

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Mutu.

1. Pengertian Mutu

Mutu merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, bukan oleh pemasaran atau manajemer perusahaan. Dasar dari pada mutu adalah pengalaman secara nyata peilanggan terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan pelanggan tersebut, disadari atau hanya dirasakan, baik yang bersifat subyektif dan selalu bergerak mewakili sasaran yang bergairah dalam pasar penuh persaingan.

Dalam mutu pengukuran bertujuan untuk menentukan dan mengevaluasi hingga derajat atau tingkat mana suatu produk atau jasa dapat memenuhi standar yang diinginkan oleh pelanggan, misalnya : kehandalan (kualitas), kemampuan service, kemudahan pemeliharaan yang terkadang dipakai sebagai definisi produk. Sasaran utamanya adalah kepuasan pelanggan, karena pelanggan merupakan urat nadi bagi kelangsungan hidup bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila mutu (kualitas) produk atau jasa, pelayanan dan penyerahan barang sesuai dengan keinginan pelanggan. Dengan kata lain pelanggan menilai kualitas perusahaan dari setiap produk atau jasa yang dihasilkannya.

Di bawah ini dikemukakan pengertian kualitas dari para pakar.

Menurut **Juran** (1993 : 32), kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Kecocokan penggunaan itu didasarkan pada lima ciri utama berikut.

- a. Teknologi, yaitu kekuatan atau daya tahan.
- b. Psikologis, yaitu citra rasa atau status.
- c. Waktu, yaitu kehandalan.
- d. Kontraktual, yaitu adanya iaminan.
- e. Etika, yaitu sopan santun, ramah atau jujur.

Kecocokan penggunaan suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, tidak mudah rusak, adanya jaminan kualitas (*quality assurance*), dan sesuai etika bila digunakan. Khusus untuk jasa diperlukan pelayanan kepada pelanggan yang ramah, sopan, serta jujur sehingga dapat menyenangkan atau memuaskan pelanggan.

Kecocokan penggunaan produk seperti dikemukakan di atas memiliki dua aspek utama, yaitu ciri-ciri produknya memenuhi tuntutan pelanggan dan tidak memiliki kelemahan.

Menurut Deming dalam M.N Nasution (2001 : 16), kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar. Deming mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen.

Perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.

Menurut Feigenbaum dalam (1992:19), kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.

Menurut Garvin dalam M.N Nasution (2001:16), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Mutu produk dapat didefinisikan dalam berbagai pendapat, tergantung dari sudut pandang pemakai. Suatu produk dikatakan bermutu apabila memenuhi persyaratan seperti yang ditulis Brian Rothery (1993:12). dalam bukunya sebagai berikut: "Mutu artinya cocok dengan

maksudnya. Produk yang dibuat sesuai dengan persyaratan, artinya produk dibuat dan didesain untuk melaksanakan tugas dengan baik.”

Terdapat unsur produk yang dipakai dalam mengukur sifat mutu suatu produk secara langsung. Unsur itu antara lain:

a. Harga yang wajar.

Produk yang diinginkan adalah produk dengan mutu terbaik, yang dapat memenuhi tuntutan konsumen agar dapat dimanfaatkan serta dengan harga yang wajar.

b. Ekonomi.

Konsumen mencari sifat ekonomi seperti kebutuhan energi, kemungkinan rusak minimal, pemeliharaan dan biaya pengamanan sekecil mungkin, serta penggunaan yang luas.

c. Awet

Pemakai mengharapkan produk terbuat dari bahan yang awet dan tahan terhadap perubahan.

d. Aman.

Produk diharapkan aman untuk digunakan dan tidak membahayakan kehidupan atau anggota badan

e. Mudah digunakan.

Produk dirancang untuk memenuhi kebutuhan tanpa memerlukan pelatihan khusus terlebih dahulu.

f. Mudah dibuat.

Produk dibuat dari bahan yang mudah diperoleh dan disimpan serta mudah proses produksinya.

g. Mudah dibuang.

Pada masyarakat yang padat populasinya, sebuah produk yang tidak digunakan lagi dapat dibuang begitu saja. Biaya pembuangan merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam menciptakan produk.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi mutu

Menurut A. V. Feigenbaum (1992:24), mutu produk secara langsung dipengaruhi oleh sembilan faktor dasar, yang dikenal dengan istilah "9 M's" yang terdiri dari:

a. Pasar (*Market*)

Semakin banyak dan bervariasi produk baru dan yang lebih baik dipasarkan, akibatnya bisnis harus lebih fleksibel dan mampu merubah arah dengan cepat.

b. Uang (*Money*)

Biaya mutu adalah salah satu titik lunak dimana biaya operasi dan kerugian dapat ditekan untuk memperbaiki laba.

c. Manajemen (*Management*)

Tanggung jawab mutu telah didistribusikan secara menyeluruh kepada semua bagian dan tingkatan manajemen.

d. Manusia (*Man*)

Pekerja yang dibutuhkan sekarang ini adalah yang memiliki pengetahuan khusus.

e. Motivasi (*Motivation*)

Pengakuan yang positif bahwa secara pribadi pekerja turut memberi sumbangan demi tercapainya tujuan perusahaan, dapat meningkatkan motivasi pekerja.

f. Bahan (*Material*)

Material harus diperiksa sedemikian rupa sehingga layak untuk diproses. Pemeriksaan atas spesifikasi yang semakin ketat dapat menurunkan biaya secara efektif.

g. Mesin dan Mekanisasi (*Machines and Mechanization*)

Keinginan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan peningkatan volume produksi, mendorong penggunaan perlengkapan pabrik yang sempurna.

h. Metode Informasi Mutakhir (*Modern Information Method*)

Evolusi teknologi komputer yang cepat membuka kemungkinan untuk mengumpulkan, menyimpan dan mengambil kembali dan memanipulasi informasi.

i. Persyaratan Proses Produksi (*Mounting Product Requirement*)

Kemajuan dalam rekayasa rancangan memerlukan kendali yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan.

B. Fungsi Pengendalian Mutu

Dalam produksi, Pengendalian Mutu berfungsi untuk menjamin produk-produk yang dihasilkan akan mempunyai kualitas yang sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan.

Untuk memenuhi fungsi ini, Pengendalian Mutu mempunyai 3 (tiga) fungsi utama, yaitu:

1. Fungsi Inspeksi:

Yang mengarah kepada pengujian produk, untuk menentukan apakah produk dapat di terima atau di tolak.

2. Fungsi Kontrol:

Fungsi ini ditekankan kepada cara-cara preventif untuk mencegah terjadinya defektif atau cacat, karena proses produksi selalu cenderung menghasilkan mutu yang berubah-ubah. Ini berarti selalu terjadi kecenderungan bahwa produk yang dihasilkan ingin menyimpang dari spesifikasi yang telah ditentukan. Penyimpangan-penyimpangan ini terjadi karena adanya variabilitas dalam proses.

3. Fungsi Appraisal (Fungsi Penilaian) demi andalan mutu:

Fungsi staff yang melayani top management, yang berdasarkan laporan-laporan yang diterima tentang hal-hal yang terjadi dalam perusahaan, maupun tentang keluhan pemakai. Appraisal dilakukan sebagai penilai terhadap apa yang telah dan sedang terjadi untuk menentukan kebijaksanaan selanjutnya.

C. Arti dan Tujuan Pengendalian Mutu Terpadu

1. Arti dan Tujuan Pengendalian Mutu

Menurut definisi Sofyan Assauri (1993:274), pengendalian mutu adalah :

“Usaha untuk mempertahankan mutu atau kualitas dari barang yang dihasilkan agar sesuai dengan spesifikasi produk yang telah ditetapkan berdasarkan kebijaksanaan pimpinan perusahaan”.

Menurut Sofyan Assauri tujuan dari pengendalian mutu adalah :

- a. Agar barang hasil produksi dapat mencapai mutu yang telah ditetapkan.
- b. Mengusahakan agar biaya inspeksi rendah.
- c. Mengusahakan biaya desain produk dan desain proses dengan mutu tertentu pada tingkat rendah.
- d. Mengusahakan biaya produksi rendah.

2. Pengertian Pengendalian Mutu Terpadu

Menurut A. V. Feigenbaum (1992:34) dalam bukunya “Kendali Mutu Terpadu” mendefinisikan sebagai berikut :

“Suatu sistem yang efektif dalam menyatukan usaha pengembangan mutu, pemeliharaan mutu dan perbaikan mutu pada grup-grup dalam organisasi sehingga dapat menghasilkan produk/jasa dengan tingkat paling ekonomis dan mengizinkan untuk kepuasan penuh dari pelanggan”.

Dapat kita lihat bahwa mutu dikendalikan tidak hanya pada akhir produksi. Dengan perkembangan teknologi dan pemikiran maka konsep pengendalian mutu menjadi luas. Pengendalian mutu tidak hanya mengenai proses produksi saja tetapi menuju manajemen secara keseluruhan.

D. Unsur Pengendalian Mutu Terpadu.

Pengendalian mutu terpadu merupakan sebagai lingkaran yang bermula dan berakhir dengan perencanaan, yang dikenal dengan nama "Quality Circle" dimana setiap akan memutuskan untuk melaksanakan suatu kegiatan harus dimulai dengan perencanaan, bekerja sesuai rencana, meninjau hasil, dan menelusuri prosedur kerja dari hasil yang tidak sesuai rencana. Terdapat empat elemen yang merupakan unsur pengendalian yaitu :

1. Merencanakan (*Plan*)

Menetapkan rencana atau standar mencapai sasaran. Agar mencapai pengendalian efektif, harus dibuat perencanaan terhadap desain.

2. Melaksanakan (*Do*)

Melaksanakan rencana atau pekerjaan yang telah disusun pada awal pengendalian.

3. Memeriksa (*Check*)

Menentukan pengukuran yang dilakukan terhadap hasil dengan standar yang dapat diperbandingkan.

4. Tindakan (*Action*)

Tindakan perbaikan dilakukan bila hasil yang dicapai tidak sesuai dengan rencana awal.

E. Perencanaan Sistem Pengendalian Mutu

Langkah-langkah yang dilakukan dalam merencanakan suatu sistem pengendalian mutu, yaitu :

a. Penerimaan bahan dari pemasok

Penerimaan yang dimaksud adalah penerimaan atas bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Penerimaan penting untuk dikendalikan, bahan baku merupakan unsur yang mempengaruhi produk. Pengendalian ini dilakukan atas material langsung, material tidak langsung, dan material yang dipasok pemesan. Pengendalian pada penerimaan dilakukan dengan cara :

- 1) Pengendalian atas pemasok yang memenuhi syarat, dimana bahan baku harus sesuai dengan gambar, spesifikasi, dan permintaan pembelian.
- 2) Bahan baku dipesan berdasarkan spesifikasi teknik yang tercantum dalam kontrak dan pesanan pembelian yang harus didokumentasikan.

- 3) Adanya metode jaminan mutu yang menjadi tanggung jawab pemasok.
- 4) Adanya ketetapan penyelesaian bila terjadi perselisihan mutu.
- 5) Adanya dokumentasi dan identifikasi atas bahan baku.

b. Pengendalian dan proses produksi

Pengendalian proses produksi bertujuan untuk menjamin bahwa proses produksi berjalan lancar sesuai dengan mutu yang telah ditetapkan. Hal-hal yang perlu diperhatikan yaitu :

- 1) Adanya rencana mutu yang dimengerti oleh karyawan sehingga memudahkan dalam tugasnya.
- 2) Pengawasan yang optimal oleh bagian yang berwenang sehingga sesuai dengan rencana.
- 3) Adanya sarana pendukung dan perlengkapan yang memadai.
- 4) Adanya tenaga kerja yang terlatih.
- 5) Adanya proses khusus yang harus dilakukan, proses khusus adalah proses produksi yang memerlukan pertimbangan dan keahlian khusus.
- 6) Adanya pencegahan dan perbaikan kerusakan.
- 7) Pengidentifikasian produk secara lengkap dan jelas sehingga mudah untuk ditelusuri dan ditindaklanjuti bila perlu.

c. Inspeksi dan tes produk akhir

Rencana mutu atau prosedur yang terdokumentasi untuk inspeksi dan pengetesan yang ditentukan baik pada penerimaan produk maupun

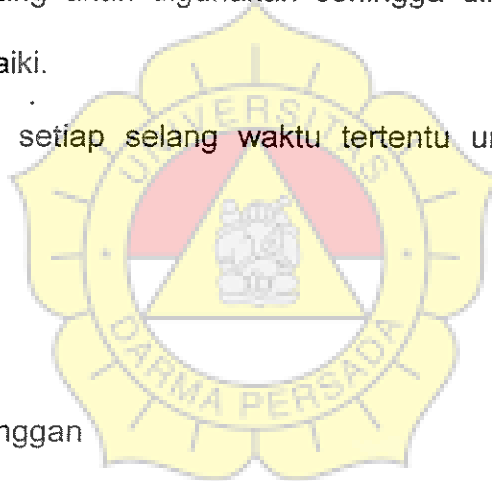
produk selama proses harus telah dilaksanakan dan datanya memenuhi persyaratan yang ditentukan. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mengendalikan produk akhir adalah :

- 1) Melakukan inspeksi dan tes terhadap produk akhir, apakah baik atau tidak.
 - 2) Membuat dokumentasi dan verifikasi status produk bahwa produk telah lulus inspeksi atau tidak dengan kriteria penerimaan yang telah ditentukan.
 - 3) Memisahkan barang yang tidak sesuai dan mencegah penggunaan lebih lanjut sampai pemindaahaan yang tepat diputuskan.
 - 4) Orang yang berwenang meninjau yang tidak sesuai untuk menentukan apakah barang tersebut dapat dipakai atau dibuang.
- d. Pengendalian dan perawatan peralatan.
- 1) Dokumentasi atas jenis, jumlah, dan cara perawatan mesin sehingga bagian produksi dapat melakukan pemeliharaan mesin dan perawatan.
 - 2) Pemeliharaan dan perbaikan mesin dilakukan secara teratur sesuai dengan jadwal pemeliharaan mesin.
 - 3) Pengoperasian mesin produksi oleh orang yang terlatih.
 - 4) Pengawasan atas pengoperasian mesin oleh bagian yang berwenang.
- e. Pengetesan dan Pengujian alat ukur.

Alat ukur yang digunakan untuk menguji dites dan diuji fungsi dan ketepatannya setiap jangka waktu tertentu agar produk yang

dihasilkan dapat dipertanggung jawabkan. Hal-hal yang perlu diperhatikan yaitu :

- 1) Alat ukur yang digunakan dalam pengetesan produk dicatat jenis dan jumlahnya dalam suatu formulir dan disimpan oleh bagian yang berwenang.
- 2) Tingkat ketelitian alat ukur dan daya tahan serta kekuatan alat ukur yang dipakai sebagai standar pengujian dicatat dalam suatu catatan untuk menguji alat yang akan digunakan sehingga diketahui kapan harus diuji dan diperbaiki.
- 3) Alat ukur harus diuji setiap selang waktu tertentu untuk menjaga tingkat ketelitiannya.



F. Klaim Pelanggan

a. Pengertian Klaim Pelanggan

Pengertian klaim pelanggan menurut Milind M. Lele dan Jagdish N. Sheth (1997 ; 6) adalah "Keinginan dan kebutuhan pelanggan yang tidak terpenuhi setelah membeli barang."

Menurut Michael Le Bouef, (1994:69) adalah

"Keluhan dimana memperlihatkan bidang-bidang yang membutuhkan perbaikan. Keluhan adalah kesempatan kedua untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan yang kecewa. Keluhan adalah suatu peluang luar biasa untuk memperkuat loyalitas pelanggan."

Sedangkan pengertian klaim pelanggan menurut J.M. Turan (1995:6) adalah: **“Terjadi karena kegagalan produk yang mengakibatkan ketidakpuasan atau kekecewaan terhadap produk”**.

Klaim pelanggan terjadi pada umumnya refleksi dari keterbatasan-keterbatasan perusahaan sendiri dan untuk itu perlu dipahami keterbatasan-keterbatasan itu, sehingga harapan-harapan pelanggan berada dalam batas-batas apa yang dapat diberikan.

b. Manfaat Klaim Pelanggan

Secara keseluruhan klaim pelanggan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan seperti:

- 1) Sebagai indikator kinerja perusahaan dalam menghasilkan produk terhadap mutu.
- 2) Merupakan umpan balik bagi perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggan.
- 3) Dasar dari pelaksanaan pencegahan dan perbaikan mutu produk untuk jangka panjang.

Oleh karena itu untuk melakukan pengendalian mutu diukur dari proses pembelian bahan baku sampai dengan produk akhir.

Langkah-langkah yang dilakukan antara lain

- a) Pemeriksaan dengan teliti terhadap semua pembelian dan pemasukan bahan baku.
- b) Pemeriksaan dengan teliti terhadap jalannya proses produksi.

c) Pemeriksaan dengan testing terhadap produk akhir.

Tujuannya antara lain adalah:

- a) Untuk melakukan pencegahan terhadap kemungkinan produk rusak dan bukan untuk perbaikan.
- b) Mengendalikan standar mutu produksi.
- c) Membantu menentukan penyebab kerusakan dan mencari pemecahan masalah.
- d) Meminimumkan biaya pabrikan.
- c. Mutu yang diinginkan oleh pelanggan

Kualitas barang akan dipengaruhi oleh setiap langkah dalam siklus suatu kegiatan, dalam arti proses sekarang akan mempengaruhi proses berikutnya (*next process*) oleh karena itu pendekatan kualitas secara menyeluruh melibatkan semua bagian.

Pada umumnya mutu yang diinginkan atau yang diharapkan oleh pelanggan adalah mutu yang berkualitas baik serta dengan harga yang terjangkau. Untuk menjaga suatu mutu yang berkualitas baik dan harga yang terjangkau oleh konsumen perlu diperhatikan beberapa segi yaitu;

a) Produk bermutu (Quality)

Tingkat kualitas produk ini menyatakan karakteristik atau kualitas secara fisik maupun daya guna (*performant*) dari kendaraan yang diproduksi.

b) Jaminan keselamatan (Safety)

Produk yang telah dikeluarkan oleh perusahaan harus benar-benar telah terjamin keamanannya, sehingga peran di dalam proses pengawasan disini sangat memegang peranan penting. Karena semua pelanggan sangat mengharapkan keamanan terhadap produk yang digunakannya.

Apalagi kendaraan otomotif yang segi keamanannya menyangkut dengan jiwa, maka harus dipastikan terhadap hal-hal yang terjadi menyangkut keamanan pada saat pemakaian seperti, fungsi kerja setiap komponen semua baik, sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

d. Harga yang sesuai (Cost)

Dalam persaingan atau kompetisi yang tajam, sales market dapat berubah karena dipengaruhi oleh nilai atau value dari produk dengan harga yang kompetitif atau harga yang dapat terjangkau. Jadi perusahaan harus benar-benar dapat mempertimbangkan seberapa besar tingkat kualitas dari produknya yang sesuai dengan harga yang diberikan kepada produk tersebut.

e. Pengiriman tepat dalam jumlah, jenis, dan waktu (Deelivery).

Aspek ini sangat penting untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan harus dapat mengirim atau menyampaikan kepada

pelanggan tepat dalam jumlah, jenis, dan waktu, tanpa mengesampingkan jaminan kualitas yang sesuai dengan permintaan.

Karena pengiriman merupakan salah satu bentuk service terhadap pelanggan, jika service ini tidak dapat memuaskan pelanggan, maka pelanggan akan kecewa dan menilai negatif terhadap perusahaan dan akhirnya pelanggan akan mencari alternatif kepada produk yang lain. Hal ini berarti perusahaan harus benar-benar memperhatikan kualitas dari pengiriman kepada pelanggan.

