

---

## Implementasi Prinsip *Total Quality Management* (TQM) dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Farmasi di Indonesia

Hengky Setiawan<sup>1</sup>, Risnah Pujawaty<sup>2</sup>, Raihan Arafah<sup>3</sup>, Yeny Yunanti<sup>4</sup>, Geraldus Belarasta<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Esa Unggul

[hengkyfi3003@student.esaunggul.ac.id](mailto:hengkyfi3003@student.esaunggul.ac.id)

---

### Abstrak

Dengan adanya persaingan yang kompetitif di industri farmasi maka perusahaan farmasi harus mampu menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik. Untuk itu diperlukan pendekatan strategis yaitu *Total Quality Management* (TQM), dimana TQM fokus pada perbaikan kualitas secara menyeluruh dan keterlibatan semua departemen dalam perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa implementasi TQM terhadap peningkatan efektivitas pemasaran perusahaan farmasi di Indonesia. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan cara *systematic literature review* dimana bahan-bahan penelitian diambil dari penelitian terdahulu dengan menggunakan analisa deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip *Total Quality Management* (TQM) seperti fokus pada pelanggan, perbaikan yang berkelanjutan (*continous improvement*), keterlibatan dari karyawan, pendekatan berbasis proses (*process approach*), pengambilan keputusan berdasarkan fakta mempunyai pengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan, kepuasan stakeholder, efisiensi operasional dan kualitas komunikasi dengan profesional medis. Prinsip TQM ini juga membantu perusahaan farmasi dalam menghadapi persaingan yang kompetitif seperti regulasi yang ketat dan kebutuhan pasar yang selalu berubah. Dengan mengimplementasikan prinsip TQM secara tepat akan meningkatkan efektivitas pemasaran farmasi di Indonesia.

**Kata kunci:** *Efektivitas Pemasaran, Total Quality Management (TQM), Perusahaan Farmasi, Prinsip TQM*

### Abstract

*With the existence of competitive competition in the pharmaceutical industry, pharmaceutical companies must be able to produce products that have good quality. For this reason, a strategic approach is needed, namely Total Quality Management (TQM), where TQM focuses on overall quality improvement and the involvement of all departments in the company. This study aims to analyze the implementation of TQM to increase the marketing effectiveness of pharmaceutical companies in Indonesia. The method used in this research is a qualitative approach by means of a systematic literature review where research materials are taken from previous studies using descriptive analysis. The results of this study show that Total Quality Management (TQM) principles such as customer focus, continuous improvement, employee involvement, process approach, fact-based decision making have a significant influence on increasing customer satisfaction and loyalty, stakeholder satisfaction, operational efficiency and quality of communication with medical professionals. These TQM principles also help pharmaceutical companies in facing competitive challenges such as strict regulations and ever-changing market needs. Appropriately implementing TQM principles will increase the effectiveness of pharmaceutical marketing in Indonesia.*

**Keywords:** *Marketing Effectiveness, Total Quality Management (TQM), Pharmaceutical Companies, TQM Principles*

---

## PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang memiliki pengaruh besar terhadap kesehatan masyarakat dan perkembangan ekonomi global adalah farmasi. Dalam konteks industri yang sangat kompetitif, keberhasilan sebagian besar perusahaan farmasi bergantung pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi secara konsisten. Untuk itu penerapan *Total Quality Management* (TQM) menjadi sangat penting. Agar berhasil dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan membutuhkan pendekatan manajemen kualitas terpadu yang berfokus pada berbagai aspek perusahaan dan melibatkan seluruh level organisasi.

*Total Quality Management* (TQM) dianggap sebagai senjata strategis untuk berwirausaha dan menduduki pasar baru secara lokal dan global, melalui pencapaian keunggulan kompetitif. Konsep Manajemen TQM bertujuan untuk meningkatkan operasi dan kinerja serta mengurangi biaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Alzawahrah & Alkhaffaf, 2021). TQM memandang organisasi secara sistematis dan komprehensif dengan menciptakan perubahan positif, mengambil setiap bagian dalam organisasi dan memperbaikinya sesuai keinginan untuk mencapai kualitas terbaik Alkhaffaf *et al.*, (2024). Kualitas dalam pemasaran farmasi tidak hanya mencakup aspek produksi saja tetapi mencakup mengenai proses distribusi dan pemasaran. Penerapan *Total Quality Management* (TQM) di departemen pemasaran farmasi menjadi sangat penting agar seluruh aktivitas pemasaran dapat berjalan efektif dan efisien sesuai dengan standar kualitas yang sudah ditetapkan.

