



Penerapan Manajemen Kualitas untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Usaha Parfume Azzwars Jl. Raya Aru Lubuk Begalung, Kota Padang

Marila Sumiarti^{1*}, Novela Rovitia², Ranti Yuli Yofani³, Vicky Brama Kumbara⁴
^{1,2,3,4}Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang, Indonesia

Alamat: Jl. Raya Lubuk Begalung, Lubuk Begalung Nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat 25145

*Korespondensi penulis: marilasumiartii@gmail.com

Abstract. *Perfume is one of the human needs in the field of fragrances, where perfume has become part of the primary needs of some people. Therefore, it is very important to choose and use perfume with good quality products. Azzwars perfume is a perfume brand that is quite well known in West Sumatra. Azzwars perfume already has several branches in districts/cities in the West Sumatra region. Based on field surveys and observations made by the author at one of its branches on Jl. Raya Aru Lubuk Begalung looks empty of visitors. This is the author's interest to see how quality management is implemented to increase customer satisfaction in the business. The methods used in this research were observation and interviews. The results of this research on the implementation of quality management in Azzwars perfume are quite good, but it needs to be improved further in terms of marketing so that the Azzwars perfume business, especially the Lubuk Begalung branch, can be more widely known to the public. Thus, it is hoped that this research will be useful for business people and further research in increasing customer satisfaction in a business.*

Keywords: *Product Quality, Service, Customer Satisfaction.*

Abstrak. Parfume merupakan salah satu kebutuhan manusia dalam bidang wangi-wangian. Dimana parfume sudah menjadi bagian dari kebutuhan primer bagian sebagian masyarakat. Oleh karena itu sangat penting memilih dan menggunakan parfume dengan kualitas produk yang bagus. Parfume azzwars salah satu brand parfume yang cukup terkenal di Sumatera Barat. Parfume azzwars sudah memiliki beberapa cabang di kab/kota di wilayah Sumatera Barat. Berdasarkan dari survey ke lapangan dan pengamatan yang penulis lakukan Pada salah satu cabang nya di Jl. Raya Aru Lubuk Begalung terlihat sepi pengunjung. Hal ini menjadi daya tarik penulis untuk melihat bagaimana penerapan manajemen kualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di usaha tersebut. Metode yang dipakai dalam penelitian ini observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini penerapan manajemen kualitas pada parfume azzwars sudah cukup baik, tetapi perlu ditingkatkan lagi dalam segi pemasarannya agar usaha parfume azzwars khususnya cabang lubuk begalung dapat dikenal lebih luas lagi bagi masyarakat. Dengan demikian diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pembisnis serta penelitian selanjutnya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan disebuah usaha.

Kata kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

1. LATAR BELAKANG

Parfume Azzwars ialah salah satu produk parfume yang terkenal di Provinsi Sumatera Barat. Parfume azzwars ini telah memiliki cabang yang sudah tersebar hampir di seluruh kabupaten dan kota di Provinsi Sumatera Barat. Terkhususnya di Kota Padang, parfume azzwars ini sudah memiliki beberapa cabang, salah satunya yaitu berada di Jalan Raya Aru, Lubuk Begalung.

Setelah dilakukan survei lapangan, kami melihat bahwasanya cabang toko dari parfume Azzwars yang berada di Jalan Raya Aru, Lubuk Begalung ini, sedikit sepi dibandingkan dengan cabang-cabang toko di daerah yang lain. Oleh karena itu, kami sebagai peneliti tertarik untuk mengembangkan usaha parfume Azzwars yang berada di Jalan Raya Aru, Lubuk Begalung ini, dengan cara menerapkan manajemen kualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan harapan, supaya usaha parfume Azzwars cabang Jalan Raya Aru, Lubuk Begalung ini dapat dilirik kembali oleh masyarakat, sama halnya seperti di cabang-cabang toko di daerah lain.

Kualitas selalu menjadi prioritas utama meskipun perusahaan harus mengejar target dan tenggat waktu yang telah ditetapkan. Perusahaan perlu menerapkan manajemen kualitas dalam seluruh aspeknya. Manajemen kualitas tidak hanya membawa nilai tambah pada perusahaan, tetapi berdampak besar pada kesetiaan pelanggan pula.

Maka dari itu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perlunya menerapkan manajemen kualitas seperti kualitas produk dan kualitas pelayanan agar citra perusahaan meningkat dan berpengaruh terhadap laba yang dihasilkan perusahaan. Disamping itu, riset ini bermanfaat sebagai berikut:

- a. **Secara teoritis**, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para mahasiswa maupun peneliti selanjutnya jurusan manajemen khususnya dalam penerapan manajemen kualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan disebuah perusahaan.
- b. **Secara praktis**, hasil dari riset ini dapat dipergunakan untuk para pembisnis dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan di usahanya.

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Kualitas

Definisi manajemen kualitas menurut Gazperzs (2015:128), Manajemen kualitas (Quality Management) atau manajemen kualitas terpadu (Total Quality Management = TQM) didefinisikan sebagai satu cara meningkatkan kinerja secara terus menerus (continuously performance improvement) pada setiap level operasi atau proses, dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi, dengan menggunakan semua sumber daya manusia dan modal yang tersedia (Angioni et al., 2021).

Manajemen mutu merupakan sistem manajemen yang mengedepankan kualitas sebagai strategi bisnis dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi dan merupakan sistem manajemen yang berfokus pada pada orang / karyawan. Manajemen (Turnip et al., 2023).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan yang dimiliki oleh konsumen setelah melakukan perbandingan kinerja atau hasil yang dinikmati dengan harapannya (Kotler, 2002). Karangan buku lainnya, kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu perasaan kecewa atau tidaknya konsumen yang timbul setelah melakukan perbandingan antara persepsi atau kesan konsumen akan kinerja atau hasil suatu produk dengan semua harapan konsumen (Hakim, 2021) (Karolus Putra Setiadi & Manafe, 2021).

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan yang dialami pelanggan sebagai hasil dari kapasitas layanan untuk memenuhi keinginan, kebutuhan, dan persyaratan mereka sehubungan dengan layanan tersebut (Dalilah & Prawoto, 2023).

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberi manfaat pada perusahaan sehingga konsumen yang sudah merasa puas akan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain tentang kualitas produk yang ditawarkan, sehingga ketidakpuasan konsumen akan memberikan dampak pada perusahaan, karena produk yang digunakan oleh konsumen tidak memenuhi apa yang diharapkan (Sayedi et al., 2023).

Kualitas Produk

Menurut Herlambang (2014:36) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut berniali lainnya (Pelanggan, 2021).

Menurut (Garvin, 1984) menyatakan kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan yaitu *performance, reliability, conformance, durability, aesthetics, perceived quality, features dan serviceability*.(Sari & Khalid, 2022).

Menurut Taguchi (1982) dalam penelitian (Mansori, 2018) menunjukkan pentingnya desain produk dan pengendalian proses yang menghasilkan produk yang berkualitas. Dari pernyataan kedua ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas produk terletak kepada proses pembuatan sebuah produk, tampilan bahkan sampai dengan harga produk tersebut dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi pelanggan yang akan membeli produk tersebut (Sholikhah & Hadita, 2023).

Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir (2017, hlm. 47) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Suryani (2017, hlm.91) Kualitas Pelayanan adalah suatu

kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Menurut Sangadji & Sopiah (2013) Indikator Kualitas pelayanan dibagi menjadi 5 (lima) diantaranya : Keandalan, Responsibilitas, Jaminan, Empati, dan Bukti fisik (Putri et al., 2021).

Sedangkan menurut Mulyapradana et al., (2020) kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik (Purba et al., 2023).

Kotler (Pertiwi, 2021) menyatakan bahwa, kualitas pelayanan merupakan kinerja dari seseorang kepada orang lain yang dapat berupa tindakan 15 yang tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan suatu barang atau kepada siapa pun (Wijaya et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini dilakukan dengan cara pendekatan sosialisasi kepada pemilik parfum azzwars yang terletak di Jl. Aru No.15, Lubuk Begalung Nan XX, Kecamatan Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat dengan sosialisasi menerapkan manajemen kualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di usaha parfum azzwars. pada kegiatan ini kami menggunakan analisis secara detail dengan Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

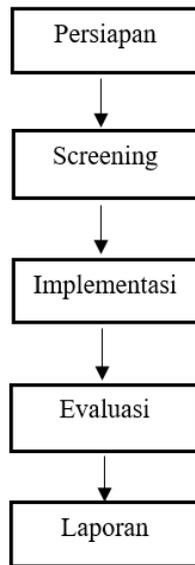
1. Wawancara

Wawancara ini dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai penerapan kualitas produk pada usaha parfum Azzwars, kualitas pelayanan yang diterapkan, serta implementasi manajemen kualitas dalam usaha tersebut. Selain itu, wawancara ini juga membahas perubahan yang dilakukan berdasarkan umpan balik pelanggan serta dampak dari penerapan manajemen kualitas terhadap bisnis mereka. Wawancara ini dapat dilakukan dengan metode wawancara terstruktur atau semi-terstruktur, di mana pertanyaan-pertanyaan yang relevan disusun sebelumnya namun tetap memberikan ruang bagi responden untuk memberikan informasi tambahan yang mungkin bermanfaat.

2. Observasi

Observasi yang digunakan dengan metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan dan terlibat langsung dalam kegiatan operasional pada Usaha Parfume Azzwars.

Kegiatan dapat kita uraikan sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram proses implementasi kegiatan

Diagram proses implementasi kegiatan :

1. Persiapan

Persiapan dari kegiatan ini mencakup beberapa prosedur :

- a. Menyiapkan materi.
- b. Survey lokasi.
- c. Mengurus surat perizinan.
- d. Membuat proposal dan proses persetujuan lokasi Praktek Kerja Lapangan (PKL).

2. Screening

Setelah memaksimalkan Persiapan, Screening kemudian menjadi agenda selanjutnya, Ada beberapa tahapan yang dilakukan :

- a. Menyiapkan pembicaraan dan panitia sebelum acara.
- b. Memastikan semua alat dibawa kelokasi.
- c. Memastikan semua kebutuhan acara seperti transportasi, hadiah dan spanduk.

3. Implementasi kegiatan

Kegiatan ini berkaitan dengan pelaksanaan PKL dengan waktu yang telah terjadwal. Adapun rencana kegiatan yang ada :

- a. Pembukaan PKL oleh mahasiswa.
- b. Sosialisasi materi PKL penerapan manajemen kualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di usaha parfum azzwars.
- c. Penutup (Dokumentasi dan Administrasi)

4. Evaluasi

Kegiatan ini bagian penting untuk menjadi inovasi dan perbaikan secara terus menerus di masa mendatang, sehubungan dengan pencapaian atau keterbatasan yang masih ada pada saat pelaksanaan PKL .

5. Laporan

Terakhir dari kegiatan ini adalah pembuatan laporan dari pelaksana PKL yang telah dilakukan untuk menjadi bagian dan dokumentasi bukti dari pelaksanaan kegiatan ini kepada beberapa pihak seperti LPPM

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Kualitas Produk pada Usaha Parfume Azzwars

Di Azzwars Parfume, kualitas produk merupakan prioritas utama. selalu berkomitmen untuk menyediakan produk dengan kualitas terbaik, memastikan bahwa setiap parfum yang di produksi memiliki standar yang tinggi. Setiap produk telah melalui serangkaian uji kualitas sebelum dipasarkan untuk menjamin kepuasan konsumen. Produk juga telah terdaftar di BPOM, memberikan jaminan bahwa semua parfum Azzwars aman dan layak digunakan. Pengawasan rutin juga dilakukan untuk memastikan tidak ada produk yang melewati masa kedaluwarsa atau tidak layak jual.

Penerapan Kualitas Pelayanan pada Usaha Parfum Azzwars

Pelayanan yang unggul adalah kunci keberhasilan kami di Azzwars Parfume. menerapkan prinsip service excellent, yang meliputi sikap ramah, selalu tersenyum, dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Setiap komplain dari konsumen direspon dengan cepat dan solusi segera dicari agar konsumen tetap puas dan percaya. Selain itu, menjaga hubungan baik dengan konsumen melalui interaksi yang profesional dan penuh perhatian. Program pelatihan selama tiga bulan juga diadakan untuk memastikan setiap staf memahami standar pelayanan yang tinggi dan mampu memenuhi ekspektasi konsumen.

Penerapan Manajemen Kualitas di Usaha Parfum Azzwars

Manajemen kualitas di Azzwars Parfume telah diterapkan secara efektif melalui pembagian tugas yang jelas dan pelatihan yang berkesinambungan. Struktur organisasi terdiri dari kepala toko, admin, dan crew store, masing-masing dengan tanggung jawab yang terdefinisi dengan baik. Selain itu, pemimpin di Azzwars tidak hanya berperan dalam mengarahkan tim, tetapi juga memiliki pengetahuan mendalam tentang produk dan layanan

yang ditawarkan. juga memiliki program member card dan berbagai promosi untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Tanggapan positif dari konsumen terhadap kualitas produk dan layanan kami membuktikan efektivitas manajemen kualitas yang telah diterapkan.



Gambar 2. wawancara dengan pemilik parfume azzwars



Gambar 3. konsumen yang membeli dan dokumentasi

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada tahap penelitian ini, toko parfume azzwars cabang lubuk begalungsudah menerapkan kualitas produk yang sangat baik karena produk telah terdaftar di BPOM sehingga produk parfum sudah teruji dan terjamin kelayakannya. Pada kualitas pelayanan menerapkan prinsip service excellent yang meliputi sikap ramah, mudah tersenyum dan responsif terhadap kebutuhan konsumen.

Penerapan manajemen kualitas pada usaha ini sudah cukup baik, namun ada beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti melakukan survei kepuasan pelanggan secara rutin, selalu berusaha melakukan inovasi produk dan layanan, membandingkan kinerja dengan standar industri dan pesaing dan implementasi sistem manajemen kualitas berbasis teknologi untuk efisiensi.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih terhadap dosen yang telah membimbing dalam melakukan pengerjaan penelitian, serta kepada pemilik toko usaha parfum azzwars yang sudah bersedia menjadi objek bagi penelitian, serta kepada rekan-rekan yang telah bekerja sama dalam melakukan penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Angioni, S. A., Giansante, C., Ferri, N., Ballarin, L., Pampanin, D. M., Marin, M. G., Bargione, G., Vasapollo, C., Donato, F., Virgili, M., Petetta, A., Lucchetti, A., Cabuga Jr, C. C., Masendo, C. B., Hernando, B. J., Joseph, C. C., Velasco, J. P., Angco, M. K., Ayaton, M. A., ... Barile, N. B. (2021). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Fisheries Research*, 140(1), 6. <https://doi.org/10.1016/j.fishres.2013.04.005>
- Dalilah, N., & Prawoto, P. (2023). Pengaruh kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Kenangan. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 186–197. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1774>
- Karolus Putra Setiadi, & Manafe, L. A. (2021). Penerapan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada PT Etos Suryanusa. *Kalianda Halok Gagas*, 4(1), 22–33. <https://doi.org/10.52655/khg.v4i1.7>
- Pelanggan, T. K. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. 15(1), 30–47.
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan reputasi perusahaan terhadap kepuasan konsumen dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Journal of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Sari, N., & Khalid, J. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cillo Coffee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6). <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2.218>

- Sayedi, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83–92. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18651>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Turnip, P. M., Simanjuntak, J., & Simanjuntak, A. N. (2023). Pengaruh sistem manajemen mutu terhadap peningkatan kualitas pelayanan pada perusahaan Damri Kota Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 100–112. <https://doi.org/10.51622/jbm.v1i2.1915>
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91.