

PERTEMUAN 9 DIMENSI KUALITAS PRODUK DAN JASA

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari pertemuan ini, diharapkan mahasiswa mampu memahami, menjelaskan dimensi kualitas, faktor yang mempengaruhi dan perspektif kualitas produk dan jasa dan melakukan pengukuran kualitas terhadap barang dan jasa

B. Urian Materi

9.1. Konsep Kualitas produk

Di era globalisasi ini, kemajuan di bidang industri dan ekonomi mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial, ekonomi dan industri berdampak pada gaya hidup dan perilaku seseorang. Dengan adanya perubahan selera tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi kepuasan pada suatu produk atau jasa. Untuk dapat bersaing di dunia industri yang semakin maju ini, badan usaha dituntut untuk dapat menyediakan produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggannya, sehingga hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing untuk menguasai pasar.

Proses kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang tersedia di perusahaan. Dengan bertambahnya jumlah pelanggan, dibutuhkan produk dan layanan berkualitas tinggi yang dapat mendorong pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan dapat memaksimalkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan.

Arti dari item secara keseluruhan adalah apa pun yang dapat dibuat dari siklus pembuatan sebagai produk atau layanan yang dapat dibeli dan dijual saat melihat-lihat. Barang adalah segala sesuatu baik sebagai barang maupun jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli, dimana setiap barang atau jasa tersebut memiliki berbagai keunggulan. Pembeli dalam membeli setiap barang membeli banyak fitur yang sebenarnya dan lebih dari itu. Pembeli akan membayar sesuatu yang diandalkan untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhannya.

Penilaian lainnya adalah bahwa makna suatu barang merupakan substansi yang disampaikan oleh pembuatnya dan ditawarkan ke pasar untuk menjawab masalah atau kebutuhan pelanggan. Item untuk situasi ini dapat diharapkan untuk pembeli akhir atau pembeli tengah jalan. Dalam pandangan klarifikasi ini, kita dapat menyimpulkan bahwa pemikiran penciptaan adalah apa pun yang dapat ditawarkan di pasar sehingga cenderung disulut atau digunakan untuk mengatasi masalah atau kebutuhan pembeli dalam pengintaian. Pengertian barang menurut ahli adalah:

- a. Philip Kotler menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan suatu barang adalah apa pun yang dapat ditawarkan, diklaim, dimanfaatkan, atau dibakar untuk memenuhi persyaratan atau kebutuhan pembeli. Ini

menggabungkan struktur aktual, administrasi, individu, tempat asosiasi atau pemikiran.

- b. William J. Stanton berpendapat bahwa gagasan tentang suatu barang adalah sekumpulan properti yang tidak salah atau sulit dipahami yang menggabungkan nilai, kertas, bundling, pengecer, perbedaan, dan administrasi dari produsen yang akan diakui oleh pembeli sebagai sesuatu yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan mereka atau kebutuhan.
- c. Fandy Tjiptono menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan suatu barang adalah berbagai hal yang ditawarkan oleh pembuat untuk dilihat, dicari, dibeli, diproklamasikan, dilahap, atau dimanfaatkan pasar sebagai jenis pemuas kebutuhan atau kebutuhan sektor usaha.
- d. Djaslim Saladin mengatakan bahwa yang dimaksud dengan barang adalah segala sesuatu yang diperlengkapi untuk senantiasa memenuhi kebutuhan manusia baik dalam struktur yang ada maupun yang tidak ada.
- e. Basu Swastha dan Irawan, kedua analisis keuangan ini mencirikan pemikiran suatu barang sebagai sesuatu yang membingungkan, dapat diakses dan teoritis, yang menggabungkan bayangan, nilai, bundling, administrasi, kemuliaan, dan pengecer yang pembeli dapat mengakui memiliki pilihan untuk memenuhi persyaratan dan keinginan klien.

Djaslim Saladin, SE memiliki beberapa makna penciptaan tergantung pada pertemuan dan perspektifnya sendiri, lebih spesifiknya:

- a. Pengertian suatu barang dari perspektif yang sempit adalah bermacam-macam kerangka fisik dan zat yang strukturnya dapat dikumpulkan menjadi suatu barang pembanding dan juga diketahui oleh masyarakat umum.
- b. Arti suatu barang dari perspektif yang luas adalah bermacam-macam struktur aktual atau tidak memiliki struktur aktual yang menggabungkan arsip, nilai, bundling, kemuliaan, dan administrasi yang dapat diberikan kepada pelanggan dan pengecer.
- c. Arti suatu barang secara keseluruhan adalah segala sesuatu yang diperlengkapi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan manusia secara konstan atau tidak dalam struktur aktual atau tidak.

