

# **Makalah**

## **Pencapaian Mutu**

Untuk memenuhi salah satu tugas Manajemen Operasional

Dosen pengampu : Mia Kusmiati,SE.,MM.,CT.,MOS.,MCE



**Disusun oleh :**

**Darisman 201100063**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GARUT**

**STIE YASA ANGGANA**

**2021/2022**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya, terutama nikmat kesempatan dan kesehatan sehingga kami bisa menyelesaikan makalah mata kuliah "Manajemen Operasional". Shalawat serta salam kita sampaikan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman hidup yaitu Al-Qur'an serta sunnah untuk keselamatan umatnya di dunia ini. Makalah ini dibuat karena merupakan salah satu tugas mata kuliah Manajemen Operasional di program studi Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana . Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih yang kepada Ibu Mia Kusmiati,SE.,MM.,CT.,MOS.,MCE, selaku dosen pembimbing mata kuliah Manajemen Operasional dan kepada segenap pihak yang sudah memberikan bimbingan serta arahan selama proses penulisan makalah ini Penulis menyadari jika terdapat banyak kekurangan didalam penulisan makalah ini, maka dari itu penulis mengharapkan sebuah kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi kesempurnaan makalah ini.

Garut, 20 Juni 2022

Darisman

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	1
1.3 Tujuan.....	1
BAB II PEMBAHASAN .....	2
2.1 Pengertian Manajemen Mutu .....	2
2.2 Pengertian Kualitas Desain .....	11
2.3 Macam-macam Model Desain.....	13
2.4 Tujuan dan kualitas desain .....	14
2.5 Pengertian Kualitas dan Kesesuaian.....	15
BAB III PENUTUP .....	21
3.1 Kesimpulan.....	21
3.2 Saran.....	21
DAFTAR PUSTAKA .....	22

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Keputusan penting dalam manajemen operasional adalah menentukan desain produk seperti apa yang akan dihasilkan perusahaan. Mengapa demikian? Hal ini dikarenakan kegiatan dari manajemen operasional adalah melakukan transformasi input menjadi output, sehingga apa saja tindakan transformasi yang akan dilakukan mengacu pada output yang seperti apa atau bagaimana yang akan dihasilkan perusahaan. Berkaitan dengan keputusan desain adalah keputusan dalam menentukan kualitas seperti apa yang akan diwujudkan oleh perusahaan. Hal ini merupakan konsekuensi logis bagi perusahaan yang ada, mengapa demikian? Jawabannya cukup sederhana yaitu pada kenyataan dalam dunia bisnis terjadi persaingan artinya setiap perusahaan yang menghasilkan produk baik berupa barang maupun jasa hampir selalu menghadapi persaingan dari perusahaan lain. Sehingga agar dapat mempertahankan diri dalam dunia persaingan secara jangka panjang maka kualitas merupakan konsep penting yang harus dipahami oleh manajer operasional dalam menjalankan aktifitasnya.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Definisi Pencapaian Mutu?
2. Apa pengertian Kualitas Desain?
3. Bagaimana macam-macam Model Desain?
4. Apa tujuan dari Kualitas Desain?
5. Apa pengertian Kualitas dan Kesesuaian?

### **1.3 Tujuan**

1. Untuk mengetahui definisi pencapaian mutu.
2. Untuk mengetahui pengertian kualitas desain
3. Supaya bisa membedakan macam-macam model desain.
4. Untuk mengetahui tujuan kualitas desain.
5. Agar dapat mengetahui pengertian kualitas dan kesesuaian.

## **BAB II**

### **PEMBAHASAN**

#### **2.1 Pengertian Manajemen Mutu**

Manajemen mutu adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk menjaga tingkat kualitas yang diinginkan oleh perusahaan. Tindakan ini mencakup rangkaian aktivitas lain seperti menentukan standar kualitas, peraturan yang diperlukan, dan aspek lain yang dapat menentukan kualitas produk atau jasa. Tujuan utamanya adalah untuk jangka panjang, agar meningkatkan kepuasan pelanggan dan customer loyalty stabil atau bahkan terus meningkat.

#### **DEFINISI MUTU MENURUT PARA AHLI**

1. Nomi Preffer dan Anna Coote bahwa mutu adalah konsep yang licin (a slippery concept)
2. Edward Sallis, kualitas adalah sesuatu yang tarik menarik antara sebagai konsep yang absolut dan relatif.
3. Hence, "The quality of a product or service is the fitness of that product or service for meeting its intended use as required by the customer." "Kualitas dari suatu produk atau jasa adalah kelayakan atau kecocokan dari produk atau jasa tersebut untuk memenuhi kegunaannya sehingga sesuai dengan yang diinginkan oleh customer."
4. Lovelock mendefinisikan kualitas sebagai tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
5. Kotler (2007) Kualitas dapat juga didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.
6. Cateora dan Graham (2007: 39), menurut mereka mutu (quality) dibedakan ke dalam dua dimensi : kualitas dari perspektif pasar dan kualitas kinerja. Keduanya merupakan konsep penting, namun pandangan konsumen atas kualitas produk lebih

banyak berhubungan dengan kualitas dari perspektif pasar dibandingkan dengan kualitas hasil.

7. Christina (2004), mutu secara umum dapat diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan satu atau lebih karakteristik yang diharapkan terdapat dalam barang atau jasa tertentu.

8. Edward dan Sallis (1993) definisi relative mengenai mutu tersebut mengandung dua aspek, yaitu pertama adalah menyesuaikan diri dengan spesifikasi, kedua memenuhi kebutuhan pelanggan

9. Schuler dan Harris, 1992: 21) mutu produk dapat disimpulkan sebagai kecocokan penggunaan produk (fitness for use), artinya produk dan layanan harus melakukan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan

A. Pengertian manajemen mutu (Total Quality Management) menurut para ahli

1. Pengertian manajemen mutu (Total Quality Management) menurut Nasution (2001) Total Quality Management adalah perpaduan semua fungsi ke dalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, team work, produktivitas dan pengertian serta kepuasan pelanggan.

2. Pengertian manajemen mutu (Total Quality Management) menurut Santoso yang dikutip oleh Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (1998) yang mengatakan bahwa “ TQM merupakan sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi”.

3. Pengertian manajemen mutu (Total Quality Management) menurut Gaspersz (2005 ) menyatakan bahwa : Manajemen mutu terpadu merupakan pendekatan Manajemen sistematis yang berorientasi pada organisasi, pelanggan dan pasar melalui kombinasi menciptakan peningkatan secara signifikan dalam kualitas, produktivitas manajemen adalah merupakan antara pencarian fakta praktis dan penyelesaian masalah, guna menciptakan peningkatan secara signifikan dalam kualitas, produktivitas dan kinerja lain dari organisasi.

4. Pengertian manajemen mutu (Total Quality Management) menurut Fandy Tjiptono dan AnastasiaDiana (1998) menyatakan pula bahwa “ Total Quality Management merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya.
5. Pengertian manajemen mutu (Total Quality Management) menurut Ishikawa (1992) manajemen mutu terpadu adalah : Sistem manajemen yang menempatkan mutu sebagai strategi usaha, melibatkan setiap fungsi dan anggota organisasi dalam upaya peningkatan mutu dan berorientasi sepenuhnya pada kepuasan pelanggan dan karyawan.
6. Pengertian manajemen mutu (Total Quality Management) menurut Hadari Nawari (2005:46) Manajemen Mutu Terpadu adalah manajemen fungsional dengan pendekatan yang secara terus menerus difokuskan pada peningkatan kualitas, agar produknya sesuai dengan standar kualitas dari masyarakat yang dilayani dalam pelaksanaan tugas pelayanan umum (public service) dan pembangunan masyarakat (community development).
7. Pengertian manajemen mutu (Total Quality Management) menurut Edward Sallis (1993:13) bahwa “Total Quality Management is a philosophy and a methodology which assist institutions to manage change and set their own agendas for dealing with the plethora of new external pressures.” Pendapat di atas menekankan pengertian bahwa manajemen mutu terpadu merupakan suatu filsafat dan metodologi yang membantu berbagai institusi dalam mengelola perubahan dan menyusun agenda masing-masing untuk menanggapi tekanan-tekanan faktor eksternal.
8. Pengertian manajemen mutu (Total Quality Management) menurut Patricia Kovel-Jarboe (1993) mengutip Caffee dan Sherr menyatakan bahwa manajemen mutu terpadu adalah suatu filosofikomprehensif tentang kehidupan dan kehidupan dan kegiatan organisasi yang menekankan perbaikan berkelanjutan sebagai tujuan fundamental untuk meningkatkan mutu, produktivitas, dan mengurangi

pembiayaan. Adapun istilah yang bersamaan maknanya dengan TQM adalah continuous quality improvement (CQI) atau perbaikan mutu berkelanjutan. Tetapi TQM memfokuskan proses atau sistem pencapaian tujuan organisasi.

## 1. Komponen Manajemen Mutu

Dalam Manajemen mutu ada berapa komponen seperti dibawah ini.

### A. Quality planning

Quality planning merupakan proses pembuatan standar kualitas dan cara mencapainya. Tanpa quality planning, tidak ada benchmark yang jelas, sehingga bisa saja kualitas yang dihasilkan berbeda-beda. Jadi, komponen ini adalah semacam tonggak atau pangkal utama yang harus dijalankan agar komponen lain dapat terlaksana dengan optimal.

### B. Quality improvement

Seperti namanya, quality improvement ditujukan memang untuk meningkatkan kualitas produk atau jasa yang sedang diproduksi oleh perusahaan. Peningkatan kualitas berfokus pada proses produksi. Biasanya, peningkatan kualitas ini dijalankan di tengah-tengah produksi, agar proses lebih optimal dan produk yang dihasilkan bisa dipercaya kualitasnya.

### C. Quality Control.

Quality control merupakan pengawasan proses guna menjaga kualitas produksi, agar sesuai dengan standar yang ditetapkan di awal. Perbedaannya dengan quality improvement adalah quality control lebih berfokus ke pengawasan proses produksi dan produk yang dihasilkan, bukan mengubah prosesnya.

### D. Quality Assurance

Quality assurance adalah tindakan yang dilakukan untuk memastikan bahwa produk atau jasa sudah memenuhi standar yang ditentukan. Tujuannya adalah agar ketika dijalankan quality control, tidak terlalu banyak produk yang harus diperbaiki.

## 2. Proses Manajemen Mutu



Di dalam manajemen mutu, ada beberapa tahapan maupun proses yang perlu dilakukan yaitu :

#### A. Perencanaan dan Strategi Mutu

Untuk mencapai suatu tujuan, diperlukan proses perencanaan dan strategi yang matang agar keputusan-keputusan yang diambil dapat lebih terarah dan sesuai. Hal ini juga berlaku di dalam dunia bisnis. Untuk melaksanakan, harus diawali dengan perencanaan yang baik. rencana dan strategi yang dibuat pun juga harus memiliki struktur tahapan atau proses yang tepat. Hal ini dilakukan agar kualitas mutu yang diinginkan dapat tercapai dan memenuhi standar yang berlaku. Selain itu, di dalam tahap perencanaan strategi ini juga perlu dilakukan analisis untuk mengetahui kebutuhan dari konsumen atau pelanggan agar membantu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk maupun jasa yang dihasilkan.

#### B. Implementasi Perencanaan Mutu

Setelah melakukan perencanaan strategi yang matang, implementasi mutu diperlukan untuk mengaplikasikan hasil rancangan yang sudah dibuat. Di dalam proses implementasi mutu, ada hal yang perlu diperhatikan, seperti standar pengerjaan atau pembuatan produk, dan pengecekan kualitas mutu. Jika sudah sesuai dengan standar mutu yang digunakan oleh perusahaan, barulah produk maupun hasil akan diberikan dan disebarluaskan kepada para konsumen di luar.

#### Model Manajemen Mutu

Model manajemen mutu muncul karena adanya usaha eksplanasi kontinu yang diturunkan dari perkembangan pengukuran dan manusia untuk berusaha menerapkan prinsip-prinsip secara keinginan peningkatan mutu pada cakupan yang lebih abstrak. Rusman menyebutkan ada tiga orang ahli yang memberikan sumbangan tentang model pengembangan kualitas/mutu, yaitu W. Edward Deming, Philip B. Crosby, dan Jseph M. Juran. Masing masing ahli tersebut mengembangkan modelnya berkenaan dengan pengembangan mutu.

A. Menurut W Edward Deming terdapat empat belas poin penting yang dapat membawa/membantu manager mencapai perbaikan dalam kualitas yaitu:

1. Rumuskan dan umumkan kepada semua staf, maksud dan tujuan lembaga/organisasi/sekolah
2. Mempelajari dan melaksanakan filosofi baru, baik oleh pemimpin maupun staf
3. Memahami tujuan inspeksi, yaitu untuk memperbaiki proses dan menekan biaya
4. Mengakhiri praktik kegiatan yang menggunakan penghargaan berdasarkan angka/uang saja
5. Memperbaiki secara konstan dan terus-menerus, kapan pun
6. Membudayakan dan melembagakan pendidikan dan pelatihan
7. Mengajarkan dan melembagakan kepemimpinan
8. Menjauhkan rasa ketakutan, ciptakan kepercayaan diri dan iklim yang mendukung inovasi.
9. Mengoptimalkan tujuan lembaga, teamwork, dan kelompok
10. Menghilangkan tekanan-tekanan yang menghambat perkembangan pegawai
11. Menghilangkan kuota berdasarkan angka-angka, tetapi secara kontinu melembagakan perbaikan (remedial)
12. Menghilangkan hambatan yang membuat pegawai tidak merasa bangga akan tugasnya.
13. Mendukung pendidikan dan peningkatan prestasi setiap orang
14. Melaksanakan tindakan/kegiatan untuk mencapai tujuan atau 16 Deming sangat dikenal dengan filosofi manajemennya dan banyak sasaran.

Diadopsi oleh manajemen secara umum. Bahkan dalam filosofi organisasi belajar, konsep tersebut berkembang luas. Deming dikenal dengan konsep PDCA yang dilaksanakan dalam continuous quality dengan konsep PDCA yang dilaksanakan dalam continuous quality improvement.

B. Model Philip B. Crosby. Ahli manajemen Crosby memperkenalkan empat hal penting dalam manajemen mutu, keempat fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Definisi mutu. mutu adalah kesesuaian dengan kebutuhan
  2. Sistem pencapaian mutu. sistem ini merupakan pendekatan rasional untuk mencegah cacat dan kesalahan.
  3. Standar kinerja. Standar kinerja organisasi/lembaga yang mempunyai orientasi mutu adalah tidak ada kesalahan.
  4. Pengukuran. Pengukuran kinerja yang digunakan adalah biaya mutu. Crosby menekankan biaya mutu seperti biaya peneluaran, persediaan, inspeksi, dan pengujian.
- C. Model Joseph M. Juran Menurut Juran Kualitas adalah kesesuaian untuk penggunaan (fitness for use), ini berarti bahwa suatu produk atau jasa hendaklah sesuai dengan apa yang diperlukan atau diharapkan oleh pengguna. Lebih jauh Juran memperkenalkan dua proses kualitas/mutu. Kedua proses tersebut adalah sebagai berikut;
1. Perencanaan mutu (quality planning), meliputi: identitas pelanggan, menentukan kebutuhan pelanggan, mengembangkan karakteristik hasil yang merupakan tanggapan terhadap proses kebutuhan pelanggan, menyusun sasaran mutu, mengembangkan proses yang dapat menghasilkan produk/jasa yang sesuai dengan karakteristik tertentu, dan memperbaiki atau meningkatkan kemampuan proses.
  2. Penjaminan mutu (quality control) terdiri dari: memilih dasar pengendalian, menentukan pengukuran, menyusun pengukuran, menyusun standar kerja, mengukur kinerja yang sesungguhnya/yang terjadi, menginterpretasikan perbedaan.

Manajemen mutu sendiri memiliki beberapa tujuan yang diharapkan dapat tercapai di dalam prosesnya. Yaitu :

1. Menetapkan Visi dan Standar kerja bagi para anggota suatu organisasi atau badan usaha
2. Membangun motivasi dan budaya kerja di dalam organisasi maupun badan usaha

3. Membantu meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan perusahaan baik dari anggota maupun pelanggan atau klien.
4. Memberikan inovasi atau pengembangan lebih lanjut dari perusahaan atau organisasi itu sendiri.

#### Pentingnya Pengendalian Mutu

Pengendalian mutu agar dapat berkembang sekaligus stabil sangat diperlukan, sebab mutu sangatlah penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi (Dorothea1999.3-5):

1. Reputasi perusahaan

Perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan suatu produk dan jasa yang bermutu akan mendapat predikat sebagai organisasi yang mengutamakan mutu. Oleh karena itu, perusahaan atau organisasi itu dikenal oleh masyarakat luas dan mendapat nilai "lebih" di mata masyarakat. Karena nilai "lebih" itulah maka perusahaan atau organisasi tersebut dipercaya oleh masyarakat.

2. Penurunan biaya

Dalam paradigma lama, untuk menghasilkan suatu produk bermutu selalu membawa dampak pada peningkatan biaya. Suatu produk yang bermutu selalu identik dengan harga mahal. Hal ini jelas terjadi karena penghasil produk atau jasa tersebut masih menganut paradigma lama, dan membuat produk dan jasa dengan tidak melihat kebutuhan konsumen. Produk yang dihasilkan tersebut dibuat sesuai dengan kemampuan perusahaan, sehingga standar mutu yang digunakan juga hanya ditetapkan oleh pihak perusahaan. Kondisi demikian membuat produk dan jasa yang dihasilkan tidak laku terjual karena konsumen tidak menginginkannya.

Sementara paradigma baru mengatakan bahwa untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu perusahaan atau organisasi tidak perlunya mengeluarkan biaya tinggi. Hal ini disebabkan perusahaan atau organisasi tersebut berorientasi pada customer satisfaction, yaitu dengan mendasarkan jenis, tipe, waktu dan jumlah produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dengan

demikian tidak ada pemborosan yang terjadi dan harus dibayar mahal oleh perusahaan atau organisasi tersebut. Sehingga pendapat bahwa "quality has no cost" dapat dicapai dengan tidak menghasilkan produk dan jasa yang tidak dibutuhkan pelanggan.

### 3. Peningkatan pangsa pasar

Pangsa pasar akan meningkat bila minimalisasi biaya tercapai, sehingga harga dapat ditekan namun mutu tetap terjadi yang terutama Hal-hal inilah yang mendorong konsumen untuk membeli dan membeli produk atau jasa tersebut sehingga pangsa pasar meningkat.

Pangsa pasar akan meningkat bila minimalisasi biaya tercapai, sehingga harga dapat ditekan namun mutu tetap terjadi yang terutama. Hal-hal inilah yang mendorong konsumen untuk membeli dan membeli produk atau jasa tersebut sehingga pangsa pasar meningkat.

### 4. Pertanggung jawaban produk

Dengan semakin meningkatnya mutu produk atau jasa yang dihasilkan, maka organisasi atau perusahaan akan Nampak semakin bertanggungjawab terhadap design, proses dan pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Selain itu, pihak perusahaan atau organisasi tidak perlu lagi mengeluarkan biaya yang begitu besar hanya untuk memberikan jaminan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.

### 5. Dampak internasional

Bila kita mampu menawarkan produk atau jasa bermutu, maka selain dikenal di pasar lokal, produk atau jasa yang kita tawarkan juga akan dikenal dan diterima di pasar internasional. Hal ini akan menimbulkan kesan yang baik terhadap perusahaan atau organisasi yang menghasilkan produk atau menawarkan jasa yang bermutu tersebut

### 6. Penampilan produk dan jasa

Mutu akan membuat produk atau jasa dikenal, dan hal ini akan membuat perusahaan atau organisasi yang menghasilkan produk atau menawarkan jasa juga dikenal dan dipercaya masyarakat luas. Dengan demikian tingkat kepercayaan pelanggan dan masyarakat Biaya umumnya akan bertambah dan organisasi atau perusahaan tersebut akan lebih dihargai. Hal ini akan menimbulkan fanatisme tertentu dari para konsumen produk apapun yang ditawarkan oleh perusahaan atau organisasi tersebut.

#### 7. Mutu yang dirasakan

Persaingan yang saat ini bukan lagi masalah harga melainkan mutu produk. Hal inilah yang mendorong konsumen untuk mau membeli produk atau barang dengan harga tinggi namun bermutu tinggi pula. Tetapi mutu mempunyai banyak dimensi yang bersifat subyektif. Sebagai produsen kita dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dan mampu menerjemahkan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan mereka. Oleh karena itu, apa yang dimaksud dengan mutu bukan hanya mutu produk itu sendiri, melainkan mutu secara menyeluruh.

#### Fungsi Manajemen Mutu

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, manajemen mutu memiliki fungsi sebagai sebuah acuan atau tolak ukur dalam mengelola kualitas yang diberikan oleh suatu perusahaan, organisasi maupun badan usaha. Hal ini akan sangat mempengaruhi kualitas dan kinerja seluruh anggota perusahaan dalam menjalankan tugasnya masing-masing guna mencapai tujuan dan visi dari perusahaan tersebut.

### **2.2 Pengertian Kualitas Desain**

Kualitas Desain dalam era globalisasi kualitas telah menjadi harapan dan keinginan semua orang, khususnya pelanggan. Oleh karena itu para pelaku bisnis dan produsen harus selalu berusaha mengembangkan kualitas produk sejalan dengan trend globalisasi. Kualitas yang muncul dari suatu produk merupakan kompromi dari sekelompok karakteristik yang diinginkan konsumen yang berhasil diterjemahkan oleh produsen. Kualitas produk/dapat diwujudkan bila orientasi

seluruh kegiatan perusahaan atau organisasi berorientasi pada kepuasan pelanggan (customer satisfaction). Oleh karena itu aktivitas pengendalian kualitas mencakup seluruh fase dari penelitian dan pengembangan produk, perancangan proses produksi, dan kepuasan konsumen.

Pengendalian kualitas dibedakan menjadi dua bagian yaitu pengendalian kualitas offline berhubungan dengan aktifitas selama pengembangan produk dan disain proses dan pengendalian kualitas online berhubungan dengan proses selama produksi. Tiga konsep yang bertujuan memperbaiki kualitas produk dan proses yaitu ketangguhan kualitas (quality robustness), fungsi kerugian kualitas (quality loss function) dan kualitas berorientasi target (target-oriented quality) telah diperkenalkan oleh Genichi Taguchi. Agar para pelaku bisnis dan produsen benar-benar memahami pendekatan dan metodologi pengembangan kualitas yang sesuai keinginan pelanggan secara komprehensif, maka perlu adanya pelatihan yang diharapkan dapat menjawab berbagai permasalahan yang ada.

- A Pengertian Quality Robustness Produk berkualitas tangguh (quality robust) adalah produk yang dapat diproduksi secara beragam dan konsisten dalam segala kondisi manufaktur dan lingkungan yang kurang baik dan bukan menghilangkan penyebabnya. Taguchi menyarankan bahwa menghilangkan pengaruh biasanya lebih murah daripada menghilangkan penyebab, dan lebih efektif dalam memproduksi produk yang tangguh. Dengan cara ini, variasi kecil dalam bahan dan proses tidak akan mengganggu kualitas produk. Tujuan dari Quality Robust adalah untuk meningkatkan produktivitas selama penelitian dan pengembangan dilakukan sehingga dapat menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan cepat dan dengan biaya yang rendah
- B Pengertian Quality Loss Function/Quality target oriented Quality loss function (QLF) mengidentifikasikan semua biaya yang berkaitan dengan kualitas rendah dan menunjukkan bagaimana biaya ini meningkat jika kualitas produk semakin jauh dengan keinginan pelanggan. Biaya ini tidak hanya meliputi ketidakpuasan pelanggan, tetapi juga biaya garansi dan jasa, biaya pemeriksaan internal, perbaikan, scrap, dan biaya-biaya yang dianggap sebagai biaya bagi

masyarakat. Kualitas berorientasi sasaran (target-oriented quality) merupakan sebuah filosofi perbaikan terus menerus untuk membuat kualitas produk tepat sesuai dengan sasaran. Kerugian kualitas digunakan dalam mengukur performansi karakteristik kualitas dalam pencapaian nilai target (target value) yaitu suatu nilai yang ideal dari performansi karakteristik tersebut. Semakin dekat penyimpangan produk dari nilai target yang telah ditetapkan maka semakin baik mutunya.

- C Taguchi menekankan bahwa kualitas produk adalah fungsi dari karakteristik kunci suatu produk yang disebut karakteristik-karakteristik performansi. Biasanya pertimbangan perusahaan, kerugian sebagai tambahan biaya dari produk lalu pelangganlah yang menanggung biaya kerugian. Apabila suatu ketika pelanggan menolak untuk melanjutkan membayar dari biaya suatu kualitas yang buruk, pengusaha pabrik akan bangkrut. Jika sebuah produk dibawah jaminan, maka pengusaha pabrik yang membayar biaya jaminan tersebut.

### **2.3 Macam-macam Model Desain**

#### **1. Model Kemp**

Model desain sistem instruksional yang dikembangkan oleh Kemp merupakan model yang membentuk siklus. Menurut Kemp pengembangan desain sistem pembelajaran terdiri atas komponen-komponen, yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan, tujuan dan berbagai kendala yang timbul.

#### **2. Model Banathy**

Model Banathy Model desain sistem pembelajaran dari Banathy berbeda dengan model Kemp. Model ini memandang bahwa penyusunan sistem instruksional dilakukan melalui tahapan-tahapan yang jelas.

Terdapat 6 tahap dalam mendesain suatu program pembelajaran yakni:

1. Menganalisis dan merumuskan tujuan, baik tujuan pengembangan sistem maupun tujuan spesifik. Tujuan merupakan sasaran dan arah yang harus dicapai oleh siswa atau peserta didik.
2. Merumuskan kriteria tes yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Item tes dalam tahap ini dirumuskan untuk menilai perumusan tujuan. Melalui



rumusan tes dapat meyakinkan kita bahwa setiap tujuan ada alat untuk menilai keberhasilannya.

3. Menganalisis dan merumuskan kegiatan belajar, yakni kegiatan menginventarisasi seluruh kegiatan belajar mengajar, menilai kemampuan penerapannya sesuai dengan kondisi yang ada serta menentukan kegiatan yang mungkin dapat diterapkan.
4. Merancang sistem, yaitu kegiatan menganalisis sistem menganalisis setiap komponen sistem, mendistribusikan dan mengatur penjadwalan.
5. Mengimplementasikan dan melakukan kontrol kualitas sistem, yakni melatih sekaligus menilai efektivitas sistem, melakukan penempatan dan melaksanakan evaluasi.
6. Mengadakan perbaikan dan perubahan berdasarkan hasil evaluasi.

#### **2.4 Tujuan dan kualitas desain**

Tujuan Desain, seperti yang dijelaskan sebelumnya, tujuan utama sebuah desain adalah untuk membantu manusia merancang suatu objek agar bermanfaat bagi manusia. Adapun beberapa tujuan desain adalah sebagai berikut:

1. Untuk menciptakan suatu objek, sistem, komponen, atau struktur yang bermanfaat bagi manusia.
2. Untuk menciptakan sesuatu yang dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas hidup manusia.
3. Desain yang dipadukan dengan unsur seni dan teknologi bertujuan untuk menciptakan keamanan, kenyamanan, dan keindahan.
4. Agar manusia mengetahui apa saja kemampuan dan keterbatasan di dalam dirinya dan hal-hal di sekitarnya.

Kualitas atau mutu merupakan totalitas bentuk dan karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan yang tampak jelas maupun yang tersembunyi Johnson Winchel dalam Render Heizer, 2001 : 92. Kualitas sangat penting bagi perusahaan karena mempengaruhi dalam 4 cara : 1 biaya dan pangsa pasar, 2 reputasi perusahaan, 3 pertanggung jawaban produk, dan 4 implikasi internasional. Menurut Kotler 1997, pengertian kualitas lebih terfokus pada pelanggan. Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk dan jasa yang mendukung kemampuan untuk

memuaskan kebutuhan. Peningkatan kualitas menjadi salah satu upaya perusahaan untuk memperoleh konsumen dan menjadikannya sebagai pelanggan tetap. Sedangkan dalam dunia furnitur yang masih berbasiskan home industry , kualitas desain produk merupakan kunci sukses dan ujung tombak usaha dalam persaingan pasar.

## **2.5 Pengertian Kualitas dan Kesesuaian**

Secara sederhana, pengertian kualitas adalah tingkat baik atau buruknya, mutu, taraf atau derajat sesuatu. Dalam hal ini, kata “sesuatu” dapat mewakili banyak hal, baik itu sebuah barang, jasa, keadaan, maupun hal lainnya.

Dalam kaitannya dengan bisnis, pengertian kualitas adalah kesesuaian antara spesifikasi suatu produk dengan kebutuhan konsumen, atau tingkat baik buruknya sebuah produk (barang atau jasa) di mata penggunaannya.

Sebagian besar orang sulit untuk mendefinisikan kata “kualitas” dengan cepat karena maknanya akan berbeda bagi masing-masing orang dan tergantung pada konteks yang dibicarakan. Namun, kita dapat memahami apa itu kualitas melalui sebuah ilustrasi sederhana.

Sebagai contoh, sebuah kompor gas dibuat dengan spesifikasi tertentu. Masyarakat akan mudah menyebutkan beberapa aspek yang mereka nilai dalam menentukan kualitas sebuah kompor gas, misalnya:

1. Dapat berfungsi sebagaimana mestinya.
2. Memiliki tampilan yang menarik.
3. Terdapat beberapa pilihan warna.
4. Perawatannya mudah dan tahan lama.
5. Harganya terjangkau.

Jika spesifikasi kompor gas tersebut memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen, maka dapat dikatakan bahwa kompor gas tersebut merupakan produk berkualitas.

Mengacu pada penjelasan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam kualitas terdapat beberapa elemen, yaitu;

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan manusia.
2. Kualitas menyangkut produk (barang/ jasa), manusia, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang dapat berubah (sesuatu yang dianggap berkualitas saat ini, bisa dianggap kurang berkualitas di masa depan.

#### Pengertian Kualitas Menurut Para Ahli

Agar lebih memahami apa arti kualitas, kita dapat merujuk pada pendapat para ahli berikut ini:

##### 1. Joseph M. Juran

Menurut Joseph Juran, pengertian kualitas adalah kesesuaian untuk penggunaan (fitness for use). Dengan kata lain, suatu produk (barang atau jasa) hendaklah sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh penggunanya.

##### 2. Philip B. Crosby

Menurut Philip B Crosby, kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan atau standar yang telah ditentukan. Dengan kata lain, suatu produk dianggap berkualitas jika spesifikasinya sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan.

##### 3. Vincent Gaspersz

Menurut Vincent Gaspersz, kualitas adalah hal yang menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk. Ini mencakup performa, keandalan, kemudahan dalam penggunaan, dan lain-lain. Selain itu, kualitas juga dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan dan upaya perubahan terus menerus.

##### 4. W. Edwards Deming

Menurut Edwards Deming, pengertian kualitas adalah suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan kebergantungan pada biaya rendah dan sesuai dengan pasar.

## 5. Soewarso Hardjosudarmo

Menurut Soewarso Hardjosudarmo, pengertian kualitas adalah suatu penilaian subyektif dari customer, dimana penentuan ini ditentukan oleh persepsi customer terhadap produk dan jasa.

## 6. David Alan Garvin dan Goetsch Davis

Menurut Garvin dan Davis, kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/ tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan manusia.

## 7. ISO 2000

Menurut ISO 2000, pengertian kualitas adalah totalitas karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan.

### Beberapa Indikator Kualitas

Menurut David A. Garvin, penilaian terhadap baik atau buruknya mutu suatu produk dapat ditentukan melalui delapan dimensi kualitas, yaitu:

#### 1. Kinerja (Performance)

Kinerja merupakan dimensi kualitas yang berhubungan langsung dengan karakteristik utama suatu produk. Sebagai contoh, kinerja utama yang kita harapkan dari sebuah televisi adalah kualitas gambar dan suara yang baik.

#### 2. Fitur (Features)

Fitur merupakan karakteristik pendukung pada suatu produk yang dapat menimbulkan kesan lebih baik bagi konsumen. Sebagai contoh, beberapa fitur pendukung yang kita harapkan ada di dalam mobil yaitu pemutar CD, radio, remote control mobil, sensor atau kamera parkir, dan lain-lain.

#### 3. Keandalan (Reliability)

Kehandalan berkaitan dengan kemampuan suatu produk bekerja secara memuaskan pada waktu dan kondisi tertentu. Dimensi ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk.

#### 4. Kesesuaian (Conformance)

Ini berkaitan dengan kesesuaian antara kinerja dan kualitas produk dengan standar yang telah ditetapkan.

#### 5. Ketahanan (Durability)

Ketahanan adalah tingkat ketahanan suatu produk atau berapa lama produk dapat digunakan secara terus menerus hingga akhirnya harus diganti. Durability umumnya diukur dengan waktu daya tahan (umur) suatu produk.

#### 6. Kemampuan Pelayanan (Serviceability)

Serviceability adalah kemudahan, kecepatan, kompetensi, dan kenyamanan dalam melakukan pemeliharaan dan perbaikan. Hal ini sangat berhubungan dengan layanan after sales yang disediakan oleh produsen sebuah produk.

#### 7. Estetika (Aesthetics)

Hal ini berhubungan dengan wujud fisik suatu produk, baik itu corak, rasa, bau, dan lainnya yang menjadi daya tarik produk tersebut.

#### 8. Kesan Kualitas (Perceived Quality)

Hal ini berhubungan dengan kesan yang dirasakan oleh konsumen terhadap sebuah produk. Kesan kualitas dapat menimbulkan fanatisme konsumen terhadap merk tertentu karena reputasi produk itu sendiri.

#### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas

Ada beberapa faktor yang dapat menentukan kualitas suatu produk apakah sesuai standar atau tidak. Berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas:

##### 1. Manusia (Man)

Sumber daya manusia dalam suatu perusahaan akan sangat mempengaruhi baik buruknya kualitas produk yang dihasilkan. Itulah sebabnya setiap perusahaan sangat memperhatikan aspek manusia dengan mengadakan pelatihan, pemberian jansostek, pemberian motivasi, jenjang karir, dan lain-lain.

## 2. Manajemen (Management)

Manajemen dalam perusahaan juga sangat mempengaruhi mutu dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Pihak manajemen perusahaan harus memastikan bahwa koordinasi antar tiap bagian di dalam perusahaan dapat berjalan dengan baik untuk mencegah terjadinya kekacauan dalam pekerjaan.

## 3. Uang (Money)

Setiap perusahaan harus memiliki uang yang cukup agar dapat mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Uang tersebut misalnya digunakan untuk perawatan alat produksi, perbaikan produk yang rusak, dan lain-lain. Ini berkaitan dengan kesesuaian antara kinerja dan kualitas produk dengan standar yang telah ditetapkan.

## 5. Ketahanan (Durability)

Ketahanan adalah tingkat ketahanan suatu produk atau berapa lama produk dapat digunakan secara terus menerus hingga akhirnya harus diganti. Durability umumnya diukur dengan waktu daya tahan (umur) suatu produk.

## 6. Kemampuan Pelayanan (Serviceability)

Serviceability adalah kemudahan, kecepatan, kompetensi, dan kenyamanan dalam melakukan pemeliharaan dan perbaikan. Hal ini sangat berhubungan dengan layanan after sales yang disediakan oleh produsen sebuah produk.

## 7. Estetika (Aesthetics)

Hal ini berhubungan dengan wujud fisik suatu produk, baik itu corak, rasa, bau, dan lainnya yang menjadi daya tarik produk tersebut.

## 8. Kesan Kualitas (Perceived Quality)

Hal ini berhubungan dengan kesan yang dirasakan oleh konsumen terhadap sebuah produk. Kesan kualitas dapat menimbulkan fanatisme konsumen terhadap merk tertentu karena reputasi produk itu sendiri.

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

Kepuasan merupakan satu kata yang cukup representatif ketika kita berbicara tentang mutu atau kualitas. Mutu adalah barang atau jasa yang memiliki nilai sangat bagus dan berharga. Secara fisik barang yang bermutu dicerminkan dengan kata-kata baik, indah, benar, istimewa, dan lain sebagainya. Dalam sebuah organisasi nonprofit biasanya mutu dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh seseorang atau sebuah organisasi sehingga pelanggan merasa puas, tanpa adanya keluhan atas pelayanan yang didapat dari organisasi tersebut.

Setiap orang dapat mengartikan mutu sesuai persepsi masing-masing. Hal ini dikarenakan mutu belum memiliki arti yang tetap sehingga para pakar masih mengartikan mutu sesuai persepsi dan bidangnya.

Manajemen mutu sangat diperlukan di dalam Perusahaan, Perusahaan yang mempunyai pengendalian mutu yang baik dan teratur kemungkinan besar tidak akan mengalami hambatan-hambatan dalam mengerjakan tugasnya dengan efektif. Dan begitu pula sebaliknya bila perusahaan tidak mempunyai organisasi yang baik dan teratur. Sehingga dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yang diberikan oleh pimpinan kepada bawahan akan mengalami hambatan.

#### **3.2 Saran**

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kekeliruan dalam apa yang penulis tulis, baca, dan pahami. Oleh karena itu untuk menjadikan makalah yang penulis sajikan ini lebih baik, penulis memerlukan kritik dan saran dari para pembaca yang budiman sebagai salah satu tanggung jawab ilmiah penulis. Semoga apa yang penulis tulis bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Amin.



## DAFTAR PUSTAKA

- Teguh Sriwidadi, *The winners* 2 (2), 107-115. 2001
- Sugeng Listiyo Prabowo, *UIN-Maliki Press* 2009
- Melvin Syafrizal, S kom, *Jurnal manajerial* 4 (1), 2008
- Diana Rapitasari, Amirullah Amirullah, *LPPM Universitas Surabaya* 2019
- Fritz Akhmad Nuzir, Agus Sukoco, Alex Tribuana Sutanto, *Jurnal Arsitektur* 2 (1) 2011
- Fifit Fitriansyah, Gangan Giantika, Linsoraya, *Bitnet Jurnal Pendidikan* 5 (2) 17-27, 2020
- Teguh Sriwidadi, *The Winners* 2 (2) 107-115, 2001
- A Rusdiana, I Tatang, *YRAMA WIDYA* ,1 (1) ,1-499,2021
- M Si jurahni ,*SAH MEDIA* ,2007
- [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=kualitas+kesesuaian+manajemen+mutu&oq=#d=gs\\_qabs&t=1655723090891&u=%23p%3DcLeQtGzsDBQJ](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=kualitas+kesesuaian+manajemen+mutu&oq=#d=gs_qabs&t=1655723090891&u=%23p%3DcLeQtGzsDBQJ)
- <http://teori-kualitasmutu.html>
- <http://permanas.wordpress.com/2008/03/05/strategi-pemasaran-dan>
- [http://Manajemen Kualitas \(Quality Management\) \\_ WIJAYA BLOG's.html](http://Manajemen Kualitas (Quality Management) _ WIJAYA BLOG's.html)