

PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA GERAI KOPI KEKINIAN DI INDONESIA

Della Crisanta¹, Irwan Nopian Sinaga², Ovi Selviani Waruwu³, Putri Andini⁴
chrishantadella@gmail.com¹, sinaga.irwann@gmail.com², oviselviyani@gmail.com³,
andini23garcia@gmail.com⁴

STIE IBMI Medan

ABSTRAK

Fenomena meningkatnya persaingan di industri gerai kopi kekinian di Indonesia menuntut perusahaan untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana prinsip Total Quality Management (TQM) diterapkan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada bisnis kopi modern seperti Kopi Kenangan, Janji Jiwa, dan Fore Coffee. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berbasis studi pustaka, dengan data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, artikel bisnis, dan laporan resmi perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa prinsip-prinsip TQM yakni fokus pada pelanggan, perbaikan berkelanjutan, serta pelibatan seluruh sumber daya manusia berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan dan membentuk loyalitas pelanggan. Temuan ini memberikan gambaran bahwa penerapan TQM secara menyeluruh dapat menjadi strategi kunci dalam membangun keunggulan kompetitif dan mempertahankan basis pelanggan jangka panjang di industri kopi kekinian Indonesia.

Kata Kunci: Total Quality Management (TQM), Loyalitas Pelanggan, Kopi Kekinian, Kualitas Layanan.

ABSTRACT

The growing competition in Indonesia's modern coffee shop industry has pushed businesses to shift their focus beyond product quality to customer satisfaction and loyalty. This study aims to analyze how Total Quality Management (TQM) principles are applied to enhance customer loyalty in modern coffee brands such as Kopi Kenangan, Janji Jiwa, and Fore Coffee. A descriptive qualitative approach was employed, utilizing secondary data from academic journals, business articles, and corporate reports. The findings reveal that key TQM principles customer focus, continuous improvement, and employee involvement play a significant role in increasing satisfaction and fostering loyalty. These insights highlight the strategic importance of implementing comprehensive TQM practices as a means to achieve competitive advantage and long-term customer retention in Indonesia's booming coffee shop industry.

Keywords: Total Quality Management, Customer Loyalty, Modern Coffee Shops, Service Quality.

PENDAHULUAN

Industri minuman siap saji, khususnya gerai kopi kekinian, mengalami pertumbuhan yang pesat di Indonesia selama beberapa tahun terakhir. Gerai kopi kekinian ditandai dengan konsep desain modern yang Instagramable, penggunaan teknologi digital dalam layanan seperti pemesanan melalui aplikasi dan pembayaran cashless, serta strategi pemasaran yang menasar generasi muda melalui media sosial. Perubahan gaya hidup, pertumbuhan ekonomi digital, serta meningkatnya populasi konsumen muda menjadi faktor utama yang mendorong munculnya berbagai merek kopi lokal seperti Kopi Kenangan, Janji Jiwa, dan Fore Coffee. Merek-merek ini tidak hanya menyajikan kopi sebagai produk, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan pengalaman konsumen. Dalam pasar yang semakin kompetitif, keberhasilan jangka panjang sebuah bisnis tidak lagi ditentukan oleh cita rasa produk semata. Kualitas layanan, efisiensi operasional, serta kemampuan menciptakan hubungan emosional

dengan pelanggan menjadi elemen penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Di sinilah pentingnya penerapan manajemen mutu yang menyeluruh, seperti konsep Total Quality Management (TQM).

TQM merupakan pendekatan manajerial yang berfokus pada kualitas dalam setiap aspek organisasi, dengan prinsip utama berupa fokus pada pelanggan, perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*), dan keterlibatan aktif seluruh anggota organisasi. Dalam konteks gerai kopi kekinian, prinsip-prinsip ini relevan untuk diterapkan dalam menjaga konsistensi layanan, merespons umpan balik pelanggan, serta mengembangkan inovasi yang sesuai dengan preferensi pasar. Meski konsep TQM banyak diterapkan dalam sektor manufaktur, penerapannya dalam industri jasa, terutama pada sektor F&B (*food and beverage*) masih jarang diteliti secara mendalam, khususnya di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana prinsip-prinsip TQM dapat diadaptasi dan diimplementasikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada gerai kopi kekinian di Indonesia.

Mengacu pada pemaparan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip Total Quality Management pada gerai kopi kekinian di Indonesia?
- b. Sejauh mana pengaruh penerapan TQM terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis kopi kekinian?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi prinsip Total Quality Management (TQM) pada gerai kopi kekinian serta mengkaji pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Hingga saat ini, kajian akademik mengenai penerapan prinsip TQM dalam industri kopi kekinian di Indonesia masih sangat terbatas, terutama dengan pendekatan deskriptif-kualitatif yang mengkaji secara mendalam pengalaman dan strategi operasional dari perspektif mutu. Secara Teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur manajemen mutu di sektor jasa, khususnya industri kopi modern. Sementara secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam merancang strategi pelayanan berbasis kualitas untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Pendekatan ini digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana prinsip Total Quality Management (TQM) diterapkan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada gerai kopi kekinian di Indonesia. Metode ini tidak menggunakan data primer, melainkan mengandalkan berbagai sumber sekunder yang relevan.

Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna dan keterkaitan antara konsep manajemen mutu dan loyalitas pelanggan secara mendalam, tanpa perlu melakukan observasi langsung ke lapangan. Fokus penelitian diarahkan pada pemahaman konseptual dan praktik empiris yang diangkat dari literatur akademik dan data publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini, kami menguraikan bagaimana prinsip-prinsip TQM diterapkan oleh berbagai gerai kopi kekinian di Indonesia berdasarkan kajian pustaka yang dianalisis secara tematik. Fokus utama pembahasan diarahkan pada tiga dimensi inti TQM: orientasi pada pelanggan, komitmen terhadap perbaikan berkelanjutan, serta

partisipasi aktif karyawan dalam proses peningkatan mutu.

Fokus pada Pelanggan dalam Praktik Layanan

Salah satu prinsip utama dalam TQM adalah orientasi pada pelanggan. Kopi Kenangan, sebagai salah satu pelaku utama industri kopi kekinian, telah menerapkan pendekatan yang berfokus pada kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Melalui aplikasi digital, pelanggan dapat memesan kopi, menyesuaikan rasa, dan memilih waktu pengambilan. Sistem ini mempercepat pelayanan sekaligus memungkinkan pelanggan memberikan umpan balik langsung. Hal serupa juga diterapkan oleh Fore Coffee, yang mengintegrasikan teknologi untuk mempersonalisasi pengalaman pelanggan. Dengan fitur aplikasi yang mendeteksi lokasi terdekat dan menyimpan preferensi rasa, pelanggan merasa lebih dihargai dan dilibatkan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa fokus pada pelanggan bukan hanya slogan, tetapi strategi layanan yang nyata dan terukur.

Menurut Kusri et al. (2024), pelayanan berbasis personalisasi dan kemudahan akses menjadi kunci dalam membangun keterikatan emosional antara pelanggan dan merek.

Perbaikan Berkelanjutan dalam Operasional dan Inovasi

Prinsip continuous improvement dalam TQM tercermin dalam inovasi produk dan layanan yang dilakukan oleh gerai kopi kekinian. Janji Jiwa, misalnya, rutin memperbarui menu dengan varian minuman baru sesuai tren pasar. Strategi ini menjaga antusiasme pelanggan dan menciptakan kesan bahwa perusahaan selalu bergerak maju. Selain inovasi menu, banyak gerai kopi modern yang melakukan evaluasi berkala terhadap sistem antrean, kecepatan layanan, dan kenyamanan tempat duduk. Evaluasi ini didasarkan pada masukan pelanggan yang dikumpulkan melalui survei digital atau ulasan di media sosial.

Sutrisno et al. (2022) menyatakan bahwa proses perbaikan berkelanjutan yang berbasis pada umpan balik pelanggan mampu meningkatkan persepsi kualitas layanan dan memperkuat loyalitas.

Keterlibatan Karyawan dalam Menjaga Kualitas Layanan

Keberhasilan implementasi TQM sangat bergantung pada keterlibatan sumber daya manusia. Kopi Kenangan dan Fore Coffee memiliki sistem pelatihan rutin bagi karyawan, khususnya barista dan staf kasir, untuk memastikan standar layanan yang konsisten. Karyawan yang merasa terlibat dan dihargai cenderung memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Hal ini menciptakan pengalaman yang positif dan memperkuat citra merek di mata konsumen. Studi oleh Hidayah et al. (2023) mendukung temuan ini, dengan menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan meningkat seiring meningkatnya empati dan profesionalisme staf pelayanan.

Pengaruh TQM terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa implementasi prinsip-prinsip TQM berkontribusi signifikan terhadap loyalitas pelanggan di industri kopi kekinian. Pelanggan cenderung loyal ketika mereka:

- a. Merasa dilayani dengan cepat dan sesuai preferensi,
- b. Melihat perusahaan terbuka terhadap kritik dan saran,
- c. Menemukan konsistensi dalam kualitas produk dan layanan.

Loyalitas tersebut diwujudkan dalam bentuk pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, dan keterlibatan di media sosial. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan jangka pendek, tetapi juga memperkuat posisi merek dalam jangka panjang.

Diskusi Kritis

Meskipun TQM memberikan banyak manfaat, penerapannya dalam bisnis kopi

kekinian menghadapi tantangan, seperti keberagaman preferensi konsumen, fluktuasi tren pasar, dan keterbatasan tenaga kerja terlatih. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan adaptasi berkelanjutan terhadap prinsip TQM agar sesuai dengan kondisi pasar Indonesia yang dinamis.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan prinsip-prinsip Total Quality Management (TQM) memainkan peran strategis dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan pada gerai kopi kekinian di Indonesia. Melalui pendekatan studi pustaka, ditemukan bahwa prinsip utama TQM yaitu fokus pada pelanggan, perbaikan berkelanjutan, dan keterlibatan karyawan telah diadaptasi secara nyata oleh merek-merek seperti Kopi Kenangan, Fore Coffee, dan Janji Jiwa.

Strategi seperti layanan digital yang responsif, inovasi menu yang terus diperbarui, serta pelatihan berkelanjutan terhadap sumber daya manusia terbukti berkontribusi terhadap terciptanya pengalaman pelanggan yang positif dan konsisten. Hal ini berdampak langsung pada pembentukan loyalitas melalui pembelian ulang, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta keterikatan emosional terhadap merek. Dengan demikian, pendekatan TQM terbukti tidak hanya relevan di sektor manufaktur, tetapi juga sangat efektif dalam industri jasa, khususnya dalam pasar minuman siap saji yang kompetitif. Implementasi TQM memungkinkan perusahaan membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan melalui kualitas layanan yang holistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. Cambridge, MA: MIT Center for Advanced Engineering Study.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2014). *Quality management for organizational excellence: Introduction to total quality* (8th ed.). Pearson Education.
- Hidayah, N., Bachtiar, A., & Candi, C. (2023). Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien di rumah sakit: Systematic review. *Prepotif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(1), 45–56. <https://doi.org/10.31219/osf.io/prepotif>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusrini, E. D., Haris, A., & Setyawanatra, E. R. (2024). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri ritel: Studi kasus Indomaret. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(2), 101–112.
- Mayasari, M. (2023). Analisis penerapan teknologi dalam pendidikan dan dampaknya terhadap kesehatan di lingkungan sekolah. *Journal on Education*, 5(4), 85–92.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44. <https://doi.org/10.2307/1252099>
- Sutrisno, S., Arifin, Z., & Prabowo, H. (2022). Total Quality Management dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan di sektor jasa. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia (JIMBis)*, 9(1), 50–60.
- Fore Coffee. (2025). Tentang kami. <https://www.fore.coffee> (Diakses 25 Juni 2025)
- Janji Jiwa. (2025). Profil brand. <https://www.janjijiwa.id> (Diakses 25 Juni 2025)
- Kopi Kenangan. (2025). Beranda. <https://www.kopikenangan.com> (Diakses 25 Juni 2025)