Kualitas dicirikan dari berbagai sudut pandang. Menurut James Martin, seorang ahli PC terkemuka, menggambarkan sifat produk, sebagai posisi waktu, di dalam rencana pengeluaran, dan memenuhi kebutuhan klien. Arti nilai adalah kesesuaian dengan detail klien, bukan berbagai standar yang ditetapkan oleh organisasi. Saat ini, asosiasi perakitan dan administrasi, semuanya sama, dan ukuran memahami kewajiban mereka untuk memenuhi kebutuhan kualitas klien mereka. PC berperan penting dalam sistem yang digunakan oleh asosiasi ini untuk membuat produk dan layanan berkualitas.

PC juga memiliki peran lain dalam upaya organisasi untuk mencapai kualitas. Unit administrasi data (IS) menghasilkan item, khususnya data yang dibutuhkan oleh kliennya, menjadi klien data tertentu. Klien menyusun penegasan tentang sifat item dan administrasi yang ditawarkan oleh IS, dan wawasan ini dapat secara signifikan

memengaruhi unit IS. Perkembangan pemrosesan klien akhir umumnya dipengaruhi oleh kekecewaan klien dengan sifat item data dan administrasi yang mereka dapatkan.

Produk adalah instrumen yang sangat diperlukan untuk membuat kemajuan dan berkembang dalam organisasi saat ini. Item adalah sesuatu yang tidak salah lagi dan ditawarkan oleh individu atau organisasi yang memiliki manfaat, baik sebagai artikel asli atau sebagai item konseptual atau teoritis yang alasan keberadaannya adalah untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan klien. Seseorang membeli tidak hanya untuk memiliki produk atau layanan yang sebenarnya, tetapi juga karena keuntungan yang diciptakannya. Item yang ditawarkan oleh organisasi haruslah item yang memikat, memiliki tampilan yang layak (struktur aktual), memiliki keunggulan / kualitas / kualitas yang ideal dengan nama merek yang lebih natural (mudah diartikulasikan, dipahami atau diingat).

Sesuai dengan Kotler dan Armstrong pentingnya kualitas item adalah "kapasitas item untuk memainkan kapasitasnya, itu menggabungkan ketangguhan umum item, ketergantungan, ketepatan, kesederhanaan aktivitas dan perbaikan, dan properti terhormat lainnya" yang menyiratkan kapasitas. Sebuah item dalam menunjukkan kapasitasnya, itu menggabungkan dengan dan kekuatan yang besar, kualitas yang tak tergoyahkan, ketepatan, kesederhanaan aktivitas dan perbaikan item seperti item lain yang dianggap berasal. Kualitas barang merupakan salah satu alat peletak dasar bagi pengiklan. Kualitas barang mempengaruhi loyalitas konsumen.

9.2. Dasar – Dasar Management Kualitas

Administrasi mutu adalah ide yang menyatakan bahwa organisasi dapat mencapai tingkat kualitas yang ideal dalam siklus, item, dan administrasinya dengan mengikuti praktik utama. Sejarah telah menunjukkan bahwa tidak ada satu pun pendekatan yang paling ideal untuk mencapai tingkat nilai ini. Kemudian lagi ada cara elektif berbeda yang dapat diikuti oleh kecenderungan tersebut. Ada 14 gagasan dasar tentang nilai papan yang paling populer adalah W. Edwards Deming, guru wawasan di Universitas New York selama tahun 1940-an yang pergi ke Jepang untuk membantu negara itu memulihkan kapasitas modernnya setelah Perang Dunia II. Sebagian besar pencapaian yang disukai Jepang sebagai kekuatan modern yang harus diperhitungkan dapat dikaitkan dengan dampaknya yang merendahkan. Deming diakui untuk 14 fokus yang menurutnya adalah cara untuk mencapai kualitas. 14 hal utama dari deming adalah:

- a. Tetapkan tujuan untuk kemajuan dan peningkatan tanpa henti.
- b. Ambil cara berpikir lain, kita bisa mengenali noda lama dan campur aduk.
- c. Berhenti tergantung pada pemeriksaan massal, memerlukan bukti faktual bahwa kualitas sudah diatur.
- d. Hentikan tindakan membagikan bisnis yang bergantung pada biaya.
- e. Gunakan strategi faktual untuk menemukan fokus masalah.
- f. Melembagakan teknik masa kini untuk persiapan kerja.
- g. Meningkatkan pengawasan, membuat keputusan paling bijak untuk organisasi, jangan hanya menyerahkan jumlah yang disarankan.

- h. Bebaskan rasa takut, sehingga individu yang memiliki rasa aman dapat mengangkat masalah dan meminta data.
- i. Hapus halangan antar divisi hanya sebagai penghalang antara penyedia dan klien sehingga korespondensi terbuka berhasil.
- j. Hapus spanduk dan merek dagang karena tidak membantu mengatasi masalah. Lakukan dan tunjukkan caranya.
- k. Hilangkan pedoman kerja yang bergantung pada jumlah saham karena mengabaikan kualitas dan pembuatan titik potong.
- l. Hapus penghalang di antara pekerja dan hak istimewa untuk berinvestasi sepenuh hati dalam pekerjaan mereka.
- m. Melembagakan proyek pelatihan ulang yang berbeda untuk menemukan perubahan dan kejadian baru.
- n. Buat struktur administrasi teratas yang akan menggarisbawahi poin ini secara konsisten.

