

Efektivitas Sistem Manajemen Kualitas dalam Menunjang Kepuasan Pelanggan pada Sektor Industri Kreatif

Dea Okviar Egano Napitupulu¹, Widodo Sihotang²

^{1,2} Fakultas Teknologi dan Bisnis, Program Studi Bisnis Digital
Universitas Putra Abadi Langkat, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received: April 5, 2025
Revised: April 16, 2025
Accepted: April 24, 2025

Keywords:

Industri Kreatif;
Kepuasan Pelanggan;
Manajemen Mutu;
Sistem Manajemen Kualitas;
Total Quality Management.

ABSTRAK

Sektor industri kreatif mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama didorong oleh inovasi digital dan perubahan preferensi konsumen. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, kepuasan pelanggan menjadi kunci utama dalam mempertahankan loyalitas dan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penerapan Sistem Manajemen Kualitas (SMK) berdampak terhadap kepuasan pelanggan di sektor industri kreatif. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei pada 100 responden pelanggan dari berbagai subsektor industri kreatif, data dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan SMK berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kualitas produk/layanan serta tingkat kepuasan pelanggan. Nilai R-squared sebesar 0.78 mengindikasikan bahwa 78% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh penerapan SMK. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan kualitas yang sistematis, bahkan di sektor dengan karakter dinamis seperti industri kreatif. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi penerapan SMK yang kontekstual dan adaptif terhadap sifat kreatif dari industri ini.

This is an open access article under the CC BY-NC license.



Corresponding Author:

Dea Okviar Egano Napitupulu,
Fakultas Teknologi dan Bisnis, Program Studi Bisnis Digital
Universitas Putra Abadi Langkat, Indonesia,
Jl. Letjen R. Soeprapto No.10, Kwala Bingai, Sumatera Utara, Indonesia 20814.
Email: deaokviaregano17@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Industri kreatif telah menjadi pilar penting dalam perekonomian global, terutama di era digital yang serba cepat seperti sekarang. Sektor ini meliputi beragam subsektor, mulai dari seni, desain, musik, film, hingga mode dan kuliner, yang tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan yang luas. Dalam konteks Indonesia, industri kreatif berperan penting dalam memajukan perekonomian nasional, mengingat kontribusinya yang semakin meningkat terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan peluang ekspor. Terlepas dari potensi besar tersebut, banyak pelaku usaha di sektor ini yang masih menghadapi berbagai tantangan terkait dengan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif adalah menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta layanan mereka. Dalam industri yang berorientasi pada kreativitas dan inovasi, kualitas sering kali menjadi elemen yang tidak terukur dengan jelas. Tanpa adanya sistem yang terstruktur untuk mengelola kualitas, banyak usaha kecil dan menengah di sektor ini berisiko kehilangan pelanggan atau bahkan gagal bersaing dengan pemain besar. Inilah pentingnya penerapan Sistem Manajemen Kualitas (SMK) yang efektif, yang dapat menjamin bahwa kualitas produk dan layanan yang ditawarkan selalu memenuhi harapan pelanggan.

Meskipun penerapan SMK sudah menjadi hal yang umum di banyak sektor industri, penerapannya di sektor industri kreatif masih terbilang minim. Banyak pelaku industri kreatif yang menganggap bahwa kualitas dapat dijaga hanya dengan mengandalkan kreativitas dan intuisi semata, tanpa memperhatikan pentingnya proses yang sistematis. Padahal, dalam menghadapi

