

ANALISIS PENERAPAN *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* (STUDI PADA SUATU PERUSAHAAN DI KOTA MAKASSAR)

Serlin Serang

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia

serlin.serang@umi.ac.id

Suriyanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia

suriyanti.mangkona@umi.ac.id

Ramlawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia

ramlawati.ramlawati@umi.ac.id

Abstrak Penerapan *Total Quality Management* merupakan salah satu cara terbaik untuk menjaga kondisi perusahaan tetap sehat saat sedang berkembang karena *Total Quality Management* dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam persaingan dunia bisnis. Akibatnya, salah satu cara terbaik untuk menjaga kondisi perusahaan yang sehat adalah dengan menerapkan *Total Quality Management*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *Total Quality Management*, penelitian ini berusaha memberikan penjelasan mendalam tentang fenomena melalui pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Teknik ini menghasilkan data deskriptif berupa fakta tertulis dan lisan yang diperoleh dari orang-orang serta perilaku yang dapat diamati. Berdasarkan temuan penelitian, penerapan *Total Quality Management* telah memenuhi empat dari delapan elemen utama serta memberikan pengembangan bagi perusahaan hingga saat ini. Meskipun demikian, masih banyak aspek yang perlu diperhatikan dan diperbaiki oleh perusahaan guna memaksimalkan penerapan *Total Quality Management* di masa mendatang.

Kata Kunci *Total Quality Manajemen; Studi Kasus; Perusahaan*

I. PENDAHULUAN

Menerapkan *Total Quality Management* (TQM) merupakan salah satu cara terbaik untuk menjaga kondisi perusahaan tetap sehat saat sedang berkembang karena TQM dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam persaingan dunia bisnis. Akibatnya, salah satu cara terbaik untuk menjaga kondisi perusahaan yang sehat adalah dengan menerapkan TQM. Tujuan dari konsep *Total Quality Management* (TQM) adalah untuk memastikan bahwa setiap level operasional organisasi tunduk pada peningkatan berkelanjutan, yang pada gilirannya mengarah pada peningkatan keuntungan perusahaan. *Total Quality Management* (TQM) adalah metode pengelolaan untuk masa depan yang memiliki jangkauan aplikasi yang jauh lebih luas daripada

sekadar memastikan kualitas suatu produk atau layanan. Metode ini merupakan cara untuk mengelola orang dan proses bisnis untuk menjamin kepuasan pelanggan secara utuh di setiap tahapan, baik secara internal maupun eksternal. *Interface* antara pelanggan dan pemasok, baik eksternal maupun internal, merupakan inti dari manajemen kualitas total (TQM). Inti ini harus dilestarikan melalui dedikasi terhadap kualitas, komunikasi, dan pesan kualitas, serta pengakuan akan kebutuhan untuk mengubah budaya organisasi untuk menghasilkan kualitas total.

Salah satu industri yang memproduksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK), PT. Industri Ukhuwah UMI dapat dijumpai di kota Makassar yang terletak di provinsi Sulawesi Selatan. Yayasan Wakaf UMI berfungsi sebagai organisasi sponsor untuk bisnis ini. PT. Ukhuwah merupakan perusahaan yang bergerak di bidang AMDK, sehingga memproduksi berbagai macam AMDK dengan ukuran mulai dari 240 mililiter hingga 19 liter, serta masing-masing 330 mililiter, 600 mililiter, 1.500 mililiter, dan 330 mililiter. PT. Ukhuwah memasarkan produknya di kota Makassar dan sekitarnya; lembaga yang berada di bawah naungan Yayasan Wakaf UMI menjadi target pasar dari produk tersebut. Termasuk namun tidak terbatas pada Rumah Sakit Ibnu Sina, Universitas Muslim Indonesia, Pondok Pesantren Mahasiswa di Padanglampe, dan masyarakat umum.

Kelangsungan hidup manusia membutuhkan keberadaan air dalam jumlah yang banyak. Air dibutuhkan untuk sebagian besar aktivitas yang dilakukan oleh manusia, termasuk namun tidak terbatas pada minum, memasak, mandi, dan mencuci. Meskipun terdapat jumlah air yang signifikan di planet ini, hanya sebagian saja yang dapat dimanfaatkan dalam kapasitas operasional, Meri et al. (2017). Akibatnya, air harus melalui proses pengolahan sebelum dapat dikonsumsi manusia atau digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Konsumsi merupakan salah satu fungsi air yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Dahulu, air yang layak dikonsumsi manusia dibuat dengan cara direbus terlebih dahulu. Mengikuti perkembangan zaman, pertumbuhan penduduk, peningkatan aktivitas manusia, dan berkurangnya jumlah air yang layak konsumsi menyebabkan sebagian masyarakat lebih memilih untuk membeli air yang sudah diolah untuk dikonsumsi daripada harus mengolahnya sendiri. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa industri air minum dalam kemasan (AMDK) berpotensi mengalami ekspansi yang pesat.

