

## **PENINGKATAN MUTU WARUNG PECEL POWER RANGER DI TEGAL BESAR JEMBER**

**Andi Susanto**

Email : Andi.susanto1947@gmail.com

STIS Darul Falah Bondowoso

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

### **Abstract**

TQM (Total Quality Management) is a culture-based philosophical approach in managerial systems in organizations that prioritizes quality in achieving success by satisfying customers. TQM in the business world is proven to reap a significant increase in results, including small and medium enterprises. One of the efforts that apply this TQM is Warung Pecel Power Ranger in Tegal Basar Jember. The shop is oriented towards customer satisfaction, in this case the buyers, so that it still exists and is visited by many consumers amidst various culinary lovers in Jember. According to the author's opinion, this shop is one that has made continuous innovation and change with the TQM approach. The purpose of this study is to describe the implementation of TQM and marketing strategy innovation in micro enterprises that focus on customer satisfaction. This research method uses a qualitative approach, which deals with the phenomena at the research location based on observations and interviews. The results showed that the pecel shop had implemented TQM so that there were many buyers. The applied TQM indicators consist of a). amenities; clean, simple, comfortable. b). product; distinctive taste and affordable. c). services; polite, friendly, fast and responsive communication. d). guarantee; Any buyers who provide feedback or complaints about inappropriate services or products will be replaced. being empathetic is an innovative service strategy in the form of attention and concern for consumers which is always done with greetings and thanks, responding to greetings, always smiling and listening to customer requests.

**Key word:** *quality improvement, products, services*

TQM (*Total Quality Manajemen*) merupakan suatu pendekatan filosofi berbasis budaya dalam sistem manajerial pada organisasi yang mengutamakan kualitas dalam mencapai keberhasilan dengan cara memuaskan pelanggan. TQM dalam dunia bisnis terbukti menuai peningkatan hasil yang signifikan, termasuk usaha kecil dan menengah. Salah satu usaha yang mengaplikasikan TQM ini adalah Warung Pecel Power Ranger di Tegal Basar Jember. Warung tersebut berorientasi pada kepuasan pelanggan, dalam hal ini para pembeli, sehingga tetap eksis dan ramai dikunjungi konsumen di tengah perbagai pecinta kuliner di Jember. Warung tersebut menurut hemat penulis termasuk warung yang telah melakukan inovasi dan perubahan terus menerus dengan pendekatan TQM. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan implementasi TQM dan inovasi strategi pemasaran dalam usaha mikro yang berfokus pada kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang berkenaan dengan fenomena di lokasi penelitian

berdasarkan pengamatan dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warung pecel tersebut telah menerapkan TQM sehingga tampak ramai pembelinya. Indikator TQM yang diterapkan terdiri dari a). fasilitas; bersih, sederhana, nyaman. b). produk; rasa khas dan terjangkau. c).pelayanan; komunikasi santun, ramah, cepat dan tanggap. d). jaminan; setiap pembeli yang memberikan masukan atau komplain terhadap layanan atau produk yang tidak sesuai akan diganti. bersikap empatik merupakan inovasi strategi layanan jasa yang berupa perhatian dan kepedulian terhadap konsumen yang selalu dilakukan dengan ucapan salam dan ucapan terima kasih, menjawab salam, selalu tersenyum dan menyimak permintaan pelanggan.

**Kata kunci:** *peningkatan mutu, produk, jasa.*

## **PENDAHULUAN**

TQM (*Total Quality Manajemen*, selanjutnya ditulis TQM) merupakan suatu pendekatan filosofi berbasis budaya dalam sistem manajerial pada organisasi yang mengutamakan kualitas dalam mencapai keberhasilan dengan cara memuaskan pelanggan. TQM dalam dunia bisnis terbukti menuai peningkatan hasil yang signifikan, termasuk usaha kecil dan menengah. Salah satu usaha yang mengaplikasikan TQM ini adalah Warung Pecel Power Ranger di Tegal Besar Jember. Warung tersebut berorientasi pada kepuasan pelanggan, dalam hal ini para pembeli, sehingga tetap eksis di tengah pesatnya usaha kuliner di Jember, sehingga setiap konsumen yang pernah merasakan menu tersebut akan teringat dan ingin kembali menikmatinya. Warung tersebut menurut pengamatan penulis termasuk warung yang telah melakukan inovasi dan perubahan terus menerus dengan pendekatan TQM.