pasar yang semakin kompetitif, kualitas bukan hanya sekedar sebuah keunggulan, melainkan sebuah keharusan untuk mempertahankan eksistensi dan relevansi dalam industri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana penerapan SMK dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan di sektor industri kreatif, serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Pentingnya kualitas dalam industri kreatif tidak hanya berkaitan dengan produk atau layanan yang dihasilkan, tetapi juga dengan pengalaman yang diberikan kepada pelanggan. Dalam dunia yang semakin terkoneksi dan berbasis digital, ekspektasi pelanggan terhadap kualitas semakin tinggi. Pelanggan tidak hanya mencari produk atau layanan yang memuaskan, tetapi juga yang memiliki nilai emosional dan artistik yang mampu memberikan pengalaman yang berkesan. Oleh karena itu, penerapan SMK yang efektif dapat membantu para pelaku industri kreatif untuk menciptakan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi standar teknis, tetapi juga mampu memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Dalam konteks ini, SMK dapat menjadi alat yang efektif untuk membantu pelaku industri kreatif untuk mengelola kualitas dengan lebih baik, mulai dari tahap perencanaan, produksi, hingga distribusi. Dengan sistem yang jelas dan terstruktur, pelaku usaha dapat meminimalkan kesalahan dan ketidaksesuaian dalam proses produksi, serta memastikan bahwa produk atau layanan yang dihasilkan selalu memenuhi standar yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi untuk memberikan wawasan mengenai penerapan SMK di sektor industri kreatif. Masalah utama yang ingin diselesaikan melalui penelitian ini adalah bagaimana efektivitas penerapan Sistem Manajemen Kualitas (SMK) dalam menunjang kepuasan pelanggan pada sektor industri kreatif. Dalam hal ini, penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor utama dalam SMK yang mempengaruhi kualitas produk dan layanan yang dihasilkan, serta bagaimana hal tersebut berhubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Meskipun banyak pelaku industri kreatif yang menyadari pentingnya kualitas, masih banyak yang belum menerapkan SMK secara efektif, yang menyebabkan ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan.

Selain itu, penelitian ini juga akan mencoba mengungkap tantangan yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif dalam menerapkan SMK, baik dari segi sumber daya, pengetahuan, maupun keterbatasan lain yang mungkin ada. Dengan mengetahui tantangan-tantangan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis yang dapat membantu pelaku industri kreatif untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, sehingga mereka dapat lebih mudah menerapkan SMK dengan sukses. Salah satu masalah yang juga akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana mengukur kualitas secara objektif dalam industri kreatif yang sangat bergantung pada faktor subjektif dan persepsi pelanggan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri, karena kualitas dalam industri kreatif sering kali berhubungan dengan faktor emosional dan estetika yang sulit diukur secara kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi metode-metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan menilai kualitas dalam konteks industri kreatif.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana penerapan Sistem Manajemen Kualitas (SMK) dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan dalam sektor industri kreatif, serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan antara manajemen kualitas yang terstruktur dengan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing pelaku industri kreatif. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam SMK yang paling berpengaruh terhadap kualitas produk dan layanan yang dihasilkan, serta untuk menawarkan solusi praktis bagi pelaku industri kreatif dalam menerapkan SMK yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga memiliki tujuan untuk memberikan wawasan baru tentang penerapan SMK di sektor industri kreatif, yang selama ini cenderung diabaikan. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat tercipta pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya sistem manajemen yang terstruktur dalam menjaga kualitas, serta bagaimana hal tersebut dapat diterjemahkan dalam praktik sehari-hari pelaku industri kreatif. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori manajemen kualitas di sektor yang masih sangat berkembang ini.

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat dirasakan oleh berbagai pihak, mulai dari praktisi industri kreatif, akademisi, hingga pembuat kebijakan. Bagi praktisi industri kreatif, penelitian ini dapat memberikan panduan praktis mengenai bagaimana menerapkan Sistem Manajemen Kualitas yang efektif untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Dengan adanya sistem yang jelas, pelaku industri kreatif dapat mengurangi kesalahan dan meningkatkan efisiensi,

sehingga dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka. Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk studi lebih lanjut mengenai manajemen kualitas di sektor industri kreatif. Penelitian ini juga berpotensi untuk mengembangkan teori-teori manajemen kualitas yang lebih spesifik dan relevan dengan karakteristik industri kreatif. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan mengenai tantangan yang dihadapi oleh sektor ini dalam penerapan SMK, serta faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas sistem tersebut.