Menjamurnya industri yang memproduksi air minum dalam kemasan memberikan pilihan yang lebih beragam bagi konsumen. Oleh karena itu, setiap produk AMDK yang dijual di pasaran harus memenuhi standar kualitas. Pelanggan akan lebih percaya pada produk, menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan jika produk memenuhi standar kualitas yang dipersyaratkan. Menurut Syahnur et al. (2018), "kualitas adalah derajat atau tingkat kesempurnaan. Lebih lanjut, kualitas adalah ukuran relatif dan kebaikan (kebaikan); atau dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan". Suatu produk dianggap berkualitas tinggi jika memenuhi atau bahkan dapat melebihi harapan pasar konsumen. Ketika harus bersaing dengan bisnis lain, kualitas adalah salah satu faktor terpenting. Karena tidak semua bisnis mampu mencapai keunggulan kualitas, mereka yang menggunakan kualitas sebagai alat strategis akan memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya dan akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk mendominasi pasar. Tujuan perusahaan adalah untuk menghasilkan barang berkualitas tinggi sekaligus meminimalkan biaya produksi keseluruhannya. Tim manajemen terus bekerja untuk meningkatkan kualitas produk sambil meminimalkan kenaikan biaya yang terkait untuk menjaga harga jual

pada tingkat yang kompetitif. Pelanggan memiliki preferensi untuk produk yang berkualitas tinggi dan ditawarkan dengan harga yang wajar.

Standar evaluasi konsumen atau pelanggan adalah contoh kualitas produk atau layanan, juga dikenal sebagai kualitas atau kualitas. Menurut Robbins & Judge (2015) dalam (Nasution, 2015); Kualitas adalah kemampuan suatu produk atau layanan untuk melakukan dengan andal apa yang seharusnya dilakukan dan untuk memenuhi harapan pelanggan; Kualitas adalah kemampuan suatu produk atau jasa untuk melakukan dengan andal apa yang seharusnya dilakukan dan untuk memuaskan harapan pelanggan; Kualitas adalah kemampuan suatu produk atau layanan untuk melakukan dengan andal apa yang seharusnya dilakukan dan untuk memenuhi harapan pelanggan. Secara umum dapat dikatakan bahwa produk yang berkualitas dapat dicapai jika kegiatan perusahaan atau organisasi seluruhnya terfokus pada pemenuhan kebutuhan klien. Jika dicermati lebih detail, konsep kualitas dapat dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda: sudut pandang produsen dan sudut pandang konsumen. Jika suatu produk dianggap berkualitas tinggi dari sudut pandang konsumen, ini berarti memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Dapat dikatakan berkualitas tinggi dari sudut pandang produsen barang jika telah mencapai dan memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh manajemen, baik dalam hal desain, produksi, dan pengiriman barang. serta penggunaan barang oleh konsumen.

Kualitas suatu produk secara langsung memiliki hubungan yang erat dengan proses manufaktur yang dilaluinya, yang harus memiliki sejumlah karakteristik yang berkontribusi pada kebahagiaan pengguna akhir secara keseluruhan. Karena merupakan tujuan setiap konsumen untuk mendapatkan manfaat sebesar mungkin dari produk yang mereka beli, masuk akal jika konsumen akan memilih produk yang berkualitas tinggi dan ditawarkan dengan harga yang sebanding dengan yang ditawarkan oleh pesaing. Hal ini akan menghasilkan peningkatan pendapatan sebagai konsekuensi langsung dari peningkatan penjualan produk-produk tersebut di atas, yang juga berarti peningkatan pangsa pasar. Suatu produk dikatakan berkualitas tinggi jika memenuhi spesifikasi yang ditetapkan oleh manajemen, memenuhi harapan konsumen, atau memiliki ekspektasi konsumen dengan harga yang kompetitif. Andespa (2020) Karena itu, para pelaku bisnis dan pengusaha dituntut untuk memperhatikan dan menilai kualitas produk yang mereka hasilkan sesuai dengan tujuannya. produk yang pada akhirnya mampu meningkatkan penjualan perusahaan karena produk tersebut akan mampu memenuhi ekspektasi kualitas yang dimiliki pelanggan terhadap produk tersebut. Menjaga dan menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan akan berdampak pada meminimalisir kerugian perusahaan dan menarik pelanggan baru, serta memperkuat kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan para pesaingnya. Hal ini akan tercapai melalui kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan, yang akan menjaga dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Jika dilihat pada jangka panjang, investasi dalam program yang meningkatkan kualitas produk tidak hanya menghasilkan biaya yang lebih rendah tetapi juga meningkatkan pendapatan. Misalnya, ketika sebuah bisnis menempatkan penekanan kuat pada kualitas produknya, ia mengembangkan keakraban yang mendalam dengan produk tersebut dan metode yang digunakan untuk memproduksinya. Keakraban ini sering menyebabkan penurunan biaya dalam jangka panjang, peningkatan tingkat kepuasan pelanggan, dan peningkatan tingkat pendapatan dalam jangka panjang. Setiap aktivitas tunggal yang dilakukan oleh perusahaan pasti berhubungan langsung dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Dikatakan bahwa kualitas tidak memiliki

biaya dalam paradigma baru, yang diterjemahkan menjadi gagasan bahwa kualitas tidak memerlukan biaya apapun untuk dipertahankan. Ini menunjukkan bahwa agar bisnis dapat menghasilkan barang berkualitas dengan biaya lebih rendah, mereka harus terlebih dahulu menghilangkan segala bentuk pemborosan. Sebagian besar waktu, pemborosan ini disebabkan oleh barang rusak yang dihasilkan oleh bisnis, baik yang perlu diperbaiki atau dibuang, yang keduanya menambah biaya yang dikeluarkan oleh bisnis. Biaya ini disebut sebagai biaya kualitas dan kualitas dan diperlukan oleh setiap perusahaan dalam rangka mempertahankan dan mencapai tingkat kualitas produk yang diinginkan. Pencapaian standar kualitas yang ditetapkan oleh para ahli kualitas produk memerlukan biaya tertentu, dan biaya ini disebut sebagai biaya kualitas. Kualitas produk yang buruk dapat mengakibatkan biaya tambahan, seperti biaya yang dikeluarkan untuk mengatasi kualitas produk yang buruk atau untuk meningkatkan kualitas.

Walaupun setiap perusahaan memiliki biaya kualitas, namun penerapan biaya kualitas ini seringkali tidak efektif yang mengakibatkan kualitas produk yang dihasilkan tidak dapat memenuhi spesifikasi yang ditetapkan oleh perusahaan. Akibatnya, perusahaan perlu menerapkan *Total Quality Management* agar mampu meningkatkan seluruh aspek perusahaan, bukan hanya memaksimalkan biaya produksi. Temuan penelitian yang dilakukan oleh Irawan (2019) dengan judul “Analisis Implementasi *Total Quality Management* (TQM) Terhadap Peningkatan Keuntungan Pada PT. TJCM”, berikut adalah temuan penelitian tersebut: Berdasarkan bukti yang disajikan di sini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Penerapan *Total Quality Management* (TQM) di PT. Trijaya Cipta Makmur Lamongan menghasilkan peningkatan keuntungan yang secara statistik cukup signifikan. (2) Di PT. Trijaya Cipta Makmur Lamongan, penerapan *Total Quality Management* (TQM) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap peningkatan keuntungan. (3) Variabel Tujuan Kesatuan X_4 yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap peningkatan laba pada PT. Trijaya Cipta Makmur Lamongan dibandingkan keempat variabel lainnya karena hasil $t_{Hit}(X_4)$ lebih besar dibandingkan empat variabel lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki sejauh mana PT. Ukhuwah berhasil menerapkan *Total Quality Management*. Delapan elemen utama TQM yang digariskan dalam ISO 9001 akan digunakan dalam penyelidikan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk penelitian. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Jenis penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei kuesioner, wawancara, dan observasi. Metode ini digunakan oleh peneliti yang melakukan penelitian. Teknik analisis data adalah kegiatan yang dilakukan dalam penelitian deskriptif kualitatif setelah data terkumpul dari semua responden atau sumber data lainnya. Strategi yang ditetapkan peneliti sebagai cara terbaik untuk melakukan penyelidikan mereka dikenal sebagai pendekatan penelitian. Peneliti memutuskan untuk menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk penelitian ini. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

Jenis penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. atau generalisasi. Analisis ini hanya berupa kumpulan data dasar yang disajikan dalam bentuk deskripsi sederhana. Ini berarti bahwa ia tidak berusaha menjelaskan keterkaitan, menguji hipotesis, membuat prediksi, atau menarik kesimpulan.

III. HASIL PENELITIAN

Peneliti melakukan analisis penerapan *Total Quality Management* (TQM) dengan menggunakan delapan unsur pokok **TQM (ISO 9001:2008)** (*ISO 9001 Quality - ISOCENTER INDONESIA*, n.d.). Adapun delapan elemen pokok tersebut sebagai berikut :

(1) **Fokus pada Pelanggan**, sebagai bentuk tindakan yang sepenuhnya terfokus kepada konsumen telah melakukan berbagai upaya untuk menjaga kepuasan konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk. perusahaan berbagai tindakan terfokus seperti *quality control* produk yang dijaga oleh perusahaan menurut standar SNI. Selain berusaha untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, perusahaan juga berusaha menangani keluhan pelanggan dengan baik, dengan tindakan ini membuat perusahaan memiliki hubungan dengan konsumen lebih baik dan membuat perusahaan memiliki kemampuan lebih untuk bertahan dalam persaingan bisnis secara berkelanjutan.

(2) **Keterlibatan Karyawan Secara Keseluruhan**, Untuk mencapai tujuan perusahaan dibutuhkan partisipasi aktif dari semua karyawan, oleh karena itu kerja sama tim yang baik sangat penting dalam perusahaan mulai dari lingkup manajemen, dan karyawan, pihak perusahaan melaksanakan pelatihan dan pendidikan yang berhubungan dengan kerja sama tim dalam bekerja bagi setiap karyawan terkait. Dengan demikian perusahaan dapat memupuk rasa saling membutuhkan dan tanggung jawab kepada karyawan yang pada akhirnya akan menyadari bahwa untuk mencapai tujuan perusahaan adalah tugas bersama dan setiap bagian perusahaan tentu akan saling membutuhkan atau saling melengkapi.

(3) **Pemusatan Perhatian Pada Proses**, Dalam hal ini perusahaan melakukan pelatihan bagi karyawan untuk memaksimalkan kemampuan dan mengurangi *human error* ketika proses produksi, pengadaan mesin produksi baru juga di adakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas serta *output* produk. Kendati produk cacat telah berkurang dari periode sebelumnya, *output* dari mesin semi otomatis masih lebih di bawah dari mesin *full otomatis* dan juga angka produk cacatnya masih lebih tinggi mesin semi otomatis, perusahaan perlu mempertimbangkan untuk mengadakan mesin produksi *full otomatis* untuk produksi yang lebih baik, baik dari jumlah *output* maupun angka cacat produksi. Selain untuk produksi gelas dan botol, peningkatan produksi berbasis mesin juga harus di lakukan pada produksi galon, mulai dari proses pencucian, pembilasan hingga pengisian ulang galon, hal ini bertujuan untuk mengurangi human error dan meningkatkan *output* produksi.

Kebersihan gedung perusahaan dan alat produksi juga harus menjadi pertimbangan perusahaan, hasil observasi peneliti mendapatkan kondisi kebersihan gedung perusahaan kurang layak terlebih produksi yang merupakan produk konsumsi yang berarti sangat sensitif dengan kebersihan, perawatan mesin produksi juga harus dilakukan meskipun bagian luar tidak berhubungan langsung dengan produk selama proses tetapi seperti yang penulis katakan sebelumnya kebersihan bagi produk konsumsi adalah hal yang sensitif, kondisi tandon air juga kurang layak dari segi kebersihan di

mana tampak luar mengindikasikan bahwa telah lama tandon tersebut tidak di lakukan pembersihan. Selain fokus meningkatkan kemampuan karyawan dan melakukan *upgrade* mesin produksi, perusahaan juga menjaga kualitas bahan baku produk, mulai dari proses pemilihan bahan baku yang baik dari penyuplai yang terpercaya untuk tetap menjaga kualitas produk hingga siap dikirimkan kepada konsumen.

(4) **Sistem yang Terintegrasi**, Perusahaan telah menerapkan sistem berkesinambungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan untuk memudahkan pekerjaan tiap departemen dalam bekerja, sistem seperti pembagian pekerjaan sesuai bidang departemennya selain memudahkan konsumen dalam transaksi juga membuat karyawan tidak memiliki beban pekerjaan yang berlebih sehingga akan membuat karyawan tetap fokus dalam menjalankan pekerjaannya. Meskipun perusahaan telah menerapkan sistem yang terintegrasi dengan baik, masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan dari sudut pandang peneliti. Seringnya terjadi ketidaksesuaian jumlah kas masuk dengan catatan jumlah penjualan akibat *human error* harusnya dapat di minimalisir dengan menerapkan teknologi pencatatan, pengadaan fitur pemesanan produk secara *online* juga penting, dengan demikian konsumen yang membutuhkan tidak perlu mengunjungi perusahaan untuk membeli produk, apa lagi dengan kondisi lalu lintas kota Makassar yang macet, proses pesan secara *online* dan diantarkan ke lokasi konsumen rasanya sangat membantu baik konsumen maupun perusahaan dalam hal pemasaran. Tentu saja untuk menerapkan hal ini dengan baik diperlukan pelatihan bagi seluruh pihak terkait.

(5) **Pendekatan Strategi dan Sistematis**, strategi yang dilakukan perusahaan untuk memudahkan mencapai tujuannya berupa pembagian pekerjaan yang secara jelas bagi tiap departemen, hal ini selain untuk tidak membebani pekerjaan karyawan secara berlebihan selain dari pekerjaan wajibnya juga untuk memudahkan tiap departemen menyempurnakan tugas dan fungsinya. Peningkatan pelayanan terhadap konsumen juga menjadi strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan pasar dari produk perusahaan, Hal ini biasa disebut dengan *words of mouth*. Tingkat promosi melalui *words of mouth* ini jauh lebih memuaskan dan lebih efektif daripada teknik promosi lainnya, karena manusia pada secara umum lebih mempercayai hal yang sudah terbukti. Di zaman di mana semuanya hampir dapat dilakukan dengan *smartphone* ini membuka peluang bagi perusahaan untuk mengiklankan dan memasarkan produknya secara *online*, seperti yang penulis uraikan di poin nomor 4, pengadaan transaksi *online* tentu akan memberikan dampak yang baik perusahaan.

(6) **Peningkatan Secara Berkelanjutan**, Perusahaan ini telah mencapai usia 26 tahun, untuk bertahan selama ini perusahaan melakukan peningkatan secara berkelanjutan guna mengikuti perubahan kondisi pasar sehingga bisa tetap *survive* sampai saat ini, peningkatan dari sisi produksi berupa pengadaan mesin produksi semi otomatis pada tahun 2004 untuk memudahkan proses produksi juga meningkatkan kapasitas produksi sehingga bisa mencukupi permintaan pasar yang terus meningkat, peningkatan kualitas karyawan juga secara berkala dilakukan dengan memberikan karyawan pelatihan dan pendidikan, ini merupakan investasi perusahaan agar tetap dapat mengikuti perkembangan dunia bisnis ke depannya.

Banyaknya peningkatan yang dilakukan oleh perusahaan dari awal pendirian hingga saat ini membuat perusahaan tetap bisa *survive*, kendati demikian ada sektor yang kurang mengalami peningkatan, promosi adalah bagian yang kurang mengalami peningkatan signifikan mulai dari tahun 1995 pada awal perusahaan berdiri hingga sekarang. Kurangnya promosi yang lakukan perusahaan berdasarkan hasil wawancara

manajer perusahaan, bahwa diperoleh keterangan bahwa promosi belum dilakukan secara luas karena kapasitas produksi yang masih terbatas. Peralatan dan mesin produksi yang diadakan pada tahun 2004 yang bersifat semi-otomatis dan kondisi yang tidak optimal membuat perusahaan tidak dapat melakukan peningkatan produksi guna memenuhi permintaan pasar. Hal ini tentu dirasa masih kurang apa bila ingin memasarkan produk lebih luas, selain mesin produksi yang masih semi-otomatis gudang penyimpanan dan juga kendaraan untuk distribusi tidak mumpuni untuk memenuhi permintaan dari luar kota Makassar dan sekitarnya.

(7) **Keputusan Berdasarkan Fakta**, Untuk mendapatkan keputusan yang sesuai dengan fakta lapangan perusahaan memerlukan data-data yang mencerminkan fakta itu sendiri baik untuk masa yang sedang berlangsung dan masa yang akan datang. Perusahaan sendiri telah melakukan pengambilan keputusan selama ini, menurut Penanggung Jawab Seksi Produksi, perkembangan pasar produk pada awal tahun 2000-an membuat perusahaan mengambil keputusan untuk mengadakan mesin produksi yang baru, pada saat itu mesin produksi semi-otomatis yang dibeli perusahaan telah memudahkan proses produksi sehingga pasar produk juga mengalami peningkatan, pengadaan mesin filter air yang baru untuk menjamin kualitas air yang lebih bagus juga dilakukan, serta penambahan armada untuk memudahkan pendistribusian produk pun telah dilakukan, hasil wawancara dengan Penanggung Jawab Seksi Operasional dan Distribusi “saat ini perusahaan memiliki tiga armada mobil box untuk distribusi produk air mineral gelas dan botol, dan satu mobil pick-up yang khusus untuk distribusi produk galon”..

(8) **Komunikasi**, komunikasi yang merupakan proses bertukar informasi perlu dilakukan dengan baik untuk dalam lingkup perusahaan agar apa yang dimaksud oleh orang yang menyampaikan dapat dipahami dengan semestinya oleh orang lain. Proses komunikasi dalam PT. Ukhuwah sendiri mengandalkan musyawarah, jadi ketika ada sesuatu yang perlu dibahas tentang langkah dan kebijakan perusahaan ke depannya perusahaan akan melakukan musyawarah untuk menampung semua pendapat karyawan dan akan menyampaikan apa keputusan yang telah dipilih sehingga semua elemen mendapatkan informasi yang semestinya. Komunikasi perusahaan kepada konsumen juga diadakan seperti mendengarkan masukan dan keluhan konsumen dan menyampaikan dalam musyawarah sehingga dapat membuat perusahaan lebih baik ke depannya.

Penerapan TQM adalah sebuah cara dalam memperbaiki kemampuan manusia, proses, lingkungan dan hal-hal lain yang penting bagi keberlangsungan perusahaan yang dilakukan secara berkesinambungan. Maka dari itu Perusahaan menerapkan TQM sebagai langkah untuk menjamin kualitas produk yang dihasilkan dan terutama menjaga kepuasan konsumen yang menggunakan atau mengonsumsi produk. Penerapan TQM ini telah membuat perkembangan yang besar dari awal berdirinya hingga saat ini, peningkatan kualitas karyawan dan produk yang berkelanjutan membuat produk telah memiliki konsumen yang setia hingga lebih dari 25 tahun ini. Lebih lanjut, dengan penerapan TQM ini juga perusahaan dapat bertahan di masa pandemi yang sudah berlangsung hingga hampir dua tahun, dimana tidak banyak perusahaan yang dapat survive dimasa yang sangat berat ini.

Adaptasi manusia dengan kondisi *new-normal* ini dan vaksinasi yang juga telah meningkat jumlahnya membuat keadaan sudah mulai membaik, baik bagi masyarakat dan juga perusahaan. Terbukanya kembali perkantoran dan instansi pemerintah, serta adanya wacana sekolah kembali melaksanakan metode belajar secara luring dan

pengadaan pertemuan, seminar atau kegiatan perkumpulan yang telah dapat dilakukan kembali meskipun masih harus mematuhi beberapa aturan, telah memberikan angin segar terhadap perkembangan kembali industri atau usaha yang berhubungan langsung dengan masyarakat seperti industri konsumsi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Dengan ini diharapkan PT. Ukhuwah dapat kembali meningkatkan penjualan dan produksi, juga dapat melakukan ekspansi dalam memasarkan produknya serta tetap berinovasi yang membuat perusahaan dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis. Penerapan *Total Quality Management* (TQM) telah dilakukan hingga saat ini, dari delapan unsur utama TQM empat unsur telah di terapkan dengan baik, hanya perlu di lakukan peningkatan ke depannya sehingga menjadi lebih baik, empat unsur tersebut adalah :

(1) **Keterlibatan karyawan secara keseluruhan**, Perusahaan mampu menempatkan seluruh karyawannya secara efektif sehingga tidak ada karyawan yang melakukan pekerjaan secara berlebih dari tugas pokok sesuai kontraknya. Perusahaan hanya perlu melakukan pelatihan lebih lanjut untuk lebih meningkatkan kualitas para pegawainya dan mengurangi *human error*. (2) **Pendekatan strategi dan sistematis**, perencanaan strategi perusahaan untuk mencapaitujuannya telah baik, perusahaan hanya perlu melakukan peningkatan baik dari proses perancangan strategi maupun pelaksanaannya. (3) **Keputusan berdasarkan fakta**, pengambilan keputusan perusahaan hingga saat ini membuat perusahaan mampu bertahan, bahkan di tengah kondisi pandemi perusahaan juga masih mampu bertahan, peneliti berharap perusahaan kedepannya dapat mempertahankan unsur ini hingga perusahaan mampu terus bertahan dalam persaingan bisnis. (4) **Komunikasi**, Komunikasi di dalam lingkup perusahaan saat ini telah dilakukan dengan baik, pengambilan keputusan dilakukan secara musyawarah, selama peneliti melakukan observasi tidak ditemukan kendala berarti dalam komunikasi internal perusahaan. Empat unsur *Total Quality Management* di atas dalam penerapannya sudah dilakukan baik oleh perusahaan. Sehingga, perusahaan diharapkan perlu melakukan peningkatan dari segi implementasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Adapun empat unsur lainnya, penerapan yang dilakukan masih kurang baik karena masih adanya hal yang seharusnya dapat di perbaiki tetapi belum di implementasikan.

Empat unsur tersebut adalah sebagai berikut; (1) Fokus pada Pelanggan, Elemen fokus pada pelanggan telah diterapkan oleh perusahaan selama ini, seperti standar produk yang telah sesuai SNI, kendati demikian dalam observasi peneliti masih terdapat banyak hal terkait dengan produksi yang perlu di perbaiki, di mana semua hal ini secara tidak langsung akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari hasil observasi terlihat beberapa kemasan galon isi ulang milik perusahaan harusnya telah di lakukan pergantian, karena kondisi yang sudah tidak optimal untuk tetap di gunakan. Kebersihan mesin produksi dan lingkungan perusahaan juga merupakan hal yang perlu di perhatikan, karena produk konsumsi akan sangat sensitif dengan kebersihan, hal ini juga akan mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan pelanggan, kita tahu bahwa kepercayaan adalah hal yang rapuh dan sangat sulit untuk di dapatkan kembali ketika telah hilang; (2) Pemusatan perhatian pada proses, Proses produksi saat ini masih menggunakan mesin semi otomatis atau bahkan *manual*, dimana hal ini tentu rentan dengan yang namanya *human error*, hal ini tentu akan mempengaruhi kualitas produk bahkan bisa menimbulkan biaya kualitas untuk melakukan perbaikan terhadap produk yang cacat, pada produksi isi ulang air galon peneliti menemukan bahwa prosesnya masih rentan terhadap *human error*, di mana tempat pembilasan pasca pencucian galon

berada di satu tempat dengan lokasi pengisian ulang, hal yang dikhawatirkan adalah apa bila “dalam proses isi ulang dan pada saat itu dilakukan juga pembilasan terdapat percikan air pembilasan yang masuk ke dalam galon yang telah diisi ulang”, untuk menangani hal ini perusahaan perlu untuk mengadakan mesin otomatis atau melakukan pelatihan lebih lanjut bagi karyawannya. Perusahaan yang memproduksi produk konsumsi harusnya memperhatikan segala hal terkait kebersihan produk, karena produk konsumsi sangat sensitif dengan kebersihan. Selain pada proses pengisian ulang galon yang perlu di perhatikan, kebersihan gedung perusahaan, alat produksi dan tandon air juga harus menjadi perhatian perusahaan; (3) Sistem yang terintegrasi, bagaimana tiap divisi saling bekerja sesuai tujuan dan fungsinya, tetapi yang peneliti tekankan disini adalah kejadian pencatatan penjualan produk dan pemasukan kas yang biasa tidak sama, atau terjadi perbedaan total, hal ini tentu akan mempengaruhi pendapatan perusahaan secara umum. Perusahaan bisa melibatkan teknologi untuk membantu mengatasi hal ini, atau pun pelatihan agar karyawan lebih baik lagi. pengadaan fitur pemesanan produk secara online juga penting, dengan demikian konsumen yang membutuhkan tidak perlu mengunjungi perusahaan untuk membeli produk ketika membutuhkan. Terakhir, (4) Peningkatan secara berkelanjutan, Produksi air mineral kemasan gelas dan botol saat ini masih menggunakan mesin semi otomatis dan produksi galon masih manual, mengingat kebutuhan masyarakat akan air minum semakin besar tentu saja ini akan menjadi peluang bagi perusahaan dalam memasarkan produknya. Untuk itulah peneliti merasa perusahaan perlu melakukan peningkatan di sektor mesin produksi, mesin produksi yang saat ini juga telah mencapai usia 17 tahun dan tidak mampu memenuhi permintaan pasar, sehingga perusahaan belum melakukan promosi atau perluasan pasar yang berarti kesempatan ini akan diambil oleh kompetitor lainnya.

Berdasarkan hal di atas dapat dilihat bahwa perusahaan saat ini masih memiliki banyak pekerjaan yang harus dilakukan kedepannya, dimana dari delapan unsur *Total Quality Management* (TQM) empat lainnya telah mampu di terapkan dengan baik dan empat lainnya masih ada hal penting dari unsurnya yang perlu di terapkan. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa penerapan *Total Quality Management* di PT. Ukhuwah UMI Industri masih sekitar lima puluh persen penerapannya, semoga kedepannya perusahaan mampu menerapkan dengan lebih baik sehingga manfaat dari penerapan *Total Quality Management* mampu dirasakan oleh perusahaan. Ini merupakan hal yang penting dilakukan jika perusahaan ingin tetap dapat eksis dan bersaing di industri, karena kompetitor pasti juga akan melakukan upaya untuk menguasai pasar.

Disarankan, agar PT. Ukhuwah memperhatikan unsur-unsur utama *Total Quality Management* yang belum diimplementasikan secara maksimal agar dapat dimaksimalkan, dan agar meningkatkan penerapan empat unsur lainnya yang telah berhasil. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan dan peningkatan PT. Tingkat daya saing Persaudaraan Industri UMI.

IV. KESIMPULAN

Penerapan *Total Quality Management* (TQM) di PT. Ukhuwah Industri UMI masih belum terlaksana dengan baik, dan beberapa aspek masih memerlukan pelaksanaan dan perbaikan yang lebih baik di masa mendatang. Meskipun demikian, penerapan TQM telah memberikan dampak positif bagi perkembangan dan kemajuan perusahaan sebagai langkah awal untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Persentase jika diukur pada PT. Ukhuwah Industri UMI, penerapan *Total Quality Management* sudah mencapai kurang lebih 50%. Artinya dari total delapan elemen utama TQM menurut ISO 9001,

empat elemen telah berhasil diimplementasikan sedangkan empat elemen lainnya masih perlu ditingkatkan penerapannya agar dapat memberikan manfaat utama TQM.

DAFTAR PUSTAKA

- Andespa, I. (2020). Analisis Pengendalian Mutu Dengan Menggunakan Statistical Quality Control (SQC) Pada PT. Pratama Abadi Industri (JX) Sukabumi. E-Jurnal Ekon. Dan Bisnis Univ. Udayana, 2, 129.
- Dasmasele, V. M., Morasa, J., & Rondonuwu, S. (2020). Penerapan Total Quality Management terhadap produk cacat pada PT. Sinar Pure Foods International di Bitung. Indonesia Accounting Journal, 2(2), 97. <https://doi.org/10.32400/iaj.27796>
- Devi, K., Suamba, I., & Artini, N. (2016). Analisis Pengendalian Mutu Pada Pengolahan Ikan Pelagis Beku Di Pt Perikanan Nusantara (Persero) Cabang Benoa Bali. E-Journal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism), 5(1).
- Fandy Tjiptono. 2012. Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Fiqih, Muhammad. 2021 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Pada PT. Ukhuwah UMI di Kota Makassar – skripsi
- Ibnu, I. October 21st, 2020. Total Quality Manajemen (TQM): Pengertian, Prinsip dan Keuntungan Penggunaannya <https://accurate.id/marketingmanajemen/total-quality-manajemen/> 09 Juni 2021
- Idris Das'ad Abukhaer. (2016). IMPLEMENTASI TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) DALAM MENINGKATKAN LABA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) KOTA MAKASSAR. July, 1–23.
- Irawan, M. R. N. (2019). ANALISIS PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TERHADAP PENINGKATAN LABA PADA PT. TJCM (Total Quality Management (TQM) Application Analysis to Increased Profit on PT. TJCM). JURNAL EKBIS, 20(2), 1273–1279.
- ISO 9001 Quality - ISOCENTER INDONESIA. (n.d.). Retrieved December 15, 2022, from <https://isoindonesiacenter.com/iso-9001-quality/>
- Jamil, N. F., . Y., & Maharani, A. (2019). Analisis Biaya Mutu dalam Pengendalian Produk Cacat. International Journal of Social Science and Business, 3(4), 516. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i4.21666>
- Martina. June 22nd 2021. Definisi, Unsur, dan Manfaat Total Quality Management (TQM) Dalam Bisnis. <https://ukirama.com/id/blogs/definisi-unsur-danmanfaat-total-quality-management-tqm-dalam-bisnis>. 20 Oktobe
- Nasution, A. (2015, November). Terminologi Total Quality Management (TQM), Total Quality Control (TQC) dan Quality Assurance (QA). <http://aisyahnasution.blogspot.com/2015/11/terminologi-total-quality-management.html>
- Nur Irawan, M. R. (2019). ANALISIS PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TERHADAP PENINGKATAN LABA PADA PT. TJCM (Total Quality Management (TQM) Application Analysis to Increased

- Profit on PT. TJCM). Jurnal Ekbis, 20(2), 1273.
<https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i2.236>
- Permatasari, Y. C. (2019). Hubungan Antara Biaya Kualitas Dan Produk Cacat Studi Kasus di PT. Kanisius Yogyakarta. ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1–104.
www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). Perilaku Organisasi Organizational Behavior - 16/E (R. Saraswati & F. Sirait (Eds.); 16th ed.). Salemba Empat.
- Syahnur, M. H., Soeharjanto, M., & Tazlie, L. (2018). ANALISIS CUSTOMER EXPERIENCE DENGAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) – SUATU STUDI PADA PELANGGAN TELKOM INDIHOME. 5(2), 1–12.
- Tirayoh, V., J. Tinangon, J., & Emor, G. (2014). Evaluasi Penerapan Total Quality Management Pada Kinerja Manajerial Di Pt. Telkom Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2(3), 895–901.
- Wahyuningtias, K. (2013). Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Produk Rusak Pada Cv. Ake Abadi. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(3), 321–330. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1741>