9.3. Dimensi Kualitas Produk dan Jasa

Kualitas jasa adalah istilah yang digunakan penyedia jasa untuk menggambarkan sesuatu yang harus dilakukan dengan benar. Kualitas sebagai ciri penampilan atau efisiensi produk merupakan bagian penting dari strategi perusahaan untuk mencapai keunggulan jangka panjang, baik sebagai pemimpin pasar maupun sebagai strategi pertumbuhan. Manfaat produk layanan ditentukan oleh keunikan dan konsistensi jasa, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Aspek kualitas jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai yang ditawarkan oleh pelanggan. Sejauh mana produk jasa memenuhi persyaratannya adalah ukuran kualitasnya. Menurut para Ahli :

- a. Lehtinen dan Lehtinen (1982) membagi kualitas layanan menjadi tiga dimensi. Dalam hal interaksi pribadi, kualitas interaktif sangat penting. Kualitas fisik mengacu pada infrastruktur fisik yang mendukung pemberian layanan berkualitas tinggi. Citra bisnis adalah kualitas korporat.
- b. Gronroos (1984) membagi kualitas layanan menjadi dua dimensi: Teknologi (kualitas teknis), yang mengacu pada apa yang diterima konsumen, dan kualitas fungsional, yang mengacu pada bagaimana mereka menerima layanan.
- c. Menurut Hedvall dan Peltchik (1989), kualitas layanan dibagi menjadi dua dimensi:
Kemauan dan kapasitas untuk melayani (kemauan dan kemampuan untuk melayani) dan Akses fisik dan psikologis (akses fisik dan psikologis)

Kualitas adalah produk atau layanan yang melalui banyak fase proses, dengan mempertimbangkan nilai produk dan layanan bahkan tanpa kekurangan nilai sekecil apa pun, dan menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi standar tinggi pelanggan.

Dimensi suatu produk, baik berupa produk maupun jasa, sangat menentukan kualitasnya. Menurut Tjiptono (2008), ukuran kualitas produk adalah:

- a. Efisiensi produk mengacu pada karakteristik operasi dasar produk.
- b. Daya tahan produk, atau berapa lama suatu produk dapat bertahan sebelum perlu diganti.
- c. Kepatuhan produk terhadap standar, atau sejauh mana karakteristik pengoperasian dasar produk mengikuti spesifikasi pengguna tersebut atau bebas cacat.
- d. Fitur adalah karakteristik suatu produk yang dimaksudkan untuk meningkatkan fungsionalitasnya atau meningkatkan minat pelanggan terhadapnya.
- e. Reliabilitas mengacu pada kemampuan produk untuk bekerja secara memuaskan atau tidak memuaskan selama periode waktu tertentu. Estetika (Aesthetics) mengacu pada penampilan suatu produk.
- f. Kualitas yang dirasakan (Perceived quality) sering dikaitkan dengan penggunaan pengukuran tidak langsung karena kemungkinan konsumen tidak memahami atau kurang pengetahuan tentang produk yang dimaksud.
- g. Kemudahan servis (Serviceability), yang mencakup kecepatan dan kemudahan perbaikan, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

Kualitas jasa suatu usaha merupakan salah satu dimensi kualitas produk dan jasa yang harus dikelola dan ditingkatkan secara terus menerus karena pelanggan menuntut pelayanan yang baik atau pelayanan yang lebih baik dari yang mereka harapkan agar dapat disenangi oleh perusahaan. Dan, dalam banyak situasi, konsumen membeli suatu produk tidak hanya karena mereka menyukainya, tetapi juga karena dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Konsumen akan mendapatkan produk hasil manufaktur yang akan dijual dan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk berkaitan dengan kemampuan suatu produk untuk mencapai atau melampaui harapan konsumen dengan memenuhi atau melampaui persyaratan kualitas yang telah ditentukan sebelumnya. Karena preferensi dan standar konsumen untuk suatu produk berubah seiring waktu, kualitas adalah kondisi yang terus berkembang.

Dalam hal konsistensi, produk perusahaan mungkin sering tidak konsisten. Hal ini dikarenakan kualitas suatu produk ditentukan oleh berbagai variabel yang masing-masing dapat mempengaruhi dapat tidaknya suatu produk memenuhi ekspektasi yang telah ditentukan sebelumnya.