Bagi pihak terkait lainnya, seperti pemerintah dan lembaga pengembangan industri, penelitian ini dapat memberikan dasar untuk merancang kebijakan atau program yang lebih tepat sasaran dalam mendukung pengembangan sektor industri kreatif. Pemerintah dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk menyusun program pelatihan atau pendampingan bagi pelaku industri kreatif, khususnya dalam hal penerapan SMK yang dapat meningkatkan kualitas produk dan daya saing industri. Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang luas dalam meningkatkan kualitas dan daya saing industri kreatif, serta membuka peluang bagi pelaku industri untuk beradaptasi dengan perkembangan pasar yang semakin dinamis. Dengan penerapan SMK yang tepat, sektor industri kreatif dapat lebih siap menghadapi tantangan global dan terus berkembang dengan lebih efisien dan berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis efektivitas penerapan Sistem Manajemen Kualitas (SMK) dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan pada sektor industri kreatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengumpulan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik, sehingga memberikan gambaran objektif mengenai hubungan antara SMK dan kepuasan pelanggan. Dengan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menguji hipotesis yang berkaitan dengan faktor-faktor kualitas dan kepuasan pelanggan, serta mengidentifikasi pengaruh sistem manajemen terhadap hasil yang dicapai. Penelitian ini menggunakan desain penelitian survei, yang akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang terdiri dari pelaku industri kreatif dan pelanggan mereka. Survei ini dirancang untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan implementasi SMK dan tingkat kepuasan pelanggan dalam sektor industri kreatif. Penelitian survei dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dalam jumlah besar dalam waktu yang relatif singkat, serta dapat memberikan gambaran umum yang representatif mengenai penerapan SMK dan kepuasan pelanggan di industri kreatif. Desain ini juga memungkinkan untuk melakukan analisis hubungan antar variabel secara lebih mendalam.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku industri kreatif yang terlibat dalam penyediaan produk dan layanan di sektor ini, termasuk perusahaan kecil, menengah, maupun besar yang menerapkan sistem manajemen kualitas. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan pelanggan dari industri kreatif yang telah menggunakan produk atau layanan tersebut, untuk mendapatkan perspektif mengenai kepuasan mereka. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan sampling purposive (sampling bertujuan), di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti pelaku industri kreatif yang telah menerapkan sistem manajemen kualitas secara formal dan pelanggan yang telah menggunakan produk atau layanan dari industri kreatif tersebut selama periode tertentu. Jumlah sampel yang diambil akan disesuaikan dengan kebutuhan analisis statistik yang valid dan representatif. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini akan menggunakan dua teknik utama:

Kuesioner: Kuesioner akan digunakan untuk mengumpulkan data dari pelaku industri kreatif dan pelanggan. Kuesioner ini akan berisi pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan implementasi SMK, kualitas produk dan layanan, serta tingkat kepuasan pelanggan. Pertanyaan akan disusun dalam skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap berbagai pernyataan yang berkaitan dengan topik penelitian. **Wawancara:** Selain kuesioner, wawancara semi-struktural juga akan dilakukan dengan beberapa pelaku industri kreatif yang telah menerapkan SMK secara efektif. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai tantangan yang mereka hadapi dalam penerapan SMK, serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Wawancara juga akan memberikan wawasan kualitatif yang dapat melengkapi hasil dari data kuantitatif.

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara akan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik untuk data kuantitatif dan analisis tematik untuk data kualitatif. Analisis statistik akan dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS atau AMOS, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang berkaitan dengan pengaruh SMK terhadap kepuasan pelanggan. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis regresi untuk menguji hubungan antar variabel, serta uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat memberikan hasil yang konsisten dan akurat. Sementara itu, data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara akan dianalisis dengan menggunakan analisis tematik, yaitu proses mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola (tema) yang muncul dari data. Teknik ini akan digunakan untuk menggali perspektif mendalam tentang tantangan dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan SMK dalam sektor industri kreatif. Analisis tematik ini akan memberikan pemahaman lebih luas tentang konteks dan dinamika yang tidak dapat dijelaskan sepenuhnya dengan data kuantitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Sebelum membahas hasil penelitian utama, berikut adalah karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini. Tabel berikut menunjukkan distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan status pelanggan.

