaiknya lebih fokus dalam memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi kesetiaan pelanggan, seperti kenyamanan fasilitas toko dan penyesuaian harga produk. Untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan, perusahaan dapat menerapkan strategi seperti pemberian diskon bagi pelanggan setia atau sistem poin reward sebagai bentuk apresiasi.
2. Mengoptimalkan *Quality Control*, Diperlukan sistem *Quality Control* yang lebih terstruktur dan menyeluruh, baik pada tahap penerimaan produk dari pemasok maupun saat barang akan dipasarkan. Tim gudang dan admin perlu menjalankan proses pemeriksaan yang teliti agar barang cacat atau tidak lengkap tidak sampai ke tangan konsumen. Selain itu, pelatihan berkala bagi staf sangat diperlukan untuk memastikan pemahaman yang konsisten terhadap standar kualitas produk.
3. Peningkatan Layanan Pelanggan, CV. Mufidah perlu meningkatkan keterampilan pelayanan para karyawannya agar mampu bersikap ramah, sopan, dan sigap dalam melayani pelanggan. Pelatihan komunikasi, pengarahan rutin, dan motivasi kerja dapat membentuk sikap kerja yang positif. Evaluasi berkala terhadap pelayanan juga perlu dilakukan untuk memastikan setiap karyawan mampu memberikan pelayanan terbaik.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas objek kajian, baik dari sisi jenis usaha, pendekatan metode, maupun wilayah penelitian. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi awal dalam mengkaji lebih lanjut implementasi TQM di sektor usaha kecil dan menengah, sehingga hasilnya dapat memberikan kontribusi yang lebih luas, baik secara akademik maupun praktis, khususnya dalam upaya peningkatan mutu layanan dan kepuasan pelanggan.
5. Bagi CV. Mufidah Gorontalo, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi internal untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pengawasan mutu produk, serta loyalitas pelanggan. Penerapan TQM seharusnya tidak hanya bersifat simbolik, tetapi menjadi strategi utama dalam pengelolaan usaha. Manajemen perlu memberikan perhatian pada pelatihan karyawan, perbaikan lingkungan toko, dan sistem *Quality Control* yang lebih terstruktur agar kepuasan pelanggan dapat meningkat dan loyalitas dapat terjaga secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifiahani, D. (2018). *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Concordia Executive Lounge Terminal A Bandara Internasional Adisutjipto Yogyakarta)*. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(3), 42–47.
- Caron, J., & Markusen, J. R. (2016). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA*. 1–23.
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja*. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118.
- Dahniar, T., & Sarwoko, W. (2024). *Optimalisasi Kualitas Dengan Metode Quality Control Circle (Qcc) Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Di Pt Kmil*. *Jurnal TAMBORA*, 8(2), 1–9.
- Djalal, T., Adam, A., & A. Kamaruddin, S. (2022). *Masyarakat Konsumen dalam Perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard*. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies*, 3(2), 255–

260.

- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan "Waleu" Kaos Lampung di Bandar Lampung*. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(2), 167–185.
- Endro Prihastono. (2012). *Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis Web*. *Dinamika Teknik*, 6, 14–24.
- Fauziah, I., & Muniarty, P. (2024). *Analisis Perbandingan Penjualan Pada PT. Sido Muncul, TBK*. *Jurnal Bisnis Net*, 7(1), 209–219.
- Fitriani, D. N. (2019). *Kajian Tentang Oral Document: Tinjauan pada Gerakan Dokumentalis Baru*. In *Visi Pustaka* (Vol. 20, Issue 1, pp. 23–33).
- Gusmar, R. A. (2020). *Konsep Administrasi Pendidikan*.
- Heruwasto, I. (2013). *Loyalitas Pelanggan dan Hubungan dengan Kepuasan*. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia*, 42(2), 160–184.
- Ichsan, I., & Ali, A. (2020). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Musik Berbasis Observasi Auditif*. *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 2(2), 85–93.
- Ifah Latifah Hilyah. (2020). *Implmentasi Prinsip-Prinsip Total Quality Management (Tqm) Di Min 3 Pringsewu Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Ikhlas, M. (2018). EISSN 2599-2090 Fak . Teknik UMSB. *PERbandingan Kuat Tekn Beton Antara Campuran Agregat Kasar Batu Pecah (Split) Dengan Batu Alam Palembang Untuk Beton Struktur*, 1(1), 53.
- Indika, N., & Adia, S. (2021). *Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan Pt Ladafa Multi Logistics Jakarta)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 64–73.
- Kurniawati, K., & Tjiptodjojo, K. I. (2015). *Peranan Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Manfaat Atribut Produk Simpati)*. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 165–174.
- Lastiawan, Y., & Aprilyanti, R. (2021). *Analisis Penerapan Total Quality Management (TQM), Sistem Pengukuran Kinerja, dan Biaya Kualitas Terhadap Efisiensi Biaya di Bagian Produksi Melamin Pada PT. Presindo Central*. *ECo-Fin*, 3(3), 333–349.
- Listyawati, I. H. (2014). *Penerapan Total Quality Management (TQM) sebagai Upaya Membangun Kepuasan Pelanggan*. *Jbma*, II(2), 75–82.
- M Rizal Pahleviannur, S.Pd, Anita De Grave, SE., M. S., Dani Nur Saputra, S.Pd, M.Sn Dedi Mardianto, S.E., M. ., Ns. Debby Sinthania, S.Kep., M.Kep Lis Hafrida, S.Pd, M. S., Vidriana Oktoviana Bano, S.Si., M.Pd Eko Edy Susanto, SE., M. A., Dr. Ardhana Januar Mahardhani, M.KP. Dr. Amruddin, S.Pt., M.Pd., M. S., & Mochamad Doddy Syahirul Alam, SE., M.Si Mutia Lisya, S.T., M.T. Dasep Bayu Ahyar, M. P. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Pradina Pustaka*.
- Makmudah, & Reza, T. . (2022). *Jurnal Administrasi Bisnis 2016*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Marliani, L. (2018). *Definisi Administrasi Dalam Berbagai Sudut Pandang*. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Galuh*, 5(4), 17–18.
- Martini, T., & Agnia Syabilla. (2022). *Administrasi Perencanaan Konten Instagram Customer pada Divisi Chlorine di Perusahaan CYBERLABS*. *ATRBIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8(2), 162–173.
- Mita, R. (2015). *Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif*. In *Jurnal Ilmu Budaya* (Vol. 11, Issue 2, pp. 71–79).
- Musran Munizu. (2010). *Praktik Total Quality Management (TQM) Dan Pengaruhnya Terhadap*

- Kinerja Karyawan (Studi Pada PT. Telkom Tbk. Cabang Makassar). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), pp.185-194.
- Noor, H. F. A. (2014). *manajemen guru raudlatul athfal dalam total quality management (TQM)*. *Nizham*, 3(02), 266-283.
- Nuinaya, Gusniar, M. A. (2017). *Penerapan total quality management (tqm) dalam meningkatkan mutu pelayanan pada pt. Pegadaian cabang soppeng* Nuinaya 1 .Gusniar 2. Abdul Muttalib 3 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 105-129.
- Nurdiansah, A., Cahyadi, E. R., & Slamet, A. S. (2023). *Peran Total Quality Management Terhadap Cacat Produk (Studi Kasus pada klaster IKM Fabrikasi Logam di Kabupaten Bogor)*. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 17(1), 24-32.
- Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). *Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, 10(2), 1-15.
- Pasigai, M. A. (2022). *Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, 1(1), 51-56.
- Putra, Hendrik Tri Laksono, Kumar, Vinod., Kumar, Uma., & Dwivedi, Y. K. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Pt. Bank Negara Indonesia Tbkdi Kcp Buaran Jakarta*. *Journal of Enterprise Infation Management*, 1(55), 48-56.
- Qonita, N., Andesta, D., & Hidayat, H. (2022). *Pengendalian Kualitas Menggunakan Metode Statistical Quality Control (SQC) pada Produk Kerupuk Ikan UD. Zahra Barokah*. *Jurnal Optimalisasi*, 8(1), 67. <https://doi.org/10.35308/jopt.v8i1.5285>
- Sastypratiwi, H., & Nyoto, R. D. (2020). *Analisis Data Artikel Sistem Pakar Menggunakan Metode Systematic Review*. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 6(2), 250.
- Suandi, S. (2019). *Analisis Kepuasan Masyarakat terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat di Kantor Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur*. *Journal PPS UNISTI*, 1(2), 13-22.
- Sudirjo, Frans Wahyono, Dian Wahyuningsih, G. W. D. (2019). *Teori Perilaku Konsumen dan Stategi Pemasaran*. In A. Asari (Ed.), *PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA* (Vol. 11, Issue 1).
- Sugiyono. (2017). *Bab III Metode Penelitian*. Alfabeta. <https://doi.org/10.4324/9781315033747-155>
- Tenda, Y. J., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2022). *Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan*. *Productivity*, 3(3), 279-285.
- Tueno, N. S. (2017). *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bina Taruna Gorontalo Volume IV Nomor 1 Juni 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia, IV*, 119-128.
- Undap, M., Karamoy, H., & Tirayoh, V. Z. (2023). *Evaluasi Penerapan Total Quality Manajemen (Tqm) Pada Pt. Pln (Persero) Up2B Sistem Minahasa*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 698-705.
- Vitia Imelda. (2020). *Evaluasi Penerapan Total Quality Management Serta*.
- Van Gobel, L. *Strategi Pemasaran Produk Telkom Speedy di PT Telekomunikasi Cabang Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara*. *Publik*, 4(1), 8-14.
- Widyawati, N., Mahriani, E., Yudawisastra, H. G., Zulfikar, R., Bagenda, C., Aziz, L. H., Sintha, L., Suharyati, S., Ratri, W. S., Wattimena, C. M. A., Satmoko, N. D., & Setianingsih, R. E. (2023). *Pengantar Administrasi Bisnis*.
- Widodo, Z. D., Adiyani, R., & Katili, A. Y. (2021, August). *Strategi Manajemen Sumber Daya*

Manusia Industri Kreatif Berbasis Sablon Dalam Peningkatan Produktifitas Karyawan Di Zee. Screenprinting. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL DIES NATALIS UTP SURAKARTA* (Vol. 1, No. 01, pp. 1-5).

Z, M., Zainuddin, M. Z., & Saputra, M. K. (2022). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana*. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132-149.