Ekonomi merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia yang bersifat finansial, agar manusia tidak memiliki ketergantungan pada orang lain secara berlebihan, karena ilmu ekonomi pada dasarnya merupakan usaha individu atau kelompok masyarakat dalam mempergunakan sumberdaya guna memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa.<sup>1</sup> Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi, dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan dan kesatuan ekonomi nasional<sup>2</sup>. Sedangkan tujuan ekonomi kreatif adalah a) mendorong seluruh aspek

---

<sup>1</sup> Nopiri, *Pengantar Ekonomi* (Yogyakarta, BPFE: 2016), 1.

<sup>2</sup> UUD RI 1945.

ekonomi kreatif sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi masyarakat, dan perubahan lingkungan global; b) menyejahterakan rakyat Indonesia dan meningkatkan pendapatan negara; c) menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berdaya saing global; d) menciptakan kesempatan kerja yang baru berpihak pada nilai seni dan budaya bangsa Indonesia; serta budaya lokal; e) mengoptimalkan pelaku ekonomi kreatif; f) melindungi hasil kreativitas pelaku ekonomi kreatif; dan g) mengarusutamakan ekonomi kreatif dalam rencana pembangunan nasional<sup>3</sup>.

Peningkatan mutu ekonomi akan turut mempengaruhi dinamika kehidupan masyarakat Indonesia. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan kualitas produk diharapkan mampu mendorong kemandirian untuk menghadapi berbagai tantangan dan ancaman yang terjadi akibat perkembangan jaman. Salah satu tantangan besar yang dihadapi akibat globalisasi adalah lemahnya kemandirian ekonomi yang berakibat pada rendahnya daya saing.

Seluruh kegiatan manusia dapat diamati pada sistematis kerjanya. Hal tersebut tampak pada penerapan manajemennya, karena aktivitas apapun tidak pernah lepas dari manajemen, sehingga manajemen dapat didefinisikan sebagai suatu ilmu, kiat seseorang maupun seni. Maraknya perkembangan ekonomi kreatif menuntut para pelakunya untuk dapat mengelola dirinya sendiri sehingga dapat beradaptasi dengan lingkungan dan menghasilkan layanan dan produk yang benar-benar sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan adanya hal tersebut, usaha untuk meningkatkan mutu layanan dan produk tergantung pada usaha tersebut, tergantung pada pengelola ekonomi itu sendiri. Salah satu acuan yang dapat dilakukan adalah dengan mengadopsi TQM untuk mencapai pengembangan mutu yang diinginkan.

Jens J. Dahlgaard dkk dalam bukunya menguraikan bahwa TQM merupakan: *A corporate culture characterized by increased customer satisfaction through continuous improvements, in which all employees in the firm actively participate*<sup>4</sup>. TQM suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk jasa, tenaga kerja, proses dan lingkungannya. Keberadaan TQM dalam dunia bisnis terbukti menghasilkan peningkatan yang signifikan,

---

<sup>3</sup> UU RI no 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

<sup>4</sup> Jens J. Dahlgaard, *Fundamentals of Total Quality Management Process analysis and improvement* (London and New York, Taylor & Francis Group), 16-17.

sehingga menarik lembaga lainnya untuk turut mengaplikasikannya termasuk usaha kecil dan menengah.

## **EKONOMI MIKRO**

Ekonomi merupakan disiplin ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka, dalam rangka memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia. Sedangkan ruang lingkup ekonomi meliputi bidang perilaku manusia terkait dengan konsumsi, produksi dan distribusi<sup>5</sup>. Warung pecel merupakan usaha ekonomi yang menghasilkan produk berupa nasi pecel yang didistribusikan kepada pelanggan atau pembeli yang membutuhkan dengan menggunakan pelayanan yang dapat memuaskan mereka, sehingga pembeli menjadi ketagihan karena karakteristik produk pecelnya dan terkesima merasa dihargai karena pelayanannya.

Faktor penggerak ekonomi antara lain adalah kebutuhan ekonomi (*economic needs*), kelangkaan ekonomi (*economic scarcity*), pilihan (*economic alternative*) dan konsep ekonomi (*economic concept*). Kebutuhan ekonomi senantiasa tidak terbatas, karena kebutuhan ekonomi berkembang sejalan dengan perkembangan manusia dan perkembangan masa, baik perkembangan lokal, regional, nasional maupun global, sehingga sifatnya relative dan dinamis. Keterbatasan barang dan jasa pelayanan menyebabkan kelangkaan akan suatu yang dibutuhkan yang dapat dibaca oleh pelaku ekonomi sehingga mereka memiliki inisiatif untuk menyediakan kelangkaan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Sedangkan faktor penyebab kelangkaan tersebut dapat diakibatkan oleh kurangnya sumber daya alam, terjadi bencana, perkembangan penduduk, keterbatasan produksi, keterlambatan penerimaan teknologi dan ketidaksabaran manusia<sup>6</sup>.

Pelaku kegiatan ekonomi bisa dari rumah tangga, pemerintah, perusahaan. Rumah tangga merupakan sektor ekonomi yang menyediakan tenaga, produk yang dapat didistribusikan kepada pelanggan yang membutuhkan. Sedangkan perusahaan adalah organisasi yang dikembangkan oleh seseorang atau kelompok orang dengan tujuan untuk menyediakan atau memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat. Sementara pemerintah

---

<sup>5</sup> Wibowo, Sukarno dan Supriyadi, Dedi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung, Pustaka Setia: 2013), 13.

<sup>6</sup> Wibowo, *Ekonomi Mikro*...17-19.

merupakan badan yang mengatur kegiatan ekonomi, sehingga tidak terjadi kecarutmarutan dalam kegiatan perekonomian tersebut<sup>7</sup>. Dengan demikian usaha warung pecel merupakan sektor rumah tangga yang menyediakan kebutuhan masyarakat dengan pelayanan yang membuat mereka nyaman, baik penerimaan, tempat, suasana dan tata ruang yang nyaman serta aman.

Ekonomi persfeti Islam dapat dipahami dari ayat-ayat al-Qur'an, hadits dan pendapat ulama. Ayat al-Qur'an yang mengisyaratkan pentingnya ekonomi dan memasukkan kegiatan ekonomi dalam bentuk jihad dapat dipahami dari ayat berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِّنْ عَذَابِ أَلِيمٍ ۝ ١٠ تُوْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ ۝ ١١

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman! Maukah kamu Aku tunjukkan suatu perdagangan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih. Yaitu kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahui (QS. As-Shaf:10-11)*<sup>8</sup>.

Ayat tersebut menjelaskan perniagaan yang dapat menghasilkan keuntungan besar di dunia dan akhirat, sehingga orang yang mengalikasinya bukan hanya meraih keunyungan besar, melainkan dapat selamat dari siksa yang menyakitkan, yaitu pengusaha yang memiliki dasar iman yang kuat, menafkahkan harta dan mewaqafkan dirinya di jalan Allah.

Usaha keluarga berupa warung pecel merupakan jihad tersendiri karena ia tanpa terasa telah berjuang dengan harta dan jiwanya untuk menjaga keluarganya, karena menjaga keluarga merupakan bagian dari lima tujuan syari'at Islam (المقاصد الشريعة الخمسة), yaitu menjaga agama (حفظ الدين), menjaga jiwa (حفظ النفس), menjaga harta (حفظ المال), menjaga keturunan (حفظ النسل), dan menjaga akal (حفظ العقل). Pada konteks usaha warung pecel seorang atau suatu keluarga sudah menjaga agama dengan melestarikan jual beli yang diharamkan oleh Allah, menjaga keturunan agar nafkah yang diberikan bersumber dari penghasilan yang halal, sehingga darah, daging dan akal anak cucu menjadi bersih dan suci, karena tidak bersal dari materi dan sumber yang dilarang oleh agama.

---

<sup>7</sup> Wibowo, *Ekonomi Mikro*...21-24.

<sup>8</sup> *Aplikasi Qur'an kemenag*.

Sedangkan hadits yang dapat menginspirasi usaha keluarga, dapat dianalisis dari materi hadits berikut:

حَدَّثَنَا يَزِيدُ، حَدَّثَنَا الْمَسْعُودِيُّ، عَنْ وَائِلِ أَبِي بَكْرٍ، عَنْ عَبَّاسَةَ بْنِ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ، عَنْ جَدِّهِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ، قَالَ: قِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: «عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ»<sup>9</sup>

Artinya: Yazid menceritakan kepadaku, Mas'ud menceritakan kepadaku, dari Wa'il bin Abi Bakr, dari 'Abayah bin Rifa'ah bin Raafi' bin Khadij dari kakeknya Raafi' bin Lkadij, ia berkata: "Rasulullah pernah ditanya: "wahai Rasulullah...usaha apa yang yang paling baik?" Rasulullah menjawab: " kerja seseorang dengan tangannya dan semua jual beli yang halal".

Hadits tersebut memberikan penjelasan bahwa usaha seseorang dalam menghasilkan finansial dengan kerja kerasnya dan jual beli yang halal merupakan usaha yang paling baik. Dalam konteks usaha warung pecel, dapat dikatakan baik manakala kala bahan yang digunakan adalah barang yang halal, suci dan dengan transaksi yang diperbolehkan oleh syari'at Islam

## TOTAL QUALITY MANAGEMENT

TQM atau manajemen mutu terpadu diartikan sebagai panduan semua fungsi perusahaan ke dalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, *network*, produktifitas, pengertian, dan kepuasan pelanggan<sup>10</sup>.

Terdapat delapan dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk, yaitu<sup>11</sup>: kinerja, fitur, kehandalan, konformitas, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika dan kualitas yang dipersepsikan.

Kinerja/performa (*performance*) berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk yaitu karakteristik pokok dari produk inti. *Features* merupakan aspek kedua dari performa yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya, yaitu ciri-ciri atau keistimewaan tambahan atau karakteristik pelengkap/tambahan. Kehandalan (*reliability*) berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi tertentu. Dengan demikian, kehandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan

<sup>9</sup> Ahmad Ibnu Hambal, Musnad Ahmad *Mukharraja* (Syamilih: *ishdar* 4), 28, 502.

<sup>10</sup> Santosa dalam Fandy dalam Muhith, Abd., Manajemen Mutu di Madrasah Ibtidaiyah (Surabaya, Imtiyaz: 2020), 127.

<sup>11</sup> Mukhamad Ilyasin & Nanik Nurhayati, *Manajemen Pendidikan Islam*, 304; lihat juga dalam M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, 17-18.

tingkat keberhasilan dalam penggunaan suatu produk. Konformitas (*conformance*) berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Pada kerangka ini yang perlu dimunculkan adalah sejauhmana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya<sup>12</sup>. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Kemampuan pelayanan (*serviceability*) merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan/kesopanan, kompetensi, kemudahan, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Estetika (*aesthetics*) merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi atau pilihan individual. Sedangkan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), karakteristik yang berkaitan dengan reputasi (*brand name, image*). Delapan varian tersebut, yang akan memberikan pengaruh dan efek yang dirasakan terhadap pelaksanaan kerja dan produktivitas lembaga tersebut, yang dalam istilah *Elton Mayo* dari Harvard University disebut sebagai *hawthorne effect*<sup>13</sup>.

Sedangkan V. Gasparez mengemukakan bahwa dimensi mutu produk atau jasa meliputi: 1) Berwujud; setting fisik dari jasa tersebut, lokasi, karyawan, material, komunikasi dan peralatannya; 2) Keandalan; kemampuan untuk melakukan jasa yang dijanjikan secara handal dan akurat; 3) Kecepatangapan; sejauhmana karyawan menolong konsumen dan menyediakan jasa yang tepat dan cepat; 4) Jaminan; pengetahuan, kemampuan karyawan untuk menjaga kepercayaan dan keyakinan; dan 5) Empati; perhatian dan kepedulian terhadap konsumen secara individual<sup>14</sup>.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang berkenaan dengan fenomena di lokasi penelitian<sup>15</sup>, fenomena dalam penelitian ini, terkait mutu produk, layanan dan kepuasan pelanggan di Warung Pecel Power Ranger

---

<sup>12</sup> Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management (TQM)*, (Yogyakarta: Andi, 2009), 61-62. Lihat juga dalam J.S. Oakland, *Total Quality Management*, (London: Heinemann Professional Publishing Ltd, 1989), 27.

<sup>13</sup> Baharuddin & Umiarso, *Kepemimpinan Pendidikan Islam: Antara Teori & Praktik*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 269.

<sup>14</sup> Sri Minarti, *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 336.

<sup>15</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 9.

Tegal Besar Jember, jenis fenomenologi yaitu menganalisis fenomena pelaksanaan. Penelitian yang berkenaan dengan fenomena di lokasi penelitian<sup>16</sup>, fenomena dalam penelitian ini, terkait produk dan pelayanan di Warung Pecel Tegal Besar Jember<sup>17</sup>.

Informan dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan, tukang parkir dan pembeli. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan dan dokumentasi.

## **PEMBAHASAN**

Penelusuran data mengenai peningkatan mutu produk dan layanan di Warung Pecel Power Ranger di Tegal Besar Jember, terdapat keandalan, cepat tanggap, jaminan dan empati.