*Total Quality Management* (TQM) adalah pendekatan manajemen yang melibatkan seluruh karyawan dalam upaya peningkatan kualitas secara berkelanjutan di setiap aspek pekerjaan mereka (Kumar & Sharma, 2017). TQM berfungsi sebagai strategi utama untuk meningkatkan efektivitas kinerja organisasi secara menyeluruh, dengan tujuan mencapai hasil yang optimal (Usrof & Elmorsey, 2016). Pendekatan ini diakui sebagai sistem yang berfokus pada perbaikan kinerja di berbagai sektor industri, dan implementasi TQM yang berhasil dapat meningkatkan produktivitas karyawan serta kinerja perusahaan secara keseluruhan (Putri *et al.*, 2017). TQM mempengaruhi seluruh siklus hidup produk dan membutuhkan keterlibatan semua karyawan di berbagai departemen. Oleh karena itu, TQM dapat didefinisikan sebagai pendekatan manajemen mutu yang bertujuan untuk memobilisasi dan melibatkan semua staf guna mencapai hasil yang berkualitas tinggi. Agar penerapan TQM berhasil, diperlukan manajemen dan kepemimpinan yang dapat menjadi teladan yang baik bagi seluruh karyawan (Lehyani *et al.*, 2023).

Menurut Fatma *et al.*, (2018), terdapat enam praktik utama TQM yang sangat penting, yang meliputi kepemimpinan, fokus pelanggan, manajemen sumber daya manusia, manajemen proses, analisis informasi, dan peningkatan berkelanjutan. Dalam konteks pemasaran farmasi, penerapan TQM mencakup beberapa prinsip penting, seperti fokus pada pelanggan, perbaikan berkelanjutan, keterlibatan karyawan, serta pengambilan keputusan berbasis data. Fokus pada pelanggan menekankan bahwa seluruh aktivitas perusahaan harus berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan, guna memastikan produk dan layanan yang ditawarkan memberikan manfaat maksimal bagi konsumen (Haryanti *et al.*, 2024). Selain itu, prinsip perbaikan berkelanjutan mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan seiring dengan perkembangan pasar (Haryanti *et al.*, 2024). Keterlibatan semua karyawan, dari manajer hingga staf, juga sangat penting agar setiap individu memahami prinsip kualitas dan peran mereka dalam mencapai tujuan perusahaan (Nuur Rasyidah *et al.*, 2022).

TQM juga menekankan pentingnya pendekatan berbasis proses, yang memastikan setiap proses dalam organisasi berjalan secara efektif dan efisien, menghasilkan kualitas yang konsisten (Haryanti *et al.*, 2024). Keputusan dalam organisasi harus didasarkan pada data dan fakta yang akurat, bukan pada intuisi atau asumsi, untuk meminimalkan risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan (Susilowati & Norizal, 2024).

Selain itu, dalam pemasaran produk farmasi, kepatuhan terhadap regulasi menjadi sangat penting, terutama dalam iklan dan promosi produk kepada publik dan tenaga medis. Berdasarkan Surat Keputusan Kepala BPOM Nomor HK.00.05.3.02706 tahun 2002, seluruh kegiatan pemasaran produk farmasi harus mematuhi kode etik yang ditetapkan oleh Gabungan Perusahaan Farmasi Indonesia untuk produk ethical (Nurhayati *et al.*, 2023). Dengan mengikuti prinsip-prinsip TQM ini, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan, tetapi juga memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

Penelitian Maknun *et al.*, (2024) menyimpulkan bahwa penerapan *Total Quality Management* (TQM) secara signifikan dapat meningkatkan daya saing perusahaan dalam era globalisasi dengan melakukan perbaikan kinerja dengan cara efisiensi operasional. Pada penelitian Alkhaffaf *et al.*, (2024) menemukan bahwa penerapan TQM pada Perusahaan farmasi Yordania memiliki hubungan positif dengan pemasok dan pelanggan. Penelitian Hutasoit *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa penerapan TQM akan dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan melakukan perbaikan berkelanjutan pada kualitas produk, proses bisnis, pelayanan pelanggan, dan strategi pemasaran yang memiliki inovasi. Penelitian Lehyan *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) dan manajemen pengetahuan memiliki dampak positif terhadap efektivitas staf/karyawan.

