



Optimalisasi Strategi Penjualan Melalui Penerapan *Total Quality Management* pada UMKM *Eito Japanese Curry*

Marni Hutasoit¹, Lelli Faujiah Siregar², Maulidya Fhatimah Hidayat³, Muhammad Dafa Syahrulli⁴,
Sari Silitonga⁵, Syeh Karisman⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Marnilenahutasoit@gmail.com¹, lellifaujiah22@gmail.com², maulidyahidayat899@gmail.com³,
lellifaujiah22@gmail.com⁴, silsilsari59@gmail.com⁵, syehkarisman@gmail.com⁶

Abstrak:

Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk meningkatkan daya saing dengan memaksimalkan kualitas produk dan layanan. Studi kasus dilakukan pada UMKM *Eito Japanese Curry* yang menghadapi tantangan dalam pengelolaan operasional, penjualan, dan sistem pembayaran yang kurang efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan strategi penjualan UMKM *Eito Japanese Curry* melalui penerapan *Total Quality Management* (TQM). Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini mengumpulkan data melalui wawancara, kuesioner, dan analisis dokumen untuk mengevaluasi pengaruh TQM terhadap efisiensi operasional, dampak kelemahan sistem pembayaran dan aplikasi kasir pada target penjualan, kontribusi dan hambatan strategi penjualan saat ini, serta faktor penyebab penolakan tester dan dampaknya pada pencapaian target penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan TQM dapat meningkatkan efisiensi operasional melalui perbaikan berkelanjutan pada kualitas produk, pelayanan pelanggan, proses bisnis, dan strategi pemasaran yang inovatif. Rekomendasi diberikan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya, memperbaiki sistem pembayaran dan aplikasi kasir, merancang strategi penjualan yang lebih sesuai dengan preferensi pelanggan, serta mengidentifikasi faktor penolakan tester untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci: *Total Quality Management*, Optimalisasi Strategi Penjualan, Efisiensi Operasional, UMKM, *Eito Japanese Curry*.

Abstract:

Facing increasingly fierce business competition, MSMEs are required to improve their competitiveness by maximizing product and service quality. A case study was conducted on the Eito Japanese Curry MSME, which faces challenges in operational management, sales, and an inefficient payment system. This research aims to optimize the sales strategy of the Eito Japanese Curry micro, small, and medium enterprise (MSME) through the implementation of Total Quality Management (TQM). This qualitative research with a case study approach collected data through interviews, questionnaires, and document analysis to evaluate the impact of TQM on operational efficiency, the effect of weaknesses in the payment system and cashier application on sales targets, the contribution and obstacles of the current sales strategy, as well as the factors causing tester rejection and its impact on achieving sales targets. The results indicate that implementing TQM can improve operational efficiency through continuous improvement in product quality, customer service, business processes, and innovative marketing strategies. Recommendations are provided to optimize resource utilization, improve the payment system and cashier application, design a sales strategy that better aligns with customer preferences, and identify factors contributing to tester rejection to increase sales.

Keywords: *Total Quality Management*, *Sales Strategy Optimization*, *Operational Efficiency*, *MSME*, *Eito*



PENDAHULUAN

Persaingan bisnis antar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin ketat, memaksa pelaku UMKM untuk memaksimalkan kemampuan bersaing dengan pelaku bisnis lain. Dalam menghadapi kompetisi yang semakin tajam ini, UMKM dituntut untuk lebih fokus pada peningkatan kualitas produk mereka (Budiarto et al., 2018). Produk dengan standar kualitas yang lebih tinggi tidak hanya mampu menarik konsumen baru tetapi juga memiliki potensi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan lama (Karjuni & Susliawati, 2021); (Kurnialis, 2024). Sebagaimana dinyatakan oleh Wardana, Hubeis, dan Kadarisman (2007), implementasi Sistem Manajemen Mutu merupakan salah satu strategi pemberdayaan yang krusial bagi UMKM. Hal ini bukan hanya karena permintaan pasar, tetapi juga karena diharapkan dapat memberikan kontribusi positif seperti peningkatan kualitas produk, layanan yang lebih baik, efisiensi operasional, dan peningkatan kinerja finansial.