9.4. Dimensi dan Perspektif Kualitas Barang

Sifat suatu barang baik sebagai tenaga kerja dan produk harus diselesaikan melalui pengukurannya. Unsur-unsur kualitas barang dapat digambarkan sebagai berikut. Unsur-unsur kualitas barang sebagaimana diindikasikan oleh Tjiptono (2008) mengemukakan bahwa kualitas barang memiliki beberapa ukuran, antara lain:

- a. Performance (kinerja)
Ini adalah ciri dari aktivitas dan item pusat yang dibeli. Misalnya kecepatan, kesederhanaan dan hiburan yang digunakan

- b. **Durability (kekokohan)**
Yang berarti kekuatan menunjukkan usia item, yang merupakan jumlah penggunaan item sebelum item tersebut diganti atau dirugikan. Semakin besar kekuatannya, semakin kuat jadinya, barang yang lebih kokoh akan terlihat memiliki kaliber yang lebih baik daripada barang yang cepat habis atau segera diganti. Kekuatan diidentifikasi dengan berapa lama barang tersebut dapat terus digunakan. Pengukuran ini mencakup kehidupan khusus dan keberadaan keuangan item tersebut.
- c. **Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)**
Secara khusus kesesuaian, khususnya sejauh mana rencana dan kualitas kerja memenuhi pedoman yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya kualitas dan kontrol konfigurasi. Standar merek operasional adalah kesesuaian pelaksanaan barang dengan norma barang yang diumumkan. Ini semacam "jaminan" yang harus dipenuhi item tersebut. Item yang memiliki sifat pengukuran ini mengandung arti bahwa ia menyesuaikan dengan norma.
- d. **Features (fitur)**
Apakah kualitas atau sorotan ekstra yang melengkapi keunggulan penting suatu barang. Sorotan adalah pilihan atau alternatif bagi pelanggan. Sorotan dapat meningkatkan kualitas barang jika pesaing tidak memiliki sorotan ini, atribut tambahan atau (sorotan), adalah atribut opsional atau timbal balik.
- e. **Reliability (reabilitas Keandalan)**
Artinya, lebih ogah dirugikan atau lalai memanfaatkan. Misalnya kualitas dan kontrol konfigurasi, penyesuaian atribut operasional standar ke hal-hal khusus.
- f. **Aesthetics (estetika)**
Secara khusus daya pikat item ke lima deteksi, misalnya struktur aktual, rencana atau model imajinatif, bayangan, dll.
- g. **Perceived quality (kesan kualitas)**
Untuk lebih spesifik kesan pembelanja tentang kualitas umum atau prevalensi suatu barang. Sebagai aturan karena tidak adanya informasi pembeli tentang properti atau atribut barang yang akan dibeli, pembeli melihat kualitasnya dari bagian nilai, nama merek, komersial, ketenaran organisasi, atau negara perakitan, kualitas dilihat, khususnya gambar dan ketenaran item dan kewajiban perusahaan terhadapnya.
- h. **Service ability**
Secara khusus, kualitas barang diselesaikan berdasarkan Kemudahan Servis, termasuk kecepatan, kemampuan, penghiburan, perbaikan sederhana dan penanganan keluhan yang sesuai. Item yang bisa diperbaiki lebih baik dibandingkan dengan item yang tidak atau sulit diperbaiki.

Perspektif Kualitas Produk adalah Pandangan konsumen tentang keseluruhan kualitas, keunggulan suatu produk atau layanan dengan tujuan yang sesuai dengan keinginan konsumen disebut sebagai perspektif kualitas produk.

Ada lima jenis perspektif kualitas produk menurut Tjiptono (2012):

a. Transcendental approach

Konsistensi pendekatan ini dapat dirasakan atau dipahami, tetapi sulit untuk ditentukan dan diukur. Dalam bidang musik, teater, tari, dan seni rupa, sudut pandang ini banyak digunakan. Perusahaan juga dapat mengiklankan barang mereka dengan mengajukan pertanyaan seperti "area perbelanjaan bagus" (supermarket), "keanggunan" (mobil), "penampilan wajah" (kosmetik), "kelembutan dan kehalusan kulit" (sabun), dan lain-lain.

b. Product-based approach

Kualitas dipandang sebagai sifat atau atribut yang dapat diukur dan diamati dalam metode ini. Perbedaan kualitas merepresentasikan perbedaan kuantitas beberapa elemen atau atribut produk. Karena perspektif ini begitu empiris, ia tidak dapat memperhitungkan selera, keinginan, dan minat individu.

c. Pendekatan yang berpusat pada pengguna

Metode ini didasarkan pada gagasan bahwa kualitas diukur oleh orang yang melihatnya dan produk yang paling mendekati perbandingan orang tersebut (misalnya, persepsi kualitas) adalah produk dengan kualitas tertinggi. Menurut pandangan subjektif dan berorientasi permintaan, konsumen yang berbeda memiliki kebutuhan dan harapan yang berbeda, sehingga keluaran seseorang sama dengan kepuasan maksimal yang dirasakan.

d. Manufacturing-based approach

Perspektif ini bersifat supply-based, yang fokus pada proses teknik dan manufaktur, dan menggambarkan kualitas untuk memenuhi atau melampaui persyaratan. Kinerja dapat diasumsikan didorong oleh operasi di sektor jasa. Metode ini berfokus pada menyesuaikan persyaratan yang ditentukan secara internal, yang sering kali dimotivasi oleh keinginan untuk meningkatkan efisiensi dan meminimalkan pengeluaran. Jadi, kualitas ditentukan oleh standar-standar yang ditetapkan oleh perusahaan, bukan oleh konsumen.

e. Kebijakan berbasis nilai

Kualitas dilihat dari segi nilai dan biaya dalam pendekatan ini. Kualitas dicirikan sebagai keunggulan yang terjangkau dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga. Kualitas adalah nilai relatif dalam konteks ini, jadi produk dengan kualitas tertinggi tidak selalu yang paling berharga. Namun, barang atau jasa yang paling diinginkan adalah yang paling cocok untuk dibeli.

Dapat diasumsikan bahwa dimensi kualitas merupakan prasyarat agar nilai suatu produk dapat memuaskan pelanggan sesuai prediksi, dan dimensi kualitas produk meliputi efisiensi, estetika, fitur, keandalan, dan kesesuaian pelanggan. Demikian pula, dimensi kualitas layanan dapat bervariasi sesuai dengan jenis industri jasa yang dievaluasi. Dimensi kualitas yang berbeda dapat terjadi di berbagai jenis industri jasa. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, pelanggan akan semakin senang.

9.5. Pengukuran Dimensi Kualitas Produk dan Jasa

Kualitas biasanya tidak ditemukan oleh satu properti atau ukuran dari suatu barang atau administrasi, namun dikendalikan oleh beberapa anggapan. Atribut ini adalah ukuran nilai, dan ada di item yang kita beli dan layanan yang kita dapatkan.

Pengukuran - Dimensi Produk

- a. Eksekusi
Pengukuran ini adalah tentang seberapa baik suatu item melakukan apa yang seharusnya dilakukannya.
- b. Sorotan
Adalah pernak-pernik yang melengkapi atau meningkatkan elemen penting dari barang tersebut.
- c. Ketergantungan
Mengidentifikasi dengan kapasitas item untuk menahan penggunaan biasa.
- d. Kesamaan
Mengidentifikasi dengan seberapa baik item tersebut dengan norma.
- e. Ketangguhan
Harapan hidup item dan inovasi saat ini membuat ini menjadi mungkin.
- f. Kesederhanaan perbaikan
Barang-barang yang digunakan untuk jangka waktu yang lama secara teratur harus diperbaiki atau disimpan.
- g. Keunggulan
Keunggulan suatu barang yang dilihat dan dirasakan bisa menjadi tolak ukur yang signifikan.
- h. Pandangan nilai
Tidak didasarkan pada barang yang sebenarnya namun pada gambar atau ketenarannya.

Pengukuran Dimensi Kualitas Layanan terdiri dari 5 yaitu:

- a. Menjadi substansial
Apakah hal-hal yang dilihat klien saat bantuan selesai. Kantor, pekerja, perangkat keras dan peralatan.
- b. Kualitas yang tak tergoyahkan
Sama halnya dengan item yang harus padat, maka tenaga kerja administrasi harus memiliki pilihan untuk memainkan posisi mereka dengan andal, tepat dan dapat diandalkan.
- c. Responsif
Klien lebih memilih untuk tidak perlu menunggu untuk dilayani.
- d. Jaminan
Klien mengharapkan tenaga kerja administrasi untuk menerima dan diajar, melalui aktivitas dan penampilan mereka, individu yang menawarkan bantuan menunjukkan kepercayaan dan kepastian.
- e. Simpati
Staf administrasi juga harus menunjukkan kekhawatiran bersertifikat untuk klien dan kebutuhan mereka.

9.6. Meningkatkan Kualitas Jasa

- a. Lupiyoadi dan Hamdani (2008) menjelaskan bahwa kualitas bantuan adalah sejauh mana bantuan memenuhi hal-hal khusus. Salah satu metodologi kualitas bantuan adalah model SERQUAL (Service Quality). Sederhananya, kualitas administrasi dicirikan sebagai kontras antara kebenaran dan asumsi klien atas bantuan yang mereka dapatkan. Sesuai Tjiptono (2011), kualitas administrasi menyoroti upaya untuk mengatasi masalah dan keinginan klien sama seperti ketepatan penyampaian mereka untuk menyesuaikan asumsi klien. Ada dua faktor fundamental yang mempengaruhi kualitas administrasi, antisipasi bantuan dan melihat administrasi. Penilaian lain dikomunikasikan oleh Jasfar (2005) bahwa apa yang tersirat dari kualitas administrasi adalah: "Cara pelanggan bereaksi terhadap administrasi yang mereka bakar atau rasakan".

Mengingat sebagian dari definisi di atas, sangat baik dapat dikatakan bahwa kualitas bantuan adalah reaksi pelanggan terhadap layanan yang mereka bakar. Jika sifat administrasi yang didapat pembeli lebih baik atau setara dengan apa yang dia bayangkan, maka dia akan secara umum mencoba sekali lagi. Namun, jika melihat administrasi lebih rendah dari layanan yang diharapkan, pembeli akan kecewa dan akan menghentikan hubungan mereka dengan organisasi bantuan yang bersangkutan.

- a. Asosiasi administrasi, semua hal dipertimbangkan, dan tindakan memandang tugas mereka untuk memenuhi kebutuhan kualitas klien mereka. PC berperan penting dalam kerangka yang digunakan dalam administrasi data untuk memberikan administrasi yang berkualitas dan memberikan administrasi data yang tepat kepada pembeli. PC juga memiliki peran lain dalam upaya organisasi untuk mencapai kualitas.
- b. Data Services Unit (IS) menghasilkan item, yaitu data spesifik yang dibutuhkan oleh kliennya, khususnya klien data. Klien menyusun wawasan tentang sifat administrasi yang ditawarkan oleh IS dan ketajaman ini secara signifikan dapat mempengaruhi unit IS. Perkembangan pendaftaran klien akhir sebagian besar dipengaruhi oleh kekecewaan klien dengan sifat item data dan administrasi yang mereka dapatkan.
- c. Menempatkan Kualitas Informasi Sistem Dalam Perspektif memiliki artian kerangka istilah dan inovasi data digunakan untuk menandai pentingnya istilah-istilah ini. Inovasi data terdiri dari instrumen kerja dan pemrograman yang dibutuhkan oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Kerangka data lebih membingungkan dan dapat dianggap paling baik dengan melihatnya dari sudut pandang yang inovatif.
- d. Kerangka data sebenarnya dapat dicirikan sebagai sekumpulan segmen yang saling berhubungan, mengumpulkan, mengukur, menyimpan, data yang sesuai untuk membantu dinamika dan pengawasan dalam suatu asosiasi.

- e. Tiga latihan dalam kerangka data dalam menyampaikan data yang dibutuhkan oleh asosiasi untuk memecah masalah dan membuat item baru untuk latihan ini adalah info, siklus, dan hasil.

9.7. Meningkatkan Kualitas Layanan Sistem Informasi

Dalam mengembangkan kualitas pelayanan yang efektif melalui suatu sistem informasi, setidaknya ada lima hal yang perlu dilakukan yaitu sebagai berikut:

- a. Mengukur besarnya harapan pelanggan atas pelayanan Sebuah perusahaan dapat mengukur besarnya harapan yang muncul atas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Sebagai contoh, seberapa besar tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan? Saat pelayanan dinyatakan baik atau sangat baik.
- b. Menentukan letak titik berat kualitas informasi. Menentukan letak titik berat kualitas informasi yang ingin dicapai. Misalnya, menekankan kualitas informasi pada proses keputusan pihak manajemen yang berkaitan dengan peningkatan pelayanan yang diharapkan.
- c. Memahami pendapat yang dikeluarkan oleh pelanggan. Perusahaan dituntut untuk dapat mendengarkan dan memahami
- d. Saran pelanggan mengenai produk/ jasa
Menghubungkan kinerja pelayanan dan output yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan diharapkan mampu mengaitkan kinerja pelayanan dengan tujuan perusahaan. Apakah akumulasi kinerja pelayanan dapat berakhir pada loyalitas pelanggan dan peningkatan pangsa pasar .
- e. Menjaga seluruh karyawan.
Penerapan sistem informasi dalam kualitas pelayanan harus mampu mencakup semua individu yang terlibat dalam hierarki organisasi. Sistem tersebut harus didesain sedemikian rupa agar semua karyawan yang berada dalam fungsi yang berbeda mendapatkan informasi yang sesuai.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari suatu sistem informasi manajemen antara lain:

- a. Dapat mengantisipasi dan memahami peluang ekonomi dari sistem informasi yang menerapkan teknologi informasi baru.
- b. Dapat membantu menjamin kualitas dan keterampilan sumber daya manusia dalam memanfaatkan sistem informasi manajemen.
- c. Dapat mempermudah akses data yang telah disediakan secara akurat dan real time (tepat waktu) bagi para user tanpa perlu melalui perantara sistem informasi secara langsung.
- d. Pengukuran Kualitas Produk dan Layanan
- e. Dasar-dasar nilai para eksekutif
- f. Manajemen Kualitas Mutlak
- g. Kualitas dan Keunggulan Kompetitif
- h. Instruksi untuk meningkatkan CBIS dan item administrasi

Ciri program TQM diantaranya sebagai berikut.

- a. Mewujudkan Manajemen Kualitas dalam Layanan Informasi
- b. Menempatkan Sistem Informasi Berkualitas dalam Perspektif
- c. Meningkatkan Kualitas Layanan melalui Sistem Informasi
- d. Manfaat Adaanya Sistem Informasi Manajemen

Kerugian dalam sebuah kualitas yaitu:

- a. Kerugian Bisnis
- b. Klaim
- c. Nasib yang menguntungkan
- d. Membebaskan biaya

Bagaimana Base Information System) Memperbaiki Dan Produk Jasa (CBIS) meningkatkan sifat item dan administrasi sehingga organisasi dapat mencapai keunggulan adalah dengan memberikan aset data dan data termasuk:

- a. Perlengkapan (kantor)
Ini adalah kantor kerangka dasar, yang dapat membantu kerangka kerja dari luar dan dapat dirasakan oleh lima deteksi manusia.
- b. Pemrograman (kumpulan data)
Ini adalah sinyal PC yang tugasnya menghubungkan peralatan dengan perangkat otak sehingga korespondensi dapat terjadi.
- c. Pakar data adalah perwakilan organisasi penuh waktu yang bertanggung jawab untuk membuat dan memelihara kerangka kerja berbasis PC, terutama CBIS.
- d. Klien, semua perwakilan organisasi yang benar-benar membutuhkan data dalam melengkapi keinginannya.