Penelitian mengenai *Total Quality Management* (TQM) yang ada banyak berfokus pada TQM dalam proses produksi, atau distribusi, sementara kajian mengenai implikasi TQM dalam strategi pemasaran, khususnya di industri farmasi, masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengevaluasi bagaimana penerapan prinsip-prinsip TQM, seperti fokus pada pelanggan, perbaikan berkelanjutan, serta keterlibatan karyawan dapat meningkatkan efektivitas pemasaran farmasi di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan akademis yang lebih mendalam mengenai peran TQM dalam pemasaran tetapi juga menawarkan panduan praktis bagi perusahaan farmasi dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka melalui prinsip-prinsip TQM.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan menggunakan literature review sistematis (*systematic literature review*) yaitu menganalisis, dan mensintesis temuan dari beberapa sumber ilmiah yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara terstruktur. Metode ini tidak mengumpulkan data primer tetapi menggunakan data sekunder dari jurnal penelitian, buku/artikel lainnya. Peneliti mencari data dengan melakukan riset membaca jurnal ilmiah, buku referensi dan bahan publikasi/artikel lainnya yang tersedia di perpustakaan. Peneliti mengumpulkan jurnal/artikel yang berhubungan dengan implikasi *Total Quality Management* (TQM), pencarian sumber-sumber artikel tersebut menggunakan *Proquest*, *google scholar* dan *mendeley*. Peneliti menyeleksi jurnal/artikel yang relevan dengan penelitian ini, kemudian mengambil intisari dari jurnal yang telah dipilih menjadi referensi dan meninjau terkait bagaimana implementasi *Total Quality Management* (TQM) dalam meningkatkan

efektifitas pemasaran terhadap penelitian yang diterapkan pada jurnal-jurnal referensi serta peneliti membuat kesimpulan dan saran untuk pemasaran perusahaan farmasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi krusial dalam industri farmasi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk yaitu dengan meningkatkan loyalitas pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Beberapa elemen utama TQM yang mendukung efektivitas pemasaran meliputi fokus pada pelanggan, perbaikan berkelanjutan, keterlibatan karyawan, pendekatan berbasis proses, pengambilan keputusan berbasis fakta, serta kepatuhan terhadap regulasi. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip tersebut, perusahaan farmasi dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan, sehingga memperkuat daya saing di pasar.

### Fokus Pada Pelanggan

Pada penelitian Nuur Rasyidah et al., (2022) penerapan TQM yang dilakukan oleh PT. DAHANA (Persero) Subang memberikan dampak positif bagi Perusahaan terutama dalam hal peningkatan kualitas layanan pelanggan. Menurut Nwokah, (2009) bahwa orientasi pelanggan bagi perusahaan mempengaruhi hubungan pelanggan dengan perusahaan. Pendekatan praktis untuk menanggapi perubahan kebutuhan pelanggan sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan (Kumar & Sharma, 2017). Perusahaan yang berfokus pada kepuasan pelanggan akan mengalami keberhasilan dalam meningkatkan dan mengembangkan perusahaannya (Haryanti et al., 2024).

Penelitian Goharshenasan & Shahin, (2017) menyatakan bahwa tanpa fokus pada pelanggan, program *Total Quality Management* (TQM) tidak akan memiliki landasan untuk pengembangan lebih lanjut. Dalam penelitian Mohammed *et al.*, (2017) menegaskan ada dua faktor utama dalam mencapai pendekatan *Total Quality Management* (TQM) pada perusahaan yaitu kepuasan pelanggan dan kinerja kerja. Pada penelitian Latuconsina & Tupamahu, (2020) membuktikan bahwa fokus pada pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan fokus pada pelanggan yaitu Dokter, Apoteker dan pasien yang mendapatkan kepuasan atas produk yang digunakan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga efektivitas pemasaran akan meningkat.

### Perbaikan Berkelanjutan

Perbaikan berkelanjutan merupakan salah satu prinsip utama dalam *Total Quality Management* (TQM) yang berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan, termasuk dalam industri farmasi. Konsep ini menekankan pada upaya sistematis untuk terus meningkatkan kualitas produk, layanan, serta efisiensi operasional guna memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Sejumlah penelitian telah membuktikan bahwa penerapan perbaikan berkelanjutan memiliki dampak positif terhadap berbagai aspek bisnis, mulai dari kepuasan pelanggan hingga peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Pada penelitian Latuconsina & Tupamahu, (2020) membuktikan bahwa perbaikan berkelanjutan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pada industri farmasi, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial karena berkaitan erat dengan kepercayaan terhadap produk farmasi yang dikonsumsi untuk menjaga kesehatan atau mengatasi penyakit. Lebih lanjut pada penelitian Kumar & Sharma, (2017) mengungkapkan bahwa perbaikan berkelanjutan berkaitan dengan peningkatan hasil dan kemampuan untuk menghasilkan hasil yang lebih baik, mulai dari perencanaan strategis tingkat tinggi dan pengambilan keputusan hingga pelaksanaan elemen kerja yang terperinci di lantai pabrik.

Dalam industri farmasi, perbaikan berkelanjutan dapat diterapkan melalui optimalisasi proses produksi untuk meningkatkan efisiensi, penerapan standar kualitas yang lebih ketat, serta inovasi dalam formulasi produk guna meningkatkan efektivitas dan keamanan obat. Penelitian Sanjaya & Purnawatii, (2023) menunjukkan bahwa perbaikan sistem berkelanjutan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada kinerja perusahaan, hal ini berarti untuk mengembangkan dan meningkatkan kinerja perusahaan variabel perbaikan berkelanjutan memiliki peran yang penting. Dengan melakukan perbaikan secara berkelanjutan perusahaan farmasi dapat menghadapi perubahan pasar yang sangat cepat dengan cara meningkatkan kualitas produk dan pelayanan (*service*) kepada pelanggan.

### **Keterlibatan Karyawan**

Keterlibatan karyawan merupakan salah satu elemen kunci dalam penerapan Total Quality Management (TQM) yang berkontribusi secara signifikan terhadap efektivitas organisasi, termasuk dalam sektor industri farmasi. Keterlibatan karyawan tidak hanya mencerminkan partisipasi aktif mereka dalam proses kerja, tetapi juga mencerminkan sejauh mana mereka memiliki komitmen, motivasi, serta rasa kepemilikan terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa keterlibatan karyawan memiliki dampak positif terhadap berbagai aspek kinerja organisasi, termasuk efektivitas kerja, kepuasan kerja, dan kualitas produk maupun layanan.

Pada penelitian Lehyani *et al.*, (2023) menunjukkan adanya pengaruh positif keterlibatan karyawan terhadap efektivitas karyawan. Dalam industri farmasi, efektivitas kerja yang tinggi sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pemasaran produk, karena tenaga kerja yang kompeten dan termotivasi akan mampu menyampaikan informasi produk dengan lebih baik kepada pelanggan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Algarni & Alemeri, (2023) menemukan pengaruh positif dan signifikan keterlibatan karyawan terhadap kepuasan kerja dimana kepuasan kerja akan meningkatkan kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan TQM dengan elemen keterlibatan karyawan sangat efektif dalam meningkatkan pemasaran produk farmasi, karena setiap karyawan dalam perusahaan berkontribusi terhadap kualitas produk dan layanan. Keterlibatan karyawan menjadi komponen penting dari *Total Quality Management* (TQM).

Menurut Glesk (1996), keterlibatan karyawan memiliki hubungan positif terhadap kualitas produk/layanan. Keterlibatan aktif karyawan di seluruh departemen memungkinkan terjalannya kerja sama yang lebih baik, sehingga meningkatkan efektivitas pemasaran. Dengan adanya komunikasi yang efektif antar departemen, perusahaan farmasi dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pasar serta meningkatkan daya saing mereka dalam industri yang sangat kompetitif.

### **Pendekatan Berbasis Proses (*Process approach*)**

Pendekatan berbasis proses dalam pemasaran farmasi mengacu pada pengelolaan aktivitas pemasaran secara sistematis, terstruktur, dan terukur, mencakup tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap strategi yang diterapkan memiliki tujuan yang jelas serta dapat diukur efektivitasnya. Dalam penelitian Hamsal & Eva Sundari, (2022) PT. Feron menerapkan implikasi TQM dengan mengelola proses pemasaran secara digital. Perusahaan memanfaatkan platform online seperti zoom meeting dan google meet dalam mempresentasikan produk pada calon pelanggan. Perusahaan fokus pada penggarapan tender vitamin pada institusi pemerintah dan swasta, serta melakukan evaluasi dan analisa terhadap penjualan yang terjadi.

Dengan menerapkan pendekatan berbasis proses dalam pemasaran farmasi, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas strategi pemasaran mereka. Perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang disiplin memungkinkan perusahaan untuk

lebih adaptif terhadap perubahan pasar serta kebutuhan pelanggan. Evaluasi berbasis data juga berperan penting dalam memastikan bahwa setiap strategi yang diterapkan memberikan dampak yang optimal. Oleh karena itu, penerapan TQM dalam pemasaran farmasi tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga pada penyempurnaan proses pemasaran secara berkelanjutan.

### **Pengambilan Keputusan Berdasarkan Fakta**

Pengambilan keputusan berdasarkan fakta merupakan proses yang sangat penting dalam manajemen, termasuk dalam pemasaran farmasi, untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil didasarkan pada data yang akurat dan relevan. Salah satu langkah pertama dalam proses ini adalah pengumpulan data yang relevan, yang melibatkan identifikasi dan pengumpulan informasi yang langsung berkaitan dengan masalah atau keputusan yang akan dibuat. Data yang digunakan haruslah akurat, relevan, dan terkini, sehingga keputusan yang diambil dapat didasarkan pada informasi yang valid dan dapat dipercaya. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data untuk menemukan tren, pola, atau informasi penting yang dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Analisis yang tepat akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang situasi yang dihadapi, sehingga pengambil keputusan dapat membuat pilihan yang lebih informasional dan terarah.

Namun, pengumpulan dan analisis data tidaklah cukup jika informasi yang diperoleh tidak divalidasi dengan benar. Oleh karena itu, validasi informasi sangat penting untuk memastikan bahwa data dan informasi yang digunakan adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Proses ini dilakukan untuk menghindari kesalahan yang mungkin terjadi akibat penggunaan informasi yang tidak valid, yang dapat merugikan proses pengambilan keputusan. Selain itu, dokumentasi dan transparansi dalam proses pengumpulan, analisis data, serta keputusan yang diambil juga sangat penting. Dokumentasi yang baik memungkinkan evaluasi di masa mendatang, membantu organisasi untuk menilai apakah keputusan yang diambil sudah tepat, serta mempermudah analisis lebih lanjut di masa depan. Terakhir, evaluasi dan umpan balik juga menjadi bagian penting dari pengambilan keputusan berdasarkan fakta. Setelah keputusan dilaksanakan, penting untuk melakukan evaluasi terhadap hasilnya, serta mengumpulkan umpan balik yang dapat memberikan wawasan untuk perbaikan berkelanjutan. Dalam konteks pemasaran farmasi, riset pasar yang mendalam, pengumpulan umpan balik pelanggan, serta analisis data yang cermat sangatlah penting untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, efektif, dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

### **Kepatuhan Terhadap Regulasi**

Pada penelitian Nurhayati et al., (2023) menemukan operasi CV Samudera Chemical Tapos Depok bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang digambarkan dalam Pasal 8 (1) huruf c Keputusan No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, karena ditetapkan bahwa perusahaan menggunakan pelarut Ethylene Glycol (EG) dan Diethylene Glycol (DEG) melebihi batas yang diizinkan yang ditentukan oleh pedoman prosedural 0,1 miligram/mililiter. Dengan adanya *Total Quality Management* (TQM) dapat membantu perusahaan farmasi mematuhi peraturan yang berlaku dalam pemasaran, sehingga meminimalkan risiko pelanggaran regulasi yang dapat merugikan perusahaan maupun konsumen.

Selain itu, dengan memastikan bahwa semua materi pemasaran dan komunikasi produk bersifat transparan, akurat, dan etis, TQM dapat membantu perusahaan farmasi dalam membangun kepercayaan pelanggan dan menjaga reputasi di pasar yang sangat kompetitif. Kepatuhan terhadap regulasi tidak hanya berdampak pada aspek hukum tetapi



juga berkontribusi terhadap peningkatan citra merek dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Oleh karena itu, implementasi TQM bukan sekadar strategi peningkatan kualitas, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam menjalankan praktik pemasaran yang bertanggung jawab dan sesuai dengan regulasi yang berlaku.

## KESIMPULAN

Penerapan prinsip-prinsip *Total Quality Management* (TQM) memiliki peranan yang sangat penting untuk meningkatkan efektivitas pemasaran pada industri farmasi yang persaingannya sangat kompetitif. Adapun elemen utama TQM yang harus diimplementasikan yaitu fokus pada pelanggan/*customer*, perbaikan berkelanjutan, keterlibatan karyawan, pendekatan berbasis proses, dan pengambilan keputusan berdasarkan fakta. Elemen tersebut sangat membantu dalam untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, kepuasan *customer* dan *stakeholder*, efisiensi operasional, dan kualitas komunikasi dengan profesional. Oleh karena itu, menurut penelitian ini, implementasi TQM merupakan strategi yang sangat efektif untuk Perusahaan-perusahaan farmasi di Indonesia dalam menciptakan pertumbuhan angka penjualan. Prinsip TQM ini juga membantu perusahaan farmasi, agar bisa menghadapi tantangan untuk menjadi *market leader* di bisnis industri farmasi.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pelaku bisnis pemasaran perusahaan farmasi di Indonesia dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dengan mengutamakan pelanggan sebagai prioritas utama. Selain itu, perbaikan berkelanjutan juga perlu dilakukan untuk memastikan pemasaran tetap relevan dan adaptif terhadap perubahan pasar. Keterlibatan karyawan dalam setiap tahap pemasaran harus dioptimalkan, karena mereka berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang baik bagi pelanggan. Pendekatan berbasis proses juga sangat penting, seperti menyusun alur proses pemasaran yang terstruktur dan secara rutin mengevaluasi apakah strategi pemasaran yang diterapkan sudah efektif dan efisien. Selain itu, keputusan yang diambil harus selalu didasarkan pada fakta dan data yang akurat agar lebih tepat sasaran. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi implementasi *Total Quality Management* (TQM) dalam departemen pemasaran di industri lain untuk mendapatkan wawasan lebih lanjut mengenai penerapannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algarni, M. A., & Alemeri, M. (2023). The Role of Employee Engagement, Job Satisfaction and Organizational Commitment on Happiness at Work at a Saudi Organization. *International Journal of Business and Management*, 18(2), 27. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v18n2p27>
- Alkhaffaf, M., Masa'deh, R., Almajali, D., & Thurasamy, R. (2024). The impact of total quality management on the relationship with suppliers and customers: the case of pharmaceutical Jordanian companies. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(4), 2331–2336. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2024.5.034>
- Alzawahrah, H., & Alkhaffaf, M. (2021). the Impact of Strategic Leadership on Organisational Ambidexterity At the King Abdullah II Design and Development Bureau (Kaddb). *International Journal of Engineering Science Technologies*, 5(3), 20–38. <https://doi.org/10.29121/ijolest.v5.i3.2021.193>

- Fatma, L., Zouari, A., Ghorbel, A., & Tollenaere, M. (2018). Les facteurs clés du TQM impactant la performance de la SC. *Le 1er Colloque International Sur l'e-Supply Chain*, April, 13.
- Glesk, M. M. (1996). Total quality management. *Flexo*, 21(1), 31. <https://doi.org/10.1097/00004010-199523000-00003>
- Goharshenasan, A., & Shahin, A. (2017). Prioritisation of quality management principles based on critical success factors of TQM using integrated approach of MCDM and IPA - The case of Marjan Tile Company. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 21(1), 112–128. <https://doi.org/10.1504/IJQM.2017.083285>
- Hamsal, & Eva Sundari. (2022). Strategi Pemasaran Usaha Produk Farmasi Masa Strategi Pandemi Covid 19 Di PT. Ferron Par Pharmaceutical (Studi Kasus Peningkatan Volume Penjualan Produk Farmasi). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 46–54. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9453](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9453)
- Haryanti, R., Wulansari, M., Dini Rachmadanti, A., Diotama, F., Paramarta, V., Sangga Buana Bandung YPKP Jl Surapati No, U., Bandung, K., & Barat, J. (2024). Analisis Manajemen Mutu Terpadu (TQM) Dalam Pelayanan Rumah Sakit (Studi Literature). *OBAT: Jurnal Riset Ilmu Farmasi Dan Kesehatan*, 2(2).
- Hutasoit, M., Siregar, L. F., Hidayat, M. F., & Syahrulli, M. D. (2024). *JURNAL LOCUS: Penelitian & Pengabdian Optimalisasi Strategi Penjualan Melalui Penerapan Total Quality Management pada UMKM Eito Japanese Curry*. 3(6), 453–461. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i6.2683>
- Kumar, V., & Sharma, R. R. K. (2017). An empirical investigation of critical success factors influencing the successful TQM implementation for firms with different strategic orientation. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 34(9), 1530–1550. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-09-2016-0157>
- Latuconsina, Z., & Tupamahu, W. A. (2020). Pengaruh Fokus Pada Pelanggan, Keterlibatan Total, Perbaikan Berkesinambungan Terhadap Kepuasan Konsumen Hasjrat Abadi Ambon. *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 24–36. <https://doi.org/10.30598/manis.3.2.24-36>
- Lehyani, F., Zouari, A., Ghorbel, A., Tollenaere, M., & Sá, J. C. (2023). Knowledge Management and Total Quality Management Impact on Employee Effectiveness in Emerging Industries: Case of Tunisian Small and Medium Enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su15053872>
- Maknun, A. I. L., Asmedi, N. M., & Safuan, S. (2024). Implementasi Total Quality Management dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(8), 3209–3218. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i8.1507>
- Mohammed, M., Ahmed, E., & R.N, A. (2017). The effect of TQM intention to implement on work performance in Oman's Ministry of Justice. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-04-2016-0020>
- Nurhayati, N. P. S., Berlia, G. M., Sasongko, F. F., & Valentine, E. (2023). Pemasaran Obat Dalam Usaha Farmasi: Persoalan Profesionalisme dan Etika Bisnis. *Das Sollen: Jurnal Kajian Kontemporer Hukum Dan Masyarakat*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.11111/dassollen.xxxxxxx>



- Nuur Rasyidah, A., Bariroh, A., & Emi Rahmawati, D. (2022). Analisis Total Quality Management (Tqm) Dalam Meningkatkan Mutu Manufaktur Dan Jasa Pada Pt. Dahana (Persero) Subang. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(12), 2917–2926. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.475>
- Nwokah, N. G. (2009). Customer-focus, competitor-focus and marketing performance. *Measuring Business Excellence*, 13, 20–28. <https://doi.org/10.1108/13683040910984293>
- Putri, N. T., Yusof, S. M., Hasan, A., & Darma, H. S. (2017). A structural equation model for evaluating the relationship between total quality management and employees' productivity. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 34(8), 1138–1151. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-10-2014-0161>
- Sanjaya, I. N. P., & Purnawatii, N. K. (2023). Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kinerja Perusahaan CV Sari Yoga Katering. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 12(4), 370.
- Susilowati, E., & Norizal, T. (n.d.). *Keputusan Berdasarkan Fakta dalam Proses Manajemen Mutu Sekolah*. 5(3), 4041–4049.
- Usrof, H. J. H., & Elmorsey, R. M. (2016). Relationship between HRM and TQM and its Influence on Organizational Sustainability. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 6(2), 21–33. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v6-i2/2036>



**This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License**

---