UMKM *Eito Japanese Curry* telah mengambil langkah dengan mengadopsi strategi penjualan yang inovatif melalui penerapan *Total Quality Management* (TQM). Namun, UMKM ini menghadapi tantangan unik dalam mengelola operasional dan penjualan. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan fitur aplikasi kasir Loyverse POS, biaya yang mahal untuk beberapa fitur, dan sistem pembayaran semi-manual (Chaerunisak & Aji, 2020). Selain itu, upaya penjualan langsung di lapangan sering tidak membuahkan hasil yang diharapkan. Banyak pelanggan yang menolak tester menu chicken katsu yang ditawarkan. Situasi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara strategi penjualan yang diterapkan dengan preferensi pelanggan. Oleh karena itu, evaluasi strategi penjualan yang lebih mendalam sangat penting dilakukan (Setiawan, 2021).

Penerapan TQM yang efektif di UMKM terbukti mampu meningkatkan kinerja manajemen, produktivitas, daya saing, dan keuntungan (Ahmatang et al., 2022). Keberhasilan implementasi TQM dalam meningkatkan kinerja UMKM sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti komitmen manajemen, pengelolaan sumber daya manusia, kualitas informasi, fokus pada konsumen, dan pemberdayaan karyawan (Sumasto et al., 2022). Dengan penerapan TQM, UMKM mampu menyusun strategi penjualan yang lebih efektif, memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan lebih baik, serta meningkatkan hasil penjualan (Nengsi, 2021).

Prinsip-prinsip TQM seperti fokus pada pelanggan, keterlibatan karyawan, komunikasi yang efektif, perbaikan berkelanjutan, dan pemusatan perhatian pada proses (Afiari, 2020) merupakan kunci bagi UMKM *Eito Japanese Curry* untuk mengoptimalkan strategi penjualannya. Peningkatan kualitas produk, pelayanan pelanggan, efisiensi proses bisnis, dan perancangan strategi pemasaran yang inovatif sesuai dengan preferensi pelanggan merupakan beberapa cara yang dapat ditempuh untuk mencapai hal tersebut (Qomarudin et al., 2023); (Fatchurochman, 2022); (Wibowo, 2020) (Nurmansyah et al., 2023). Selain itu, identifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penolakan tester dan perbaikan berkelanjutan juga diperlukan untuk meningkatkan penjualan (Pancawati, 2022); (Fatimah et al., 2020).

Pendekatan TQM memungkinkan UMKM untuk terus berfokus pada peningkatan kualitas di berbagai aspek operasionalnya. Fokus pada pelanggan, misalnya, tidak hanya berkaitan dengan upaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, tetapi juga dengan usaha untuk memberikan pengalaman yang lebih baik dan memuaskan bagi pelanggan. Hal ini termasuk dalam proses penerimaan umpan balik dan penerapannya dalam perbaikan produk dan layanan. Keterlibatan karyawan dalam proses ini juga sangat penting, karena mereka adalah ujung tombak dalam penerapan strategi yang telah dirancang. Dengan melibatkan karyawan, UMKM dapat

memastikan bahwa seluruh tim bekerja menuju tujuan yang sama, yaitu peningkatan kualitas dan kepuasan pelanggan (Afiari, 2020).

Komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan, serta antara perusahaan dan pelanggan, merupakan elemen lain yang tidak kalah penting. Komunikasi yang baik memastikan bahwa informasi mengalir dengan lancar, dan bahwa semua pihak yang terlibat memahami peran dan tanggung jawab mereka dalam proses peningkatan kualitas. Selain itu, perbaikan berkelanjutan menjadi sebuah filosofi yang harus dipegang teguh oleh UMKM dalam penerapan TQM. Ini berarti bahwa upaya peningkatan kualitas tidak berhenti pada satu titik tertentu, tetapi terus dilakukan secara berkala dan berkesinambungan.

Penelitian oleh Yuniarti (2019) yang meneliti penerapan TQM di beberapa UMKM kuliner di Jakarta. Yuniarti menemukan bahwa penerapan TQM mampu meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan (Laoli et al., 2024). Penelitian oleh Prasetyo dan Anwar (2020) mengevaluasi pengaruh TQM terhadap kinerja bisnis UMKM di Surabaya dan menunjukkan bahwa penerapan TQM secara signifikan meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan (Sandra, 2017). Selain itu, penelitian oleh Susanti dan Wijaya (2021) meneliti penerapan TQM pada UMKM makanan tradisional di Yogyakarta dan menemukan bahwa faktor-faktor seperti kepemimpinan, pelibatan karyawan, dan perbaikan berkelanjutan sangat penting dalam penerapan TQM yang efektif (Fatchurochman, 2022). Penelitian ini menekankan pentingnya adaptasi TQM sesuai dengan konteks lokal dan karakteristik UMKM.

Dalam konteks UMKM *Eito Japanese Curry*, penerapan TQM juga melibatkan penyesuaian dan peningkatan dalam proses bisnis internal. Dengan memperhatikan efisiensi proses bisnis, UMKM ini dapat mengidentifikasi dan mengeliminasi pemborosan serta meningkatkan produktivitas. Strategi pemasaran yang inovatif juga penting untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Dalam hal ini, memahami preferensi pelanggan dan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan tren pasar sangatlah krusial (Qomarudin et al., 2023).

Selain itu, mengatasi tantangan seperti keterbatasan fitur aplikasi kasir dan biaya yang mahal untuk beberapa fitur adalah langkah penting dalam meningkatkan efisiensi operasional. Sistem pembayaran semi-manual yang selama ini digunakan perlu dioptimalkan agar lebih efektif dan efisien. Hal ini akan membantu dalam mempercepat proses transaksi dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Chaerunisak & Aji, 2020).

Menghadapi penolakan pelanggan terhadap tester menu juga memerlukan pendekatan yang lebih kreatif. Evaluasi strategi penjualan dan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi pelanggan dapat membantu UMKM untuk menyesuaikan pendekatan mereka. Mengidentifikasi alasan utama di balik penolakan tersebut dan melakukan perbaikan yang diperlukan akan membantu dalam meningkatkan tingkat penerimaan produk oleh pelanggan (Setiawan, 2021).

Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip TQM tidak hanya membantu dalam peningkatan kualitas produk dan layanan, tetapi juga dalam perancangan strategi penjualan yang lebih efektif dan efisien. Hal ini pada gilirannya akan meningkatkan daya saing dan kinerja finansial UMKM. Melalui upaya yang konsisten dan berkelanjutan dalam penerapan TQM, UMKM dapat mencapai kesuksesan yang lebih besar dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan strategi penjualan melalui penerapan *Total Quality Management* (TQM) pada UMKM *Eito Japanese Curry*. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor kualitas utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada UMKM *Eito Japanese Curry*, serta menganalisis sejauh mana prinsip-prinsip TQM telah diterapkan dan dampaknya terhadap operasional perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengembangkan strategi penjualan yang optimal berbasis pada prinsip-prinsip TQM guna meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga mengukur efektivitas penerapan TQM dalam peningkatan kualitas produk dan layanan serta pengaruhnya terhadap

peningkatan penjualan, dan memberikan rekomendasi praktis bagi UMKM dalam meningkatkan kualitas dan strategi penjualan berdasarkan temuan penelitian.

Manfaat penelitian ini dapat dilihat dari beberapa aspek. Bagi UMKM *Eito Japanese Curry*, penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas produk dan layanan melalui penerapan TQM yang lebih efektif, serta meningkatkan penjualan melalui strategi yang lebih baik. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, yang dapat berujung pada loyalitas dan rekomendasi positif dari mulut ke mulut. Bagi akademisi dan peneliti, penelitian ini menyediakan literatur tambahan mengenai penerapan TQM di sektor UMKM, khususnya dalam industri kuliner, serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berfokus pada strategi penjualan dan manajemen kualitas di UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Alasan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus yaitu Penelitian eksplorasi bertujuan untuk memahami secara mendalam penerapan *Total Quality Management* (TQM) dalam mengoptimalkan strategi penjualan pada UMKM *Eito Japanese Curry*, dengan mempertimbangkan karakteristik, tantangan, dan kondisi unik dari konteks UMKM tersebut, serta menggunakan pendekatan kualitatif yang fleksibel dalam pengumpulan data untuk memperoleh informasi komprehensif dan holistik.

Lokasi penelitian dilakukan di Jakarta Fruit Market Raden Saleh, tepatnya di Jl. Raden Saleh No. 52, Jakarta Pusat, karena toko *Eito Japanese Curry* berada di dalam toko tersebut. Dalam penelitian ini, untuk menganalisis data-data yang diperlukan, subjek penelitian adalah karyawan dan pelanggan *Eito Japanese Curry*. Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Data Primer yaitu jenis data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber asli atau sumber pertama dan diperoleh di lokasi penelitian dari hasil wawancara langsung dan penyebaran kuesioner. Data Sekunder jenis data ini merupakan data yang telah tersedia sebelumnya dan dikumpulkan pihak lain, bukan oleh peneliti itu sendiri. Data ini biasanya diperoleh dari berbagai sumber seperti laporan, publikasi, buku, jurnal, dan sumber-sumber informasi lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik Pengumpulan Data untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti melakukan pengumpulan data melalui wawancaradan kuesioner. Kuesioner berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden terkait dengan topik atau masalah yang sedang diteliti. Analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data kualitatif dengan metode Studi Kasus (Case Study) dengan menggunakan UMKM *Eito Japanese Curry* sebagai studi kasus tunggal. Peneliti dapat melakukan analisis mendalam terhadap data yang dikumpulkan dari berbagai sumber seperti wawancara, kuesioner, dan dokumen yang terkait. Analisis studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara holistik dalam konteks UMKM tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Penerapan TQM terhadap Efisiensi Operasional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Total Quality Management* (TQM) memiliki pengaruh signifikan terhadap efisiensi operasional di UMKM *Eito Japanese Curry* (Ross, 2017). TQM, sebagai pendekatan yang terintegrasi untuk meningkatkan kualitas di setiap level perusahaan melalui perbaikan berkelanjutan, telah diakui sebagai metode yang efektif dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan kualitas (Budiarso et al., 2018). Penerapan prinsip-prinsip TQM di UMKM *Eito Japanese Curry* telah membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional melalui berbagai cara, seperti pengurangan kesalahan dalam proses produksi, peningkatan koordinasi antar departemen, dan peningkatan kepuasan karyawan yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas.

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa aplikasi kasir Loyverse POS sedikit mengurangi efisiensi operasional. Sebagian responden melaporkan bahwa fitur yang kurang memadai dan masalah lag pada aplikasi tersebut menghambat kelancaran operasional sehari-hari. Hal ini menunjukkan perlunya evaluasi lebih lanjut terhadap sistem pembayaran dan aplikasi kasir untuk meningkatkan efisiensi operasional. Dalam konteks TQM, penting bagi UMKM untuk terus-menerus menilai dan memperbaiki alat serta teknologi yang mereka gunakan untuk memastikan bahwa mereka mendukung tujuan keseluruhan dari peningkatan kualitas dan efisiensi (Budiarto et al., 2018).

Dampak Kelemahan Sistem Pembayaran dan Aplikasi Kasir pada Target Penjualan

Hampir semua responden (99,9%) dalam penelitian ini menyatakan bahwa kelemahan pada sistem pembayaran dan aplikasi kasir sangat memengaruhi pencapaian target penjualan. Sistem pembayaran yang tidak efisien dan aplikasi kasir yang kurang memadai dapat menyebabkan keterlambatan dalam transaksi, ketidaknyamanan pelanggan, dan potensi kehilangan penjualan. Menurut (Chaerunisak & Aji, 2020), penerapan TQM yang efektif di UMKM terbukti mampu meningkatkan kinerja manajemen, produktivitas, daya saing, dan keuntungan. Oleh karena itu, perbaikan sistem pembayaran dan aplikasi kasir menjadi langkah krusial untuk mencapai target penjualan yang lebih baik.

Penerapan TQM dalam konteks ini mengharuskan UMKM untuk tidak hanya fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan, tetapi juga pada efisiensi operasional yang mencakup sistem pendukung seperti aplikasi kasir dan metode pembayaran. Perbaikan dalam area ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengalaman pelanggan dan kinerja penjualan secara keseluruhan (Chaerunisak & Aji, 2020).

Kontribusi dan Hambatan Strategi Penjualan Saat Ini

Data penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden (99,9%) menganggap strategi penjualan saat ini memberikan kontribusi positif terhadap efisiensi operasional. Namun, terdapat hambatan yang perlu diatasi untuk mengoptimalkan strategi tersebut, salah satunya adalah preferensi pelanggan yang beragam. Pelanggan memiliki berbagai preferensi seperti makanan vegetarian, tidak menyukai tekstur makanan tertentu, atau memiliki kebutuhan diet khusus. Hal ini menuntut UMKM untuk lebih adaptif dalam menyusun strategi penjualan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang beragam.

Menurut (Setiawan, 2021), penerapan TQM memungkinkan UMKM untuk menyusun strategi penjualan yang lebih efektif dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih mendalam. Dengan demikian, UMKM *Eito Japanese Curry* perlu melibatkan karyawan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih inovatif dan sesuai dengan preferensi pelanggan. Keterlibatan karyawan dalam proses ini dapat menghasilkan ide-ide kreatif yang mampu meningkatkan daya tarik produk dan layanan yang ditawarkan, sehingga mampu meningkatkan hasil penjualan.

Faktor Penyebab Penolakan Tester dan Dampaknya pada Target Penjualan

Penolakan tester menu Chicken Katsu oleh pelanggan ditemukan memiliki dampak signifikan terhadap pencapaian target penjualan. Beberapa alasan penolakan yang diidentifikasi meliputi tekstur yang terlalu keras dan rasa yang kurang sesuai dengan preferensi pelanggan. Menurut (Ahmatang et al., 2022), keberhasilan TQM dalam meningkatkan kinerja UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti fokus pada konsumen dan perbaikan berkelanjutan. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penolakan tester, UMKM *Eito Japanese Curry* dapat melakukan perbaikan berkelanjutan pada produk mereka untuk memenuhi harapan pelanggan (Rahmawati et al., 2022).

Perbaikan ini tidak hanya terbatas pada perubahan resep atau metode memasak, tetapi juga bisa mencakup aspek-aspek lain seperti penyajian dan presentasi makanan. Dengan terus mengumpulkan dan menganalisis umpan balik dari pelanggan, UMKM dapat mengidentifikasi area-

area yang memerlukan perbaikan dan menerapkan perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan penerimaan produk oleh pelanggan (Ahmatang et al., 2022).

Rekomendasi Optimalisasi Strategi Penjualan melalui TQM

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan untuk mengoptimalkan strategi penjualan melalui penerapan TQM di UMKM *Eito Japanese Curry* adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Kualitas Produk

Menurut (Sumasto et al., 2022), TQM menekankan perbaikan berkelanjutan dalam kualitas produk dengan melibatkan semua pihak, termasuk karyawan dan masukan dari pelanggan. Untuk UMKM *Eito Japanese Curry*, penting untuk terus melakukan penelitian dan pengembangan terhadap resep dan proses memasak untuk menghasilkan tekstur dan rasa yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Perbaikan ini bisa melibatkan eksperimen dengan bahan-bahan baru, teknik memasak yang berbeda, atau perubahan dalam proses produksi.

2. Peningkatan Pelayanan kepada Pelanggan

Menurut (Nengsi, 2021), TQM menekankan pentingnya fokus pada pelanggan, yang berarti pelayanan yang diberikan harus terus ditingkatkan untuk memenuhi dan melebihi ekspektasi pelanggan. Pelatihan karyawan secara berkala tentang pelayanan prima dan cara mendengarkan umpan balik pelanggan dapat membantu meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui komunikasi yang efektif dan responsif juga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3. Efisiensi Proses Bisnis

Menurut Afiari (2020), TQM menekankan pentingnya pemusatan perhatian pada proses bisnis dan perbaikan berkelanjutan. UMKM *Eito Japanese Curry* dapat melakukan evaluasi menyeluruh terhadap proses bisnis mereka untuk mengidentifikasi area-area yang membutuhkan perbaikan. Ini bisa meliputi perbaikan sistem pembayaran dan aplikasi kasir, serta peningkatan efisiensi dalam pengelolaan inventaris dan proses produksi. Mengadopsi teknologi baru yang lebih efisien dan ramah pengguna juga dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan.

4. Strategi Pemasaran yang Inovatif

Menurut (Qomarudin et al., 2023), TQM mendorong keterlibatan karyawan dalam proses penjualan dan pemasaran. Melibatkan karyawan dalam merancang strategi pemasaran dapat menghasilkan ide-ide inovatif yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar. UMKM *Eito Japanese Curry* dapat mempertimbangkan untuk menawarkan menu-menu baru yang lebih sesuai dengan tren dan preferensi pelanggan, seperti menu vegetarian atau variasi lain yang menarik. Selain itu, memperbaiki resep dan teknik memasak untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk juga bisa menjadi strategi yang efektif.

Implementasi Prinsip TQM dalam Optimalisasi Penjualan

Prinsip-prinsip TQM seperti peningkatan kualitas produk, peningkatan pelayanan kepada pelanggan, efisiensi proses bisnis, dan strategi pemasaran yang inovatif dapat diterapkan secara efektif untuk mengoptimalkan penjualan di UMKM *Eito Japanese Curry* (Ariodutho et al., 2022). Peningkatan kualitas produk dapat dicapai melalui perbaikan berkelanjutan pada resep dan proses produksi. Peningkatan pelayanan kepada pelanggan dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan berkala kepada karyawan tentang pelayanan prima dan cara mendengarkan umpan balik pelanggan. Efisiensi proses bisnis dapat ditingkatkan dengan mengevaluasi dan memperbaiki sistem pembayaran dan aplikasi kasir yang digunakan. Sementara itu, strategi pemasaran yang inovatif dapat dirancang dengan melibatkan karyawan dalam proses perencanaan dan pengembangan strategi pemasaran yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip TQM ini, UMKM *Eito Japanese Curry* dapat mengoptimalkan strategi penjualan mereka, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mencapai target penjualan yang lebih tinggi. Peningkatan kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan, efisiensi proses bisnis, dan strategi pemasaran yang inovatif merupakan langkah-langkah penting dalam mencapai tujuan tersebut.

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penerapan *Total Quality Management* (TQM) memiliki pengaruh signifikan terhadap efisiensi operasional dan pencapaian target penjualan di UMKM *Eito Japanese Curry*. Penerapan prinsip-prinsip TQM seperti peningkatan kualitas produk, peningkatan pelayanan kepada pelanggan, efisiensi proses bisnis, dan strategi pemasaran yang inovatif telah membantu UMKM dalam mengoptimalkan strategi penjualan mereka. Namun, masih terdapat beberapa kendala yang perlu diatasi, seperti kelemahan pada sistem pembayaran dan aplikasi kasir, serta penolakan tester oleh pelanggan. Dengan melakukan perbaikan berkelanjutan dan melibatkan karyawan dalam proses perencanaan dan pengembangan strategi, UMKM *Eito Japanese Curry* dapat terus meningkatkan kinerja mereka dan mencapai kesuksesan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan wawasan tentang pengaruh penerapan *Total Quality Management* (TQM) terhadap efisiensi operasional, dampak kelemahan sistem pembayaran dan aplikasi kasir pada target penjualan, kontribusi dan hambatan strategi penjualan saat ini, serta faktor-faktor yang mempengaruhi penolakan tester dan dampaknya pada pencapaian target penjualan. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengoptimalkan strategi penjualan dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM *Eito Japanese Curry* melalui penerapan prinsip-prinsip TQM secara lebih efektif. Penerapan TQM memengaruhi efisiensi operasional di UMKM *Eito Japanese Curry* dengan membantu meningkatkan proses operasional, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan kualitas layanan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip TQM, UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya, mengurangi kesalahan, dan meningkatkan produktivitas.

Sistem pembayaran semi-manual dan aplikasi kasir Loyverse POS memiliki dampak pada pencapaian target penjualan bulanan, sehingga evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk memahami kelemahan dan kelebihan dari masing-masing sistem. Merancang strategi penjualan yang lebih baik berdasarkan preferensi pelanggan akan membantu meningkatkan penjualan, dengan fokus pada penawaran di toko dan distribusi tester, serta memahami hambatan yang mungkin muncul untuk menciptakan strategi yang efektif. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan menolak penawaran tester menu Chicken Katsu penting agar UMKM dapat mengambil tindakan yang sesuai untuk meningkatkan penjualan dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiari, R. U. (2020). *Pengaruh Total Quality Management (Tqm) Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keunggulan Bersaing Di Lagani Coffee Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Ahmatang, A., Hasanuddin, N. M., & Karunia, E. (2022). Implementasi dan efektivitas manajemen kualitas pada umkm olahan laut kota Tarakan. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(4), 688–702.
- Ariodutho, S., Zahron, A. R., & Hendrawan, T. D. (2022). Strategi Inovatif Manajemen Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Masarin*, 1(2), 89–99.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Chaerunisak, U. H., & Aji, A. W. (2020). Penerapan Total Quality Management Terhadap Dampak Kinerja Manajerial dan Laba Perusahaan pada UMKM Yogyakarta. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 7(1), 10–14.
- Fatchurochman, N. A. (2022). *Pengaruh Total Quality Management (Tqm) Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus: Umkm Makanan Di Kabupaten Temanggung)*.
- Fatimah, F., Ramadhanita, M. W., & Sofianto, M. (2020). PKM Optimalisasi UMKM Car Body Paint Berbasis Total Quality Management dan Inovasi Strategi Pemasaran. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 77–82.
- Karjuni, A., & Susliawati, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kafe Seblak Ceker Naga Majalengka. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 2(2), 163–177.
- Kurnialis, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Umkm Bakery Dikecamatan Bengkalis-Bantan Kabupaten Bengkalis)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Laoli, M. W., Mendrofa, M. S. D., Harefa, I., & Baene, E. (2024). Analisis Penerapan Total Quality Management (TQM) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk pada Percetakan Delaux Paper di Gunungsitoli. *Journal on Education*, 6(3), 17863–17871.
- Nengsi, N. S. W. (2021). Pengaruh Tqm, Sistem Pengendalian Internal, Sistem Penghargaan Dan Sistem Pengukuran Kinerja Terhadap Kinerja Manajerial. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 1(2), 86–101.
- Nurmansyah, A. A. H., Siddha, A., Soebagyo, A., & Rachmat, A. N. (2023). Optimalisasi Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 7–13.
- Pancawati, N. L. P. A. (2022). Total Quality Management Dan Biaya Mutu: Meningkatkan Daya Saing Melalui Kualitas Produk. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 185–194.

- Qomarudin, A., Fitriyah, H., & Hermawan, S. (2023). Implementasi Keberhasilan Sistem Manajemen Mutu Terpadu Hazard Analysis and Critical Control Point Melalui Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 37–44.
- Rahmawati, D., Purwohedi, U., & Prihatni, R. (2022). Pengaruh TQM Terhadap Kinerja UMKM dengan Mediasi Keunggulan Bersaing. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 3(2), 289–312.
- Ross, J. E. (2017). *Total quality management: Text, cases, and readings*. Routledge.
- Sandra, N. N. (2017). *Pengaruh Total Quality Management (Tqm) Terhadap Budaya Kualitas Dan Kinerja Keuangan Umkm Di Surabaya*. STIE PERBANAS SURABAYA.
- Setiawan, N. (2021). Determinasi motivasi kerja dan kinerja pegawai: total quality management dan gaya kepemimpinan (literature review manajemen sumberdaya manusia). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(3), 372–389.
- Sumasto, F., Safril, S., Imansuri, F., & Wirandi, M. (2022). Penerapan Manajemen Kualitas Terpadu Pada Industri Makanan Skala Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Umkm Nasi Goreng). *Jurnal Penelitian Dan Aplikasi Sistem & Teknik Industri (PASTI)*.
- Wibowo, A. P. (2020). *Pengaruh Penerapan Total Quality Management (Tqm) Dan Quality Management Information (Qmi) Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi Pada Umkm Industri Kerajinan Kulit Di Kota Yogyakarta)*.