Keberadaan warung; a. bentuk fisik dari jasa warung pecel adalah warung yang dikemas dengan fasilitas bersih, sederhana, nyaman; b. lokasi berada di pinggir jalan Tegal Besar Jember; c. karyawan memiliki sifat ramah, bersih, dan melayani sesuai keinginan dan ketersediaan produk; d. material berupa nasi pecel dengan rasa khas pedas dan sedang terdiri dari nasi, taugé, tempe, rempeyek, telur, empal daging, udang, daun kemangi, timun, lamtoro sesuai permintaan pelanggan serta menu lain selain pecel tersebut yang dapat dibeli dengan harga murah dan terjangkau; e. komunikasi dilakukan dengan santun, sapaan yang ramah dan bersahaja, sesuai tingkatan umur dan performen pelanggan; dan peralatannya menggunakan piring rotan yang diberi daun;

Keandalan; kemampuan menjual jasa dan menyuguhkan produk yang ditawarkan secara handal dan akurat, karena pemilik dan karyawan sudah menyiapkan aneka masakan sejak pukul 2 dinihari, setelah shalat shubuh berjamaah di masjid, pemilik dan karyawan sudah siap dengan menu olahan tersebut dan sesekali menghatamkan al-Qur'an sembari menunggu pembeli yang menghampiri, dengan cekatan dan antrian setiap pelanggan dilayani dengan tertib sesuai urutan kedatangan;

Cepat tanggap; pemilik dan karyawan senantiasa menawarkan menu dan layanan cepat dan tanggap, sehingga pelanggan merasa senang, karena kebutuhan mereka dapat disediakan dan dengan tepat dan cepat;

---

<sup>16</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 9.

<sup>17</sup> Junaidi & Fauzan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jogjakarta: Amara, 2012), 313.

Jaminan; setiap pembeli yang memberikan masukan atau komplain terhadap layanan atau produk yang tidak sesuai akan diganti. Dengan catatan hal tersebut memang betul-betul kesalahan pelayanan atau produk tidak sesuai yang dijanjikan; dan

Empati; perhatian dan kepedulian terhadap konsumen secara individual senantiasa dilakukan dengan ucapan salam, menjawab chatting informasi keberadaan, ucapan terima kasih, menjawab salam, selalu tersenyum dan menyimak ucapan pelanggan.

## **PENUTUP**

Berdasarkan analisis data terhadap peningkatan mutu produk dan jasa di Warung Pecel Power Ranger Tegal besar Jember, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Warung pecel Power Ranger sebagai bentuk usaha mikro dalam strategi pemasarannya telah menerapkan TQM yang berfokus pada jaminan kualitas tempat usaha, produk, dan layanan.
2. Bersikap empatik adalah salah satu inovasi yang dilakukan oleh pemilik warung, perhatian dan kepedulian terhadap konsumen senantiasa dilakukan dalam bentuk ucapan salam dan ucapan terima kasih, menjawab salam, selalu tersenyum dan menyimak ucapan pelanggan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad Ibnu Hambal, *Musnad Ahmad Mukharraja*, Syamilih: ishdar 4.  
*Alquran dan terjemahnya edisi penyempurnaan 2019* Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Baharuddin & Umiarso, (2012). *Kepemimpinan Pendidikan Islam: Antara Teori & Praktik*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media .
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, (2009). *Total Quality Management (TQM)*, Yogyakarta: Andi. Lihat juga dalam J.S. Oakland, 1989, *Total Quality Management*, London: Heinemann Professional Publishing Ltd.,
- Jens J.Dahlgard, *Fundamentals of Total Quality Management Process analysis and improvement*, London and New York, Taylor & Francis Group.
- Junaidi & Fauzan,( 2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Amara.
- Mukhamad Ilyasin & Nanik Nurhayati, (2015). *Manajemen Pendidikan Islam*, 304; lihat juga dalam M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*,
- Nopiri,( 2016). *Pengantar Ekonomi Makro dan Mikro*, Yogyakarta: BPFE .

- Santosa dalam Fakdy dalam Muhith, Abd., (2020). *Manajemen Mutu di Madarasah Ibtidaiyah*, Surabaya: Imtiyaz .
- Sri Minarti, (2011). *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sugiono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945.
- Undang-Undang Republik Indonesia nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.
- Wibowo, sukarno dan Supriyadi, Dedi, (2013). *Ekonomi Mikro Islam* Bandung: Pustaka setia: