

**PENGARUH TOTAL QUALITY MANAJEMEN DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP PENJUALAN KERAMIK LANTAI UKURAN
50X50**

Minakhul Anwar Sani¹, Saiful Rijal², Rizqi Setiamukti³, Mar'atul Luzainah⁴

Universitas Pelita Bangsa

Email: minakhulanwars@gmail.com¹, saipul12jijal@gmail.com², setiamuktirizqi@gmail.com³,
maratulluzainah@gmail.com⁴

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana manajemen kualitas total (TQM) dan inovasi produk berdampak pada penjualan keramik lantai ukuran 50x50 cm. Latar belakang penelitian ini adalah tingginya kebutuhan akan keramik lantai dalam proyek konstruksi serta preferensi konsumen yang meningkat terhadap produk yang inovatif dan berkualitas tinggi. Dengan data penjualan sebagai bahan analisis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip Quality Quality Management (TQM), termasuk keterlibatan konsumen dalam proses penelitian dan pengembangan (R&D), dan penekanan pada kualitas terstandarisasi, berhasil meningkatkan penjualan keramik ukuran 50x50 cm sebesar 14,9% pada tahun 2023. Produk inovatif, keramik antislip dengan standar R11 dan ketahanan noda sesuai SNI ISO 13006, juga berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan total penjualan, dari 52,6% pada tahun 2022 menjadi 56,4% pada tahun 2023. Hasil ini menunjukkan bahwa inovasi produk dan penerapan TQM sangat penting untuk meningkatkan daya saing, memenuhi kebutuhan konsumen, dan meningkatkan penjualan. Perusahaan yang berfokus pada kualitas dan inovasi dapat memperkuat posisinya di pasar. Produk keramik antislip ini berhasil.

Kata Kunci : Total Quality Mngement (TQM), Inovasi Produk, Keramik Lantai, Penjualan, Penelitian Dan Pengembangan.

Abstract – *This study aims to see how Total Quality Management (TQM) and product innovation impact the sales of 50x50 cm floor tiles. The background of this study is the high demand for floor tiles in construction projects as well as the increasing consumer preference for innovative and high-quality products. With sales data for analysis, this study used a qualitative approach. The results showed that the application of Total Quality Management (TQM) principles, including customer involvement in the research and development (R&D) process, and an emphasis on standardized quality, successfully increased sales of 50x50 cm tiles by 14.9% by 2023. An innovative product, antislip ceramics with R11 standard and stain resistance according to SNI ISO 13006, also contributed significantly to the increase in total sales, from 52.6% in 2022 to 56.4% in 2023. These results show that product innovation and the application of TQM are essential to improve competitiveness, meet consumer needs, and increase sales. Companies that focus on quality and innovation can strengthen their position in the market. This antislip ceramic product is successful.*

Keywords : *Total Quality Management (TQM), Product Innovation, Ceramic Floor, Sales, Research and Development.*

PENDAHULUAN

Proyek infrastruktur di Indonesia terus berkembang dan ketersediaan infrastruktur yang minim seringkali menjadi penyebab utama mahalnya ongkos logistic dan rendahnya arus investasi masuk (Bappenas 2014). Menurut (George 2002) Pertumbuhan ekonomi yang berlangsung di Negara berkembang seringkali terkendala oleh buruknya kondisi infrastruktur, rendahnya kinerja kelembagaan, dan pasar barang. Oleh karena itu, Pembangunan infrastruktur (Bappenas 2014) menjadi focus utama Pembangunan nasional. Hal ini ditandai dengan masuknya Pembangunan infrastruktur dalam prioritas utama pemerintah yang termuat dalam RPJMN tahun 2015 – 2019 yaitu “mempercepat Pembangunan infrastruktur untuk pertumbuhan dan pemerataan. (Kusuma and Muta’ali n.d.)

Pada sisi yang lain, kebutuhan pemenuhan permukiman untuk hunian semakin meningkat, bahkan backlog perumahan permukiman di Indonesia tidak kunjung terselesaikan. Backlog adalah persentase akumulasi kebutuhan rumah yang belum terpenuhi. Data statistik perumahan dan permukiman Tahun 2004 menunjukkan angka backlog sebesar 19,07%, kemudian meningkat menjadi 21,78% pada tahun 2007 atau sejumlah 5,7 juta unit. Sementara itu pertumbuhan kebutuhan perumahan setiap tahun sekitar 0,8 juta unit (Mungkasa 2008). Pada tahun 2014, data Bappenas menunjukkan bahwa backlog (kekurangan tempat tinggal) meningkat menjadi 7,6 juta unit (Hardoyo, 2015), kemudian meningkat menjadi 11,5 juta rumah tangga pada tahun 2015 (PPDPP Kementerian PUPR, tt). Pemerintah mencanangkan Program Sejuta Rumah untuk memperkecil jumlah backlog tersebut. Program ini ditujukan kepada Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dan non-MBR. Data jumlah rumah yang berhasil dibangun pada Program Sejuta Rumah dapat dilihat pada Tabel 1. 1 berikut:

Tabel 1. 1. Jumlah Rumah pada Program Sejuta Rumah

No.	Tahun	Jumlah Rumah (Unit)	MBR (%)	Non MBR (%)
1	2015	699.770	65	35
2	2016	805.169	71	29
3	2017	904.758	75	25
4	2018	1.132.621	70	30

Sumber: Kementerian PUPR dalam Hutapea (2019)

Jumlah rumah yang dibangun semakin meningkat dengan prioritas utama untuk masyarakat berpenghasilan rendah. Hingga pada akhirnya, Kementerian PUPR me-release backlog perumahan per Maret 2019 sebesar 7,6 juta unit (Hutapea 2019). (Ritohardoyo et al. n.d.).

Dalam industri manufaktur, khususnya sektor keramik, persaingan yang ketat dan perubahan preferensi menuntut konsumen untuk terus beraaptasi dan berinovasi. Salah satu pendekatan yang semakin populer dalam meningkatkan daya saing adalah total quality manajemen (TQM). Menurut (Nochebuena 2014). TQM bertujuan untuk menciptakan organisasi yang dapat beradaptasi dan berkembang dalam lingkungan yang kompetitif, serta memberikan produk dan layanan berkualitas tinggi yang memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan (George 2002) Lebih menekankan metode Six Sigma dan penggunaan pengambilan keputusan berbasis data untuk meningkatkan kualitas produk dan proses, TQM yang efektif tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga mengoptimalkan seluruh proses bisnis, dengan focus dan efisiensi juga pemborosan (limbah).

Di sisi lain, inovasi produk juga memainkan peran kunci dalam meningkatkan penjualan. (Kotler 2016) Berpendapat dalam buku mereka “Marketing Management” mengartikan inovasi produk sebagai proses pengembangan dan modifikasi produk yang ada agar lebih relevan dengan keinginan pasar dan tren yang sedang berkembang. Dalam pasar yang selalu berubah, Perusahaan yang mampu menghadirkan produk baru atau melakukan

perbaikan pada produk yang sudah ada akan lebih mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Keramik lantai ukuran 50x50, yang banyak digunakan dalam berbagai proyek konstruksi dan rekonstruksi, menjadi salah satu produk yang memerlukan inovasi untuk tetap relevan dan menarik dipasaran.(Bappenas, 2014).

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh TQM dan Inovasi Produk terhadap penjualan keramik lantai ukuran 50x50. Dengan terungkapnya hubungan antara kedua faktor ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi produsen keramik dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Total Quality Management

Total Quality Management (TQM) adalah suatu pendekatan manajerial yang berfokus pada peningkatan kualitas secara menyeluruh di seluruh aspek organisasi. Dalam pandangan Tjiptono, TQM bukan hanya sekedar upaya peningkatan kualitas produk, tetapi juga mencakup perbaikan proses, sistem manajerial, dan kepuasan pelanggan(Tjiptono & Diana, 2001).

Menurut Deming, TQM adalah sebuah pendekatan yang berfokus pada perbaikan kualitas secara terus-menerus dengan melibatkan semua aspek organisasi, baik itu produk, proses, maupun layanan. Deming mengembangkan prinsip-prinsip manajemen kualitas yang tidak hanya berorientasi pada perbaikan produk tetapi juga pada perbaikan sistem secara menyeluruh dalam perusahaan(William Edwards Deming 2000).

TQM adalah pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi untuk mencapai kualitas terbaik dalam produk dan layanan melalui partisipasi semua anggota organisasi.

2. Fitur Anti Slip

Fitur antislip pada keramik merujuk pada kemampuan permukaan keramik untuk mengurangi risiko tergelincir atau jatuh, terutama di area yang sering terkena air atau kelembapan, seperti kamar mandi, dapur, atau teras luar. Fitur ini sangat penting untuk meningkatkan keselamatan, terutama di ruang-ruang dengan potensi lantai basah. Tekstur pada keramik anti slip yaitu keramik dengan permukaan bertekstur atau kasar (misalnya dengan pola seperti garis-garis atau motif tertentu) dapat meningkatkan daya cengkram kaki. Hal ini mencegah terjadinya gesekan atau licin yang sering terjadi pada permukaan yang halus.

Keramik yang memiliki fitur anti slip harus memiliki Sertifikasi R9-R13, Keramik dengan fitur antislip diberi rating berdasarkan standar sertifikasi tertentu, seperti system rating R (misalnya R9,R10,R11,R12,R13). Rating ini mengukur sejauh mana keramik dapat menahan slip Ketika basah.R9 adalah Tingkat yang lebih rendah, sedangkan R13 menunjukkan Tingkat antislip yang lebih tinggi.

Pemilihan keramik dengan fitur antislip yang tepat sangat penting di area yang sering terpapar air atau kelembapan, seperti di sekitar kolam renang, kamar mandi, dan dapur.

3. Penjualan Keramik Ukuran 50x50

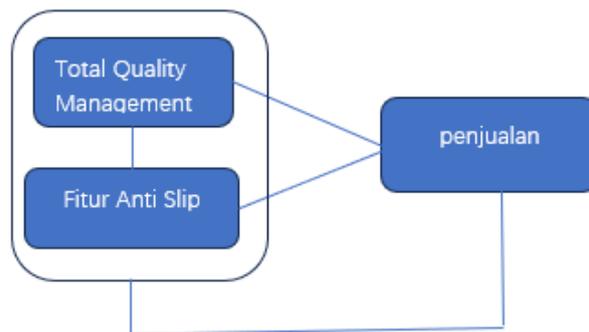
Keramik ukuran 50x50 cm menjadi pilihan yang populer di banyak negara karena ukurannya yang ideal untuk berbagai jenis ruangan. Ukuran ini tidak terlalu besar atau kecil, sehingga memberikan keseimbangan yang baik antara kemudahan pemasangan dan estetika. Menurut data industri keramik, ukuran 50x50 cm sering digunakan untuk lantai rumah, kantor, hingga area komersial.

Penjualan keramik ukuran ini biasanya meningkat pada musim pembangunan atau renovasi rumah, serta saat ada promosi dari produsen atau distributor. Menurut riset pasar, permintaan keramik ukuran ini juga dipengaruhi oleh preferensi konsumen terhadap desain modern dan praktis. Di Indonesia, misalnya, keramik dengan ukuran 50x50 cm sering dijumpai dalam berbagai proyek pembangunan rumah dan komersial, seperti di pasar ritel,

showroom, dan galeri desain.

Penjualan keramik ukuran 50x50 cm dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga, desain, kualitas, serta kemudahan pemasangan. Keramik ini terus menjadi pilihan populer karena keserbagunaannya dalam berbagai jenis proyek pembangunan dan desain interior. Dengan adanya perkembangan teknologi dalam pembuatan keramik dan meningkatnya permintaan akan desain yang modern dan inovatif, penjualan keramik ukuran 50x50 cm diperkirakan akan terus meningkat di masa depan.

Kerangka konseptual



METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini adalah suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif memiliki karakteristik alami (natural serfing). Sebagai sumber data langsung deskriptif, proses lebih dipentingkan dari pada hasil. Analisis dalam penelitian kualitatif cenderung dilakukan secara analisis induktif dan makna-makna merupakan hal yang esensial. (Lexy 2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

UKURAN	PENJUALAN	
	2022	2023
25x25	12.678	11.877
30x30	1.786	1.783
40x40	42.861	42.808
50x50	63.547	72.992
TOTAL	120.872	129.460

A. Analisis Penjualan Berdasarkan Ukuran Keramik

Pada awal tahun 2023, Perusahaan Keramik X meluncurkan inovasi keramik antislip ukuran 50x50 cm yang memenuhi standar R11, memastikan tingkat keamanan optimal untuk mencegah tergelincir. Selain itu, produk ini juga dirancang untuk memiliki standar stain resistance yang sesuai dengan SNI ISO 13006, sehingga tahan terhadap noda dan mudah dibersihkan. Produk ini telah diakui kualitasnya oleh lembaga SIRIM Malaysia, yang semakin memperkuat kepercayaan konsumen.

Pengembangan keramik antislip ini dilakukan melalui pendekatan Research and Development (R&D) yang melibatkan konsumen secara langsung. Keterlibatan ini bertujuan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pasar secara mendalam, menghasilkan produk

yang relevan dengan kebutuhan pengguna. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip Total Quality Management (TQM) yang menekankan pentingnya memenuhi dan melampaui ekspektasi pelanggan.

B. Data Penjualan

Perbandingan data penjualan sebelum dan setelah peluncuran keramik antislip menunjukkan keberhasilan inovasi ini dalam mendorong pertumbuhan penjualan:

1. Keramik Ukuran 50x50 cm

Penjualan keramik ukuran 50x50 cm meningkat dari 63.547 unit pada tahun 2022 menjadi 72.992 unit pada tahun 2023, mencatat pertumbuhan sebesar 14,9%. Keberhasilan ini mencerminkan bahwa keramik antislip dengan fitur keamanan dan ketahanan noda telah memenuhi kebutuhan konsumen dengan sangat baik.

2. Ukuran Lainnya

- 25x25 cm: Penjualan menurun dari 12.678 unit menjadi 11.877 unit (penurunan sebesar 6,3%).
- 30x30 cm: Penjualan stabil, sedikit menurun dari 1.786 unit menjadi 1.783 unit.
- 40x40 cm: Penjualan sedikit menurun dari 42.861 unit menjadi 42.808 unit, mencerminkan stagnasi pada ukuran ini.

3. Total Penjualan

Total penjualan keseluruhan meningkat dari 120.872 unit pada tahun 2022 menjadi 129.460 unit pada tahun 2023, mencatat pertumbuhan 7,1%. Peningkatan ini terutama didorong oleh kontribusi keramik ukuran 50x50 cm.

4. Kontribusi Keramik Ukuran 50x50 cm Terhadap Total Penjualan

Kontribusi keramik ukuran 50x50 cm terhadap total penjualan meningkat dari 52,6% pada tahun 2022 menjadi 56,4% pada tahun 2023, mempertegas dominasi ukuran ini dalam portofolio produk perusahaan.

C. Keselarasan dengan Prinsip Total Quality Management (TQM)

Inovasi keramik antislip ini mencerminkan penerapan prinsip-prinsip TQM, antara lain:

1. Keterlibatan Konsumen dalam R&D

Dengan melibatkan konsumen dalam proses R&D, perusahaan memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat loyalitas terhadap merek.

2. Kualitas yang Terstandarisasi

Keramik antislip ini tidak hanya memenuhi standar R11, tetapi juga memenuhi standar stain resistance SNI ISO 13006, yang menjamin daya tahan terhadap noda dan kemudahan perawatan.

3. Continuous Improvement

Perusahaan terus berinovasi untuk memberikan nilai tambah pada produk, sehingga menghasilkan pertumbuhan berkelanjutan yang terlihat dari peningkatan kontribusi keramik ukuran 50x50 cm terhadap keseluruhan omset.

KESIMPULAN

Metode Total Quality Management (TQM) yang efektif telah meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini terbukti dengan fokus pada kualitas produk yang memenuhi standar internasional (R11 dan SNI ISO 13006) dan pelibatan konsumen dalam proses penelitian dan pengembangan (R&D). Prinsip Total Quality Management (TQM) telah terbukti berhasil dalam menghasilkan inovasi yang sesuai dengan permintaan pasar, terutama untuk keramik antislip 50x50 cm. Keramik antislip dengan fitur keamanan dan ketahanan noda menghasilkan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan. Ini terbukti dengan peningkatan penjualan keramik ukuran 50x50 cm sebesar 14,9% dari tahun 2022 ke 2023, menjadi komponen utama dari total penjualan perusahaan. Penjualan perusahaan meningkat sebesar

7,1% pada tahun 2023 didukung oleh inovasi, dengan kontribusi utama dari produk inovatif seperti keramik antislip. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pengembangan produk yang berfokus pada kualitas dan kebutuhan pelanggan dapat berdampak besar pada performa penjualan.

Penurunan penjualan keramik ukuran lain seperti 25x25 cm, 30x30 cm, dan 40x40 cm menunjukkan bahwa ada peluang untuk meningkatkan variasi produk di pasar ini. Perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya di industri produk lainnya dengan menerapkan prinsip Total Quality Management (TQM) dan pendekatan kreatif yang sama. Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan betapa pentingnya bekerja sama dengan Total Quality Management (TQM) dan inovasi produk untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi perusahaan di pasar keramik. Untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan dan daya saing jangka panjang pendekatan ini dapat terus dioptimalkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappenas. 2014. "Jurnal Administrasi Publik Dan Pembangunan."
- Fandy Tjiptono, and Anastasia Diana. 2001. Total Quality Management, Ed. Revisi. Revisi. Andi publisher.
- George, ML. 2002. "Lean Six Sigma: Menggabungkan Kualitas Six Sigma Dengan Kecepatan Produksi Lean." McGraw.
- Kotler. 2016. "Marketing Management." Pearson Education 15.
- Kusuma, Muhammad Eka, and Lutfi Muta'ali. Hubungan Pembangunan Infrastruktur Dan Perkembangan Ekonomi Wilayah Indonesia.
- Lexy, j Moeloeng. 2020. "Metodologi Penelitian Kualitatif."
- Nochebuena. 2014. "Total Quality Manajemen Digital: Teknologi dan Strategi Untuk Sukses."
- Ritohardoyo, Su, R Rijanta, M Baiquni, M Isnaini, Sadali Candra, Triastutingsih Syifa, and Hana Agristya. Judul: Perkembangan Permukiman Dan Pembangunan Wilayah Di Indonesia Editor.
- William Edwards Deming. 2000. Out of the Crisis. MIT-CAES.