

## **BAB I PENDAHULUAN**

Beberapa tahun yang lalu, dari hasil riset sebuah lembaga di Amerika Serikat diketahui bahwa lebih dari 50% produk dan komponen yang dihasilkan oleh perusahaan mempunyai cacat atau kerusakan, dan untuk perusahaan yang bergerak di bidang teknologi tinggi, otomotif, dan aerospace angkanya lebih men-cengangkan lagi yaitu mencapai lebih dari 75%. Komisi Keselamatan Produk Konsumen Amerika bahkan memperkirakan bahwa kematian, kecelakaan, dan kerusakan yang ditimbulkan akibat pemakaian produk konsumen yang tidak sempurna telah membebani negara lebih dari 700 miliar dolar per tahunnya.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut maka tidak mengherankan jika perusahaan-perusahaan saat ini berusaha keras untuk menerapkan sistem manajemen mutu yang diharapkan akan membantu mereka dalam meningkatkan mutu produk/layanan yang dihasilkan, mengontrol biaya-biaya, mengurangi kerusakan dan cacat pada produk, meningkatkan kepuasan konsumen, dan pada akhirnya adalah meningkatkan keuntungan perusahaan.

### **1.1 Mutu**

Setidaknya ada tiga hal mendasar yang sangat mempengaruhi tingkat kesuksesan suatu produk atau layanan di pasaran, yaitu harga, ketersediaan, dan mutu/kualitas. Konsumen sangat membutuhkan produk atau layanan yang bermutu tinggi dan tersedia pada waktu yang dibutuhkan dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang akan diperoleh. Organisasi atau perusahaan akan dapat sukses dan mampu bersaing di pasaran jika tingkat kepuasan pelanggan terhadap pemakaian produk dan layanannya cukup tinggi. Faktor harga dan ketersediaan adalah fitur transient saja, dalam arti pengaruhnya tidak berlangsung lama setelah terjadi transaksi. Lain halnya dengan mutu, yang mempunyai pengaruh dan implikasi yang cukup panjang, karena mutu suatu produk atau layanan ditentukan dari tingkat kesuksesan kegunaan produk atau layanan tersebut selama pemakaiannya (tidak terbatas pada point of sales saja).

Makna mutu atau kualitas suatu produk atau layanan sendiri erat kaitannya dengan: tingkat kesempurnaan, kesesuaian dengan kebutuhan, bebas dari cacat, ketidaksempurnaan, atau kontaminasi, serta kemampuan dalam memuaskan konsumen. Konsumen adalah pihak yang paling tepat dan adil dalam menilai masalah mutu dari

produk atau layanan yang kita sediakan. Sebuah produk atau layanan yang memiliki fitur atau manfaat yang memuaskan kebutuhan konsumen dapat disebut sebagai produk atau layanan yang bermutu, demikian pula sebaliknya, produk atau layanan yang memiliki fitur atau manfaat yang tidak memuaskan kebutuhan konsumen dapat disebut sebagai produk atau layanan yang tidak bermutu. Kita akan dapat menilai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Kita melalui melalui berbagai cara, seperti "feedback" (umpan balik) langsung dari konsumen, atau juga bisa dilihat dari tingkat kerugian penjualan, turunnya market share, dan pada akhirnya adalah kerugian bisnis. Di pasar dengan tingkat persaingan usaha yang sangat ketat, mutu dari suatu produk atau layanan yang ditawarkan akan memiliki peranan yang sangat strategis terhadap perkembangan bisnis.

### **1.2 Sistem Manajemen Mutu**

Mutu yang baik tidak akan dapat diraih hanya dengan mengandalkan keberuntungan semata, tapi mutlak harus dengan cara penerapan manajemen bisnis yang baik. Perusahaan harus mampu untuk menghasilkan dan mempertahankan suatu produk yang bermutu. Untuk itu perlu

adanya manajemen proses yang matang dan rapi di dalamnya.

Sistem manajemen mutu akan memberikan kemampuan kepada perusahaan atau organisasi dalam melakukan kontrol, menciptakan stabilitas, predik-tabilitas, dan kapabilitas bisnis Kita. Dengan adanya sistem mutu diharapkan perusahaan Kita akan lebih terbantu dalam mencapai, mempertahankan, dan meningkatkan mutu produk atau layanan yang Kita sediakan secara ekonomis. Sistem manajemen mutu akan sangat membantu Kita untuk dapat bertindak dengan lebih baik dibanding sebelumnya.

### **1.3 Standarisasi Sistem Mutu**

Ketika Kita membeli suatu produk atau layanan dari suatu perusahaan, Kita tentunya berharap akan mendapatkan produk atau layanan dengan kualitas atau mutu yang persis sama seperti yang mereka janjikan. Jaminan bahwa Kita akan mendapatkan kualitas barang atau layanan yang sesuai dengan harapan Kita tersebut hanya dapat diberikan oleh perusahaan yang telah memiliki sertifikasi suatu standar sistem mutu.

Mengapa standarisasi itu penting? Sebagai pembeli atau pengguna suatu produk tentunya kita akan merasa sangat terganggu dan kecewa ketika produk yang telah dibeli tersebut ternyata memiliki kualitas yang sangat buruk, tidak layak pakai, tidak cocok dengan peralatan yang telah kita miliki sebelumnya, mudah rusak, atau berbahaya jika digunakan. Sebaliknya ketika produk yang dibeli atau digunakan telah memenuhi keinginan dan harapan kita dan tidak menimbulkan masalah selama pemakaiannya, kita kadang merasakan kenyamanan tersebut sebagai hal yang biasa saja. Itulah sebagian gambaran dimana kita terkadang kurang peduli terhadap peran dari suatu standar sistem mutu dalam meningkatkan level kualitas/mutu, keamanan, ketahanan, efisiensi, dan interchangeability dari suatu produk yang kita gunakan. Suatu standar mutu memberikan kontribusi yang sangat besar pada segenap aspek kehidupan kita, walaupun kadang kontribusinya sering tidak kita sadari.

Lantas, peran seperti apa yang dapat dilakukan oleh suatu standar sistem mutu seperti ISO 9000, TS 16949, QS 9000, Six Sigma, dan Malcolm Baldrige dalam membantu kesuksesan suatu perusahaan? Sistem-sistem tersebut merupakan tool atau

alat untuk membantu perusahaan agar bekerja dengan lebih terorganisir serta membantu pengelolaan dan pengontrolan proses bisnis yang berjalan di perusahaan dengan berpegang pada standar mutu yang telah ditetapkan. Sistem mutu seperti ISO 9000, TS 16949, QS 9000, Six Sigma, dan Malcolm Baldrige adalah suatu sistem yang telah teruji dan terbukti luas di dunia. Salah satu keuntungan penerapan suatu sistem mutu tersebut yaitu Kita tidak perlu lagi membuat suatu standar sistem mutu baru, yang perlu Kita lakukan hanyalah mengadaptasi sistem tersebut untuk disesuaikan dengan model bisnis dan kondisi perusahaan Kita. Pemilihan suatu sistem mutu yang akan kita adopsi sangat ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah regulasi perusahaan, sasaran bisnis, konsumen dan target pasar, bidang usaha, dan skala bisnis perusahaan.

Dengan penerapan suatu sistem mutu tertentu seperti ISO 9000, QS-9000, atau yang lain, tentunya akan membawa dampak positif bagi bisnis Kita, yaitu meningkatkan dan menjamin mutu dari produk atau layanan yang dihasilkan sehingga pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau layanan yang kita sediakan. Mutu suatu produk/layanan dapat dijamin karena sistem

secara otomatis akan berusaha mengontrol dan mencegah setiap potensi timbulnya ketidaksesuaian atau penyimpangan pada seluruh tahapan supply chain. Hal ini juga akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yaitu akan terhindarnya pemborosan anggaran, meminimalisasi biaya-biaya, dan pada akhirnya adalah meningkatnya keuntungan perusahaan secara signifikan.