Contoh:

1. Paket berikut fedEx menggunakan PC untuk beberapa aplikasi, namun yang paling jelas untuk klien adalah mengikuti paket.
2. Pendekatan atas ke bawah
3. Pekerjaan untuk mencapai TQM dimulai dengan CEO yang terakhir mencakup semua pertemuan dalam organisasi. Tahapan tahapannya. Pilih untuk mengambil TQM
4. Buat budaya kualitas
5. Membangun pengawasan administrasi puncak

9.8. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas

a. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Berikut ini adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk:

1. Sebagai pengguna produk, pasar, klien, atau konsumen
2. Tujuan organisasi, produksi volume tinggi / rendah, harga komoditas, atau barang kelas atas
3. Evaluasi produk.
4. Pembuatan produk
5. Tahap produksi
6. Nilai masukan

7. Perawatan peralatan
8. Persyaratan kualitas perusahaan
9. Ulasan pelanggan
- b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan

Berikut adalah lima dimensi kualitas layanan atau layanan:

1. Berwujud: dalam konteks tampilan fisik bangunan, mesin, staf, dan material yang dipasang.
2. Reliabilitas: kapasitas untuk memberikan layanan yang telah disepakati secara tepat waktu dan dapat diandalkan.
3. Responsiveness: apresiasi dan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat.
4. Assurance: Wawasan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan pada orang lain.
5. Empati: Konsumen ditangani dengan perhatian dan perhatian pribadi.

9.9. Ukuran dan Manfaat Kualitas

Dua jenis produk yang dihasilkan yaitu barang dan jasa dapat digunakan untuk menentukan ukuran kualitas. Kriteria berikut dapat digunakan untuk menilai kualitas barang:

- a. Desain, yang berfokus pada riset pasar dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas input, teknologi yang digunakan, dan kualitas tenaga kerja dan manajemen.
- b. Daya tahan produk, yaitu ketergantungan produk, ditentukan oleh lamanya produk digunakan sampai rusak, serta perawatan produk, yaitu memperbaiki atau melepas produk yang rusak.
- c. Kesesuaian produk dengan standar perusahaan, yang mencakup kehidupan teknologi, efek, dan akurasi produk.

Menurut Ariani (2003) banyak keuntungan untuk menghasilkan barang yang berkualitas antara lain:

- a. Meningkatkan citra perusahaan.
- b. Lebih murah.
- c. Tingkatkan pangsa pasar Anda.
- d. Implikasi asing
- e. Fakta adanya tanggung jawab produk.
- f. Untuk penampilan item.
- g. Mempraktikkan kualitas yang dianggap perlu.

Tingkat Kualitas Produk Menurut Arif (2012) kualitas produk dibagi menjadi lima kategori:

- a. Keuntungan utama (Manfaat Inti). Artinya, layanan atau nilai utama yang dibeli dan diterima oleh konsumen.
- b. Manfaat dasar tambahan (Produk Dasar). Di kemudian hari, seorang pemasar harus mampu mengubah manfaat inti menjadi produk dasar.

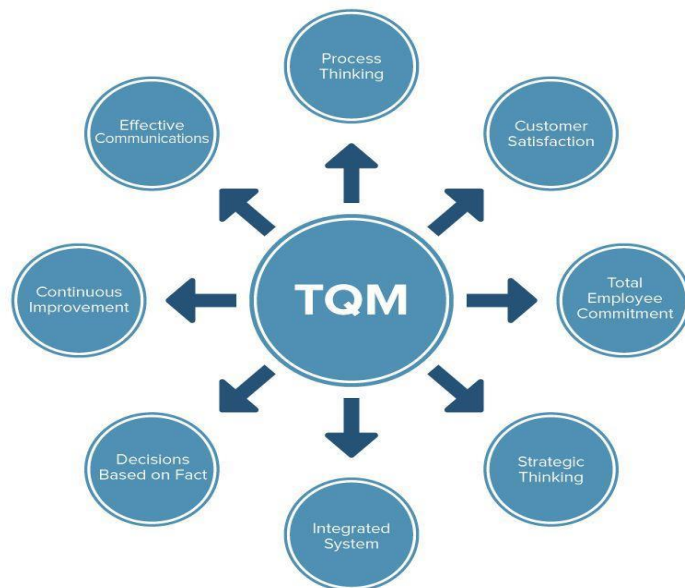
- c. Ekspektasi Produk (Anticipated Product) Semua kondisi yang diharapkan, diinginkan, dan dikendalikan oleh atribut produk disebut sebagai ekspektasi produk.
- d. Karakteristik dan keunggulan produk (Augmented Product). Inilah salah satu atribut dan keunggulan yang membedakan barang-barang ini dari persaingan.
- e. Kemungkinan produk masa depan (Produk Potensial). Ini mengacu pada bagaimana preferensi potensial untuk barang-barang ini akan bergeser sebagai hasil dari kemajuan teknis dan preferensi konsumen yang berubah.

9.10. Total Quality Management(TQM)

Cara menangani administrasi mutu vital yang cukup menonjol untuk diperhatikan saat ini adalah administrasi mutu lengkap (TQM), administrasi umum organisasi sehingga organisasi mendominasi di semua elemen item dan administrasi yang penting bagi klien. Keyakinan mendasar yang mendasari TQM adalah:

- a. Kualitas dicirikan oleh klien.
- b. Kualitas dicapai oleh dewan.
- c. Kualitas adalah kewajiban seluruh organisasi.

Subjek ini menangkap pemikiran yang dikontribusikan oleh deming, juran, feigembaun dan spesialis kualitas lainnya selama 50% kedua abad ke-20, ketika klien dunia mendapatkan kesadaran kualitas. Komponen TQM Instrumen roda gigi grafis.



Gambar 9. 1 Total Quality Management

Dalam menjalankan TQM, Manajemen dapat menggunakan diagram dan bagan yang berbeda untuk menyaring tindakan kualitas. sebagian besar desain dibuat di dalam kapasitas perakitan dan biasanya digunakan terbatas selama waktu

ini. Pemeriksaan pareto dan garis besar kausal adalah model. Garis besar grafis lainnya tampaknya, dengan semua akun, digunakan lebih jauh dan luas, dan diketahui oleh pengawas dalam setiap aspek instrumen peralatan yang dapat diukur.

Kerangka kendali kualitas konvensional pada awalnya dijalankan di dalam kapasitas perakitan. Metodologi tipikal adalah dengan secara eksplisit membentuk divisi kendali mutu, dan memanfaatkan pemeriksa kualitas untuk menyaring aliran material dan aliran kerja di pabrik. Kontrol Kualitas Faktual (SQC) adalah pemanfaatan metode numerik untuk memutuskan apakah bahan dan siklus termasuk dalam aturan kualitas. Orang yang paling banyak menggunakan SQC adalah penilai kualitas dan pakar kuantitatif seperti peneliti administrasi dan analisis tugas.

Menetapkan program TQM, inklusi IS dalam upaya TQM organisasi tidak dibatasi untuk memberikan data kepada klien internal sehingga organisasi dapat mencapai kualitas dalam item dan administrasinya. Juga diharapkan untuk melatih administrasi mutu. CIO bertanggung jawab untuk menetapkan dan mengotorisasi prinsip yang memberdayakan IS untuk memberikan data tentang sifat item dan administrasi. Bagaimanapun, CIO dan administrasi data tidak diharapkan untuk melakukannya tanpa bantuan siapa pun. Kepala dan pemimpin yang berbeda membangun struktur yang mantap untuk seluruh organisasi. Sesuai dengan master kualitas Joseph Juran, metodologi regulernya adalah membangun dewan pengatur kualitas yang menggambarkan dan mengatur latihan kualitas dari seluruh organisasi. Kewajiban tersebut meliputi:

- a. Bangun pengaturan kualitas organisasi
- b. Tetapkan sasaran kualitas organisasi, dan audit tujuan wilayah utilitarian
- c. Mencirikan metodologi kualitas organisasi dan melihat target dari tujuan wilayah utilitarian
- d. Pelaksanaan kualitas audit terhadap tujuan dan sistem
- e. Mempertimbangkan kembali kerangka peringkat administratif untuk memasukkan eksekusi yang mendorong sasaran kualitas.

Dewan pengatur kualitas adalah semacam dewan pengawas yang memberikan pengawasan terus-menerus terhadap keseluruhan upaya kualitas organisasi. Selain merinci penataan, penataan juga dilakukan. Sebagai penutup dari pembicaraan tentang jalan menuju pelaksanaan TQM, terdapat dua fokus yang signifikan. Pertama, siklus kualitas pada dasarnya sama dengan siklus hierarki lainnya, seperti pengaturan kunci, data aset papan, dan perencanaan tahunan. Memang, siklus ini saling terkait. Administrasi mutu yang dilatihkan di dalam organisasi tidak tetap tunggal sebagai upaya yang berbeda, namun terkait dengan semua yang dilakukan organisasi.

Kedua, tugas untuk menyelesaikan item data dan administrasi yang berkualitas tidak hanya terletak pada IS. Wilayah praktis lainnya yang umum bertanggung jawab untuk mencapai tingkat nilai yang sama di ruang mereka untuk kerangka kerja yang dibuat sendiri oleh klien. Bagaimanapun, pekerjaan mereka harus lebih ