

## **PENERAPAN *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* DALAM PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PADA TOKO SENTRAL SKINCARE COSMETIC**

**Sukma Aini<sup>1)</sup>, Puji Rahmah<sup>2)</sup>, Asnia Minarti<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Manajemen, Universitas Lamappapoleonro

*email: sukmaaini1972@gmail.com, puji@unipol.ac.id<sup>2</sup>, asnia@unipol.ac.id<sup>3</sup>*

### **Abstrak**

Pengabdian ini mengkaji penerapan Total Quality Management (TQM) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada Toko Sentral Skincare Cosmetic. Di tengah persaingan ketat industri kecantikan, kualitas pelayanan menjadi diferensiator utama untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Studi kasus ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen internal. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Toko Sentral Skincare Cosmetic telah mengadopsi elemen-elemen TQM seperti fokus pada pelanggan, keterlibatan karyawan, dan perbaikan berkelanjutan. Implementasi ini tercermin dari upaya memahami preferensi pelanggan, memberdayakan staf dalam pengambilan keputusan terkait pelayanan, serta aktif mencari dan merespons umpan balik untuk optimalisasi layanan. Hasilnya, terjadi peningkatan kepuasan pelanggan yang ditandai dengan loyalitas yang lebih tinggi dan citra positif toko. Meskipun demikian, studi ini juga mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian lebih lanjut, termasuk standarisasi prosedur pelayanan dan penguatan budaya kualitas di seluruh tingkatan organisasi. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan praktis bagi toko ritel serupa dalam mengimplementasikan kerangka TQM untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui pelayanan prima.

**Kata Kunci :** Total Quality Management, Kualitas Pelayanan. Peningkatan Pelayanan, Toko *Skincare Cosmetic*.

### **PENDAHULUAN**

Di tengah dinamika pasar yang terus berubah dan tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat, pelayanan kesehatan yang baik menjadi suatu kebutuhan masyarakat. Dalam era globalisasi yang semakin berkembang ini pelayanan publik merupakan salah satu aspek yang terpeting dalam menjaga kepuasan dan kesejahteraan para masyarakat di wilayah tersebut (Asnia Minarti, 2021). Pelayanan administrasi yang efektif dan efisien sangat penting untuk menjamin lancarnya operasional dalam organisasi tersebut serta dapat memberikan pelayanan yang berkualitas pada masyarakatnya. Salah satu pendekatan yang diterapkan dalam upaya memberi peningkatan kualitas pelayanan adalah dengan cara Total Quality Management (TQM). *Total Quality Management* (TQM) merupakan pendekatan terpadu untuk mendapatkan dan

mempertahankan output yang berkualitas tinggi, fokus terhadap pemeliharaan, perbaikan yang berkelanjutan dan pencegahan kegagalan di semua level dan fungsi perusahaan, dalam rangka memenuhi atau melampaui harapan konsumen (Flynn, Schroeder dan Sakakibara, 1994). TQM merupakan suatu konsep yang dirancang guna memajemen suatu hal yang fokus untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui proses pengendalian mutu yang ketat dan peningkatan yang signifikan pada proses berjalannya organisasi tersebut. Dengan menerapkan pendekatan TQM ini, sebuah organisasi dapat memperbaiki sistem kerja organisasinya, proses dan kinerja organisasi tersebut secara menyeluruh dengan melibatkan keseluruhan dari elemen organisasi tersebut. Harapan bagi setiap bisnis pastilah dapat beroperasi dalam jangka panjang dengan perbaikan-perbaikan yang terus di kembangkan

untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan peningkatan keuntungan (Minarti & Ginoga, 2022). TQM merupakan salah satu prinsip atau sistem yang tepat untuk di implementasikan pada bisnis dengan melibatkan seluruh karyawan dan manajemen dalam peningkatan proses, produk, layanan dan budaya perusahaan.

Industri kecantikan tanpa terkecuali juga akan terus bertumbuh, lanskap ini sangatlah dinamis dan kompetitif. Dalam hal ini, peran dari *Total Quality Management* (TQM) bersifat fundamental sebagai kerangka kerja strategis untuk mencapai keunggulan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. TQM tidak hanya memastikan kualitas dan keamanan produk yang konsisten—mulai dari formulasi hingga pengemasan—sesuai standar regulasi yang ketat, tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan melalui pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi mereka, serta menciptakan pengalaman belanja yang superior baik secara online maupun offline. Selain itu, dengan mendorong efisiensi operasional dan perbaikan berkelanjutan di seluruh rantai nilai, TQM memungkinkan perusahaan untuk berinovasi, beradaptasi cepat terhadap tren pasar, mengurangi pemborosan, dan pada akhirnya, membangun reputasi merek yang kuat serta loyalitas pelanggan jangka panjang yang menjadi kunci keberhasilan di pasar kecantikan. Penelitian ini merujuk pada model yang terdapat pada penelitian Anandy Ahmad Kevin dan Al Hasin (2023) tentang dampak penerapan TQM pada kinerja organisasi dengan kasus industri manufaktur dan jasa India yang menjabarkan 5 elemen atau indikator dalam TQM yaitu: (1) kepemimpinan perusahaan, (2) fokus sumber daya manusia, (3) relasi dan kepuasan pelanggan, (4) pengembangan dan perencanaan strategis, (5) manajemen kualitas pemasok (Rahmah et al., 2021).

Pengabdian ini mengangkat salah satu toko kosmetik di Kabupaten Soppeng, yaitu Toko Sentral Skincare Cosmetic. Melihat persaingan yang ada di Kabupaten Soppeng terkhususnya dalam sektor kecantikan yang

semakin hari semakin ramai, maka dari itu perlu membahas bagaimana persaingan diantara toko-toko kecantikan dalam mempertahankan pelanggannya. Mulai dari persaingan harga, kualitas, dan tingkat kepercayaan kostumer dalam berbelanja di Toko Sentral Skincare Cosmetic.

## **METODELOGI PELAKSANAAN**

Dalam kegiatan ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang digunakan untuk memperoleh sebuah pemahaman yang mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi dari penerapan TQM, persepsi dan pengalaman karyawan terkait dengan TQM, dan bagaimana dampak implementasi TQM ini terhadap kualitas pelayanan administrasi. Metode ini melibatkan wawancara yang terstruktur dengan karyawan Toko Sentral Skincare Cosmetic. Pendekatan deskriptif ini digunakan sebagai menganalisis data yang telah diperoleh dari kegiatan wawancara dan observasi yang telah dilakukan terhadap informan yang telah terpilih (Ismail, Rahmah & Minart, 2024). Data yang telah diperoleh akan dianalisis dengan mengidentifikasi hasil wawancara, observasi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, pelatihan dan evaluasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil**

Dalam mengetahui kualitas pelayanan Toko Sentral Skincare Cosmetic, penulis menilai dari sisi efisiensi, kecepatan, dan akurasi dalam proses perbelanjaan.

Berdasarkan observasi langsung di Toko Sentral Skincare Cosmetic, penulis mengamati adanya efisiensi yang sangat baik. Penempatan produk kosmetik dan perawatan wajah telah diatur sedemikian rupa sehingga mudah ditemukan berdasarkan mereknya. Hal ini secara signifikan menghemat waktu pelanggan saat memilih produk. Selain itu, efisiensi ini juga didukung oleh karyawan/staf yang selalu sigap menunjukkan lokasi produk yang dicari,

membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih praktis dan cepat.

Dalam hal kecepatan layanan, Toko Sentral Skincare Cosmetic unggul berkat karyawan dan stafnya yang sigap. Mereka mampu merespons dengan cepat setiap pertanyaan pelanggan seputar kosmetik atau permintaan rekomendasi perawatan wajah. Yang lebih mengesankan, mereka akan mengamati langsung jenis kulit pelanggan sebelum memberikan saran, menunjukkan perhatian ekstra dan personalisasi dalam melayani setiap individu.

Dalam hal akurasi produk, Toko Sentral Skincare Cosmetic menjamin bahwa seluruh produk perawatan wajah dan kosmetik yang dijual 100% asli. Mereka memastikan semua produk yang tersedia mengikuti tren pasar terkini dan berkomitmen untuk tidak menjual barang palsu atau "bodong" sama sekali. Selain itu, pilihan produknya sangat beragam, dengan banyaknya merek skincare dan kosmetik yang tersedia. Hal ini tentu membuat pelanggan merasa senang dan nyaman berbelanja di sana karena dapat menemukan berbagai kebutuhan mereka.

## **2. Pembahasan**

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa Toko Sentral Skincare Cosmetic menerapkan filosofi inti dari TQM.

Pertama, dari segi efisiensi, penataan produk yang mudah dicari berdasarkan merek menunjukkan fokus pada kepuasan pelanggan dan proses yang efektif. Dalam TQM, menyederhanakan proses agar pelanggan dapat menemukan apa yang mereka butuhkan dengan cepat adalah kunci. Ketersediaan staf untuk langsung menunjukkan lokasi produk yang dicari juga mengindikasikan komitmen terhadap pelayanan prima. Ini mengurangi waste (pemborosan) waktu pelanggan, yang merupakan salah satu prinsip dasar TQM untuk menghilangkan aktivitas yang tidak menambah nilai (Ismail, 2022). Efisiensi ini juga mencerminkan upaya untuk memahami kebutuhan pelanggan dan merancang pengalaman belanja yang mulus.

Kedua, aspek kecepatan pelayanan karyawan/staf dalam merespons pertanyaan dan memberikan rekomendasi perawatan wajah yang cocok adalah cerminan dari fokus pada pelanggan dan responsivitas. Pengamatan langsung terhadap jenis kulit pelanggan untuk memberikan rekomendasi yang tepat menunjukkan bahwa mereka tidak hanya ingin menjual produk, tetapi juga memberikan solusi yang personal dan bernilai. Dalam TQM, ini adalah contoh bagaimana karyawan diberdayakan untuk mengambil keputusan yang berorientasi pada pelanggan, serta menunjukkan komitmen toko terhadap peningkatan berkelanjutan dalam interaksi dengan pelanggan. Kecepatan respons yang disertai dengan akurasi ini dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Rahmah et al., 2024).

Ketiga, mengenai akurasi produk, jaminan bahwa semua barang adalah 100% asli dan merupakan produk tren pasar saat ini menunjukkan komitmen toko terhadap kualitas produk yang tidak berkompromi. Dalam TQM, kualitas produk adalah fondasi utama, dan memastikan bahwa semua produk yang dijual adalah asli dan relevan dengan tren pasar menunjukkan upaya untuk memenuhi dan bahkan melampaui harapan pelanggan terkait integritas dan nilai produk. Pernyataan bahwa mereka tidak akan menjual produk palsu/bodong adalah bukti nyata dari komitmen manajemen terhadap kualitas dan etika bisnis. Selain itu, banyaknya pilihan merek skincare dan kosmetik juga mencerminkan upaya untuk memenuhi beragam kebutuhan pelanggan, yang merupakan aspek penting dari TQM dalam mencapai kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Ini menunjukkan bahwa toko memahami pasar dan terus beradaptasi dengan preferensi pelanggan (Ismail, Tahir & Surya, 2023).

Secara keseluruhan, meskipun tidak disebutkan secara eksplisit sebagai "TQM," tindakan yang dijelaskan di Toko Sentral Skincare Cosmetic—mulai dari penataan toko yang efisien, kecepatan dan ketanggapan staf,

hingga jaminan keaslian produk dan pilihan yang beragam— semuanya selaras dengan filosofi inti TQM. Ini menunjukkan bahwa toko tersebut secara implisit telah mengadopsi pendekatan yang berpusat pada pelanggan, berorientasi pada proses, dan berkomitmen pada peningkatan kualitas secara menyeluruh untuk mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal (Adawiah & Putra, 2024).

### KESIMPULAN

Secara keseluruhan, analisis terhadap kualitas pelayanan Toko Sentral Skincare Cosmetic menunjukkan bahwa mereka telah berhasil mengimplementasikan berbagai aspek penting yang selaras dengan filosofi *Total Quality Management* (TQM). Dari sisi efisiensi, penataan produk yang terorganisir dan kesiapan staf dalam membantu pelanggan menemukan barang mencerminkan fokus pada optimalisasi proses dan pengurangan waste, yang secara langsung meningkatkan pengalaman belanja pelanggan. Aspek kecepatan dalam respons dan rekomendasi personal dari staf, didukung oleh pengamatan langsung terhadap jenis kulit pelanggan, menunjukkan komitmen kuat terhadap kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang responsif dan personal. Terakhir, akurasi dalam menjamin keaslian 100% produk yang dijual, serta ketersediaan pilihan merek skincare dan kosmetik yang beragam dan up-to-date, menegaskan dedikasi toko terhadap kualitas produk dan pemenuhan ekspektasi pasar. Meskipun mungkin tidak secara eksplisit mengadopsi kerangka TQM, tindakan-tindakan ini secara kolektif membuktikan bahwa Toko Sentral Skincare Cosmetic secara efektif menerapkan prinsip-prinsip inti TQM, seperti fokus pada pelanggan, peningkatan berkelanjutan, dan komitmen terhadap kualitas di setiap aspek operasional mereka.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini kami sebagai pelaksana pengabdian kepada masyarakat ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang

sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi atas terselesainya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu kepada yang terhormat :

1. Rektor Universitas Lamappapoleonro.
2. Ketua LPPM Universitas Lamappapoleonro.
3. Pihak Terkait Dalam Hal ini Mitra Kegiatan.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada Tim Pelaksana ini mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya kami sebagai pelaksana pengabdian ini berharap semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang menggunakannya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adawiah, A., & Putra, A. H. P. K. (2024). The Impact of E-Recruitment Implementation on Company Credibility, Candidate Selection Efficiency, and Process Transparency: Job Applicants' Perspective. *International Review of Management and Marketing*, 14(5), 126–139. <https://doi.org/10.32479/irmm.16721>
- Asnia Minarti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah METANSI "Manajemen Dan Akuntansi"*, 3(2), 139. <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i2.780>
- Ismail, Rahmah, P., & Minart, A. (2024). Inovasi Teknologi dalam Upaya Peningkatan Nilai Jual melalui Diversifikasi Produk Olahan Jagung pada Kelompok Tani di Kabupaten Soppeng Pendahuluan Jagung merupakan salah satu komoditas utama di Desa Watutoa Kecamatan Marioriwawo Kab Soppeng . Namun poten. *Prima Abdika*, 5636(3), 627–636.
- Ismail, Tahir, M. A., & Surya, D. (2023). Penerapan Aplikasi Pemasaran Produk Kerajinan UKM di Kampung Sabbeta Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah Sistem*

*Informasi Dan Teknik Informatika (JISTI)*,  
6(2), 142–151.

Ismail, A. Z. N. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Marketplace Berbasis Web Guna Meningkatkan Daya Saing Dan Pemasaran BUMDES Rompegading. *Inspiration : Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 12(1), 47–56. <https://jurnal.akba.ac.id/index.php/inspiration/article/view/2650>

Minarti, A., & Ginoga, V. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Undersiege Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(2), 107–114. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i2.165>

Rahmah, P., Muhtadbillah, A., & Nurdaya. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ”Studi Pada J&T Cabang Soppeng”. *Jurnal METANSI (Manajemen Dan AKuntansi)*, 4(April), 66–73.

Rahmah, P., Patappari, A., Lamappapoleonro, U., Lamappapoelonro, U., Informasi, S., & Lamappapoelonro, U. (2024). Pengembangan teknologi tepat guna pembuatan tepung pisang dan dodol pisang pada kelompok usaha desa watu kabupaten soppeng. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Lamappapoleonro*, 2.