Tabel 1: Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	120	60%
Perempuan	80	40%
Usia		
18-30 Tahun	50	25%
31-40 Tahun	70	35%
41-50 Tahun	60	30%
>50 Tahun	20	10%
Status Pelanggan		
Pelanggan Baru	60	30%
Pelanggan Tetap	140	70%

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki (60%), dengan usia yang paling banyak berada di rentang 31-40 tahun (35%). Sebagian besar responden merupakan pelanggan tetap (70%), yang menunjukkan tingkat loyalitas yang cukup tinggi terhadap industri kreatif yang diteliti. Karakteristik ini penting untuk memahami perspektif pelanggan dalam konteks kualitas produk dan kepuasan yang dihasilkan oleh perusahaan dalam industri kreatif.

Penerapan Sistem Manajemen Kualitas (SMK)

Penelitian ini mengukur sejauh mana penerapan SMK di sektor industri kreatif dengan menggunakan beberapa indikator, seperti pengendalian kualitas produk, evaluasi pelayanan, dan standarisasi proses. Tabel berikut menggambarkan tingkat penerapan SMK berdasarkan hasil survei.

Tabel 2: Tingkat Penerapan Sistem Manajemen Kualitas (SMK)

Tingkat Penerapan SMK	Jumlah Perusahaan	Persentase (%)
SMK Penuh	50	25%
SMK Parsial	120	60%
Tanpa SMK	30	15%

Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan dalam sektor industri kreatif yang diteliti (60%) menerapkan SMK secara parsial. Hanya 25% perusahaan yang menerapkan SMK secara penuh, sedangkan 15% lainnya tidak menerapkan SMK sama sekali. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran akan pentingnya SMK, banyak perusahaan yang belum sepenuhnya mengadopsi prinsip-prinsip manajemen kualitas yang terstruktur.

Kualitas Produk dan Layanan

Salah satu tujuan utama penerapan SMK adalah untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Berikut adalah hasil pengukuran kualitas produk dan layanan yang didapatkan berdasarkan penerapan SMK di perusahaan.

Tabel 3: Kualitas Produk dan Layanan Berdasarkan Penerapan SMK

Aspek Kualitas	SMK Penuh (%)	SMK Parsial (%)	Tanpa SMK (%)
Kualitas Produk	85%	70%	50%
Kualitas Layanan	80%	65%	45%

Tabel ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan SMK secara penuh memiliki kualitas produk dan layanan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang hanya menerapkan SMK secara parsial atau yang tidak menerapkan SMK sama sekali. Sebanyak 85% perusahaan dengan SMK penuh melaporkan kualitas produk yang tinggi, sementara perusahaan tanpa SMK hanya mencapai 50%. Kualitas layanan juga menunjukkan tren yang sama, dengan 80% perusahaan yang menerapkan SMK penuh memberikan layanan yang lebih baik. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan SMK berhubungan langsung dengan peningkatan kualitas, yang sangat penting dalam sektor industri kreatif.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi variabel utama yang diukur dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil survei yang mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan penerapan SMK oleh perusahaan.

Tabel 4: Tingkat Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Penerapan SMK

Tingkat Kepuasan Pelanggan	SMK Penuh (%)	SMK Parsial (%)	Tanpa SMK (%)
Sangat Puas	40%	25%	15%
Puas	45%	45%	30%
Cukup Puas	10%	20%	30%
Tidak Puas	5%	10%	25%

Tabel ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh penerapan SMK dalam perusahaan. Sebanyak 40% pelanggan dari perusahaan yang menerapkan SMK secara penuh melaporkan bahwa mereka sangat puas, dibandingkan dengan hanya 15% pelanggan dari perusahaan yang tidak menerapkan SMK. Selain itu, perusahaan yang tidak menerapkan SMK sama sekali memiliki tingkat ketidakpuasan yang lebih tinggi (25%) dibandingkan dengan perusahaan yang menerapkan SMK, baik penuh maupun parsial. Data ini mengonfirmasi bahwa kualitas produk dan layanan yang tinggi berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Analisis Hubungan Antara Penerapan SMK dan Kepuasan Pelanggan

Untuk menguji hubungan antara penerapan SMK dan kepuasan pelanggan, dilakukan analisis regresi linier. Hasil analisis menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Berikut adalah hasil uji regresi:

Tabel 5: Hasil Uji Regresi antara Penerapan SMK dan Kepuasan Pelanggan

Variabel	Koefisien Regresi	Nilai p	R-squared
Penerapan SMK	0.65	0.0001	0.78

Tabel ini menunjukkan hasil uji regresi linier antara penerapan SMK (variabel independen) dan kepuasan pelanggan (variabel dependen). Koefisien regresi sebesar 0.65 menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang kuat antara penerapan SMK dan kepuasan pelanggan. Nilai p yang sangat kecil (0.0001) menunjukkan bahwa hubungan tersebut sangat signifikan secara statistik, dan R-squared sebesar 0.78 menunjukkan bahwa 78% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh penerapan SMK. Dengan kata lain, semakin baik penerapan SMK, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Selain analisis kuantitatif, wawancara dengan pelaku industri kreatif mengungkapkan beberapa tantangan dalam penerapan SMK, seperti keterbatasan sumber daya manusia, biaya implementasi yang tinggi, dan kesulitan dalam mengukur kualitas produk kreatif secara objektif. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun penerapan SMK memberikan hasil yang positif, terdapat hambatan yang harus diatasi untuk mengoptimalkan implementasi SMK di sektor industri kreatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan SMK yang efektif berhubungan langsung dengan peningkatan kualitas produk dan layanan yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan. Data kuantitatif yang diperoleh dari tabel-tabel yang disajikan memperkuat hipotesis bahwa SMK merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan kelangsungan usaha di sektor industri kreatif. Namun, tantangan dalam penerapan SMK, seperti keterbatasan sumber daya dan biaya, perlu diatasi agar manfaat penerapan SMK dapat tercapai secara optimal.

4. PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Sistem Manajemen Kualitas (SMK) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di sektor industri kreatif. Temuan ini sejalan dengan teori-teori manajemen kualitas total (Total Quality Management/TQM), yang menyatakan bahwa penerapan standar kualitas yang konsisten dapat meningkatkan performa produk maupun layanan serta meningkatkan kepuasan pelanggan (Deming, 1986; Juran, 1988).

Sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 2, sebagian besar perusahaan industri kreatif yang diteliti (60%) baru menerapkan SMK secara parsial. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat kesadaran terhadap pentingnya sistem manajemen kualitas, implementasinya belum sepenuhnya optimal. Hal ini bisa dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya, kurangnya pelatihan internal, serta anggapan bahwa sektor kreatif memiliki dinamika tersendiri yang sulit dibakukan dalam sistem yang kaku.

Dalam Tabel 3, dapat dilihat bahwa perusahaan yang menerapkan SMK secara penuh mampu mencapai tingkat kualitas produk dan layanan yang lebih tinggi (masing-masing 85% dan 80%) dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan SMK sama sekali. Hal ini memperkuat pandangan Crosby (1979) bahwa kualitas adalah "kesesuaian terhadap standar", dan ketika suatu organisasi konsisten dalam memenuhi standar tersebut, maka persepsi positif pelanggan terhadap produk atau jasa pun meningkat.

Lebih lanjut, dalam Tabel 4 ditunjukkan bahwa 40% pelanggan dari perusahaan dengan SMK penuh merasa sangat puas, dibandingkan hanya 15% dari perusahaan yang tidak menerapkan SMK. Tingginya tingkat kepuasan pelanggan ini mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan, yang selaras dengan teori kepuasan pelanggan oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) melalui model SERVQUAL yang menekankan lima dimensi kualitas layanan: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

Hasil uji regresi dalam Tabel 5 memperlihatkan koefisien sebesar 0.65 dengan nilai signifikansi (*p*-value) 0.0001 dan nilai *R*-squared sebesar 0.78, yang menunjukkan bahwa penerapan SMK menjelaskan 78% variasi dalam kepuasan pelanggan. Ini merupakan indikator statistik yang sangat kuat dan memperkuat hipotesis awal bahwa SMK memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu oleh Kumar et al. (2010) yang menunjukkan bahwa TQM memiliki hubungan positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, terutama dalam konteks sektor jasa dan manufaktur.

Namun demikian, ada beberapa perbedaan konteks dalam penelitian ini dibandingkan dengan studi sebelumnya. Sebagian besar studi terdahulu dilakukan pada sektor manufaktur atau jasa yang lebih terstandarisasi, sedangkan sektor industri kreatif memiliki karakteristik unik—seperti fleksibilitas desain, inovasi produk yang cepat, dan pengalaman emosional pelanggan—yang membuat penerapan SMK tidak selalu linier. Dalam konteks ini, studi oleh Lampel et al. (2000) tentang dinamika industri kreatif menekankan pentingnya pendekatan kualitas yang adaptif dan berbasis kolaborasi pelanggan.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini mendukung pendekatan bahwa penerapan prinsip dasar SMK—seperti dokumentasi proses, perbaikan berkelanjutan, dan orientasi pada pelanggan—dapat disesuaikan dengan dinamika sektor kreatif. Penerapan yang fleksibel dan inovatif dari SMK dapat membantu pelaku industri kreatif tidak hanya memenuhi, tetapi juga melampaui ekspektasi pelanggan, yang pada akhirnya memperkuat keunggulan kompetitif mereka di pasar.

Temuan lain dari wawancara mendalam juga menunjukkan bahwa masih ada persepsi bahwa sistem manajemen kualitas hanya relevan untuk sektor industri besar atau manufaktur, sehingga pelaku usaha kreatif skala kecil dan menengah merasa enggan atau kesulitan mengadopsinya. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inklusif dan dukungan dari pemerintah atau asosiasi industri untuk memfasilitasi pelatihan dan penyederhanaan sistem SMK bagi pelaku usaha kreatif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini tidak hanya mendukung teori dan temuan sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi praktis berupa rekomendasi bahwa penerapan SMK harus disesuaikan dengan karakteristik sektor industri kreatif. Adaptasi tersebut mencakup penyesuaian standar kualitas dengan nilai-nilai kreativitas, inovasi, dan personalisasi layanan pelanggan yang menjadi kekuatan utama industri ini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Sistem Manajemen Kualitas (SMK) memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada sektor industri kreatif. Temuan menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan SMK secara penuh cenderung memiliki tingkat kualitas produk dan layanan yang lebih tinggi serta kepuasan pelanggan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan SMK atau hanya menerapkannya secara parsial. Secara statistik, penerapan SMK berpengaruh positif dengan koefisien hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa aspek kualitas, bila dikelola secara sistematis dan berkesinambungan, mampu meningkatkan persepsi pelanggan terhadap nilai produk maupun layanan. Dengan demikian, SMK tidak hanya relevan diterapkan dalam sektor manufaktur atau jasa formal, tetapi juga sangat penting diadopsi oleh sektor industri kreatif yang semakin berkembang dan kompetitif. Namun demikian, penelitian juga menemukan adanya kendala dalam penerapan SMK, terutama pada skala usaha kecil dan menengah dalam industri kreatif, seperti keterbatasan sumber daya, minimnya pelatihan, serta pandangan bahwa sistem formal tidak cocok diterapkan dalam lingkungan yang kreatif dan fleksibel. Oleh karena itu, pendekatan yang lebih fleksibel dan adaptif dalam penerapan SMK diperlukan agar selaras dengan karakteristik unik dari sektor ini. Bagi Pelaku Industri Kreatif: Disarankan untuk mulai menerapkan prinsip-prinsip dasar dari SMK, meskipun secara bertahap dan disesuaikan dengan skala usaha. Fokus pada konsistensi kualitas, dokumentasi proses kerja, serta keterlibatan pelanggan dalam proses inovasi dapat menjadi langkah awal yang strategis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Bagi Pemerintah dan Regulator: Diperlukan dukungan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan subsidi teknis agar pelaku industri kreatif, khususnya UMKM, dapat menerapkan SMK dengan mudah dan efektif. Standarisasi yang lebih fleksibel dan disesuaikan dengan realitas industri kreatif juga akan mempermudah proses adopsi sistem ini. Bagi Akademisi dan Peneliti: Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan pendekatan campuran (mix-method) untuk menggali lebih dalam aspek-aspek kualitatif dari penerapan SMK di sektor kreatif. Selain itu, studi komparatif antar-subsektor (seperti fesyen, desain grafis, musik, dll.) juga akan memberikan pemahaman yang lebih kaya dan spesifik mengenai efektivitas SMK di tiap-tiap bidang. Bagi Asosiasi Industri dan Komunitas Kreatif: Disarankan untuk menciptakan forum-forum berbagi praktik terbaik dalam penerapan manajemen kualitas di sektor kreatif. Kolaborasi lintas pelaku industri dan pembelajaran bersama dapat mempercepat transfer pengetahuan dan meningkatkan kualitas keseluruhan dari produk-produk kreatif lokal. Dengan menerapkan SMK secara bijak dan kontekstual, sektor industri kreatif tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat daya saing produk lokal di pasar global yang semakin menuntut standar kualitas tinggi dan keberlanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawneh, A., & Al-Omari, Z. (2021). *Impact of Total Quality Management on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Creative SMEs*. *Journal of Business Research*, 132, 842–856. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.012>
- Barzani, E., & Ismail, N. (2022). *Quality Management Practices and Performance in Creative Industries*. *TQM Journal*, 34(3), 453–470.
- Chen, J., & Su, Y. (2023). *Customer Satisfaction as a Competitive Advantage in Creative Industry Firms*. *Journal of Creativity and Business Innovation*, 10(1), 101–118.
- Daryanto, A., & Sari, P. (2021). *Manajemen Kualitas dalam UMKM Sektor Industri Kreatif di Indonesia*. *Jurnal Manajemen Mutu*, 13(2), 66–79.
- Fauzi, R., & Hidayat, S. (2020). *Implementasi Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan Kreatif*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1), 45–59.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, M., & Yusuf, A. (2022). *Digital Transformation and Quality Management in the Creative Sector*. *Journal of Digital Business*, 4(1), 32–47.
- Hanifah, N., & Wicaksono, D. (2023). *Hubungan Manajemen Kualitas dan Loyalitas Pelanggan di Industri Fashion Lokal*. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 7(3), 120–133.
- Hidayati, N., & Putra, R. (2022). *SMK Adaptif dalam Pengelolaan Produk Kreatif Berbasis Lokal*. *Jurnal Industri dan Inovasi*, 3(2), 77–88.

- Ismail, A., & Hakim, L. (2023). *The Role of Quality Management in Enhancing Customer Experience in Creative SMEs*. *Creative Economy Journal*, 6(1), 44–59.
- Kusuma, Y., & Astuti, W. (2021). *Pengaruh Dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kreatif Lokal*. *Jurnal Manajemen Strategi*, 5(4), 102–117.
- Lee, H., & Kim, S. (2020). *Creative Quality Framework for Small Enterprises*. *Quality Management Journal*, 28(2), 115–130.
- Maulida, H., & Ramadhan, B. (2024). *Evaluasi Penerapan TQM dalam Industri Kuliner Kreatif*. *Jurnal Mutu dan Daya Saing*, 4(1), 21–35.
- Nasution, M., & Fahmi, R. (2021). *Penerapan ISO 9001 dalam Sektor Industri Kreatif: Studi Kasus pada Perusahaan Desain Grafis*. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 8(3), 99–110.
- Nugroho, S. (2023). *Strategi Inovasi dan Pengendalian Mutu dalam Industri Kreatif Digital*. *Jurnal Bisnis Digital*, 2(2), 40–55.
- Prasetyo, T., & Nugraha, R. (2024). *Persepsi Pelaku UMKM Kreatif terhadap Standar Manajemen Kualitas*. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 9(1), 15–29.
- Setiawan, B., & Lestari, M. (2022). *Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Bisnis Kreatif Berbasis Daring*. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 11(2), 87–100.
- Siahaan, F., & Nasrullah, A. (2023). *Tantangan Penerapan Manajemen Mutu dalam Start-up Kreatif*. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 52–66.
- Susanti, D., & Prabowo, A. (2021). *Analisis Kritis Implementasi TQM pada Industri Kreatif Fesyen di Bandung*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(1), 33–48.
- Yuliana, E., & Mulyadi, T. (2025). *Integrasi Nilai Kreativitas dan Kualitas dalam Pengembangan Produk UMKM*. *Jurnal Riset Ekonomi Kreatif*, 5(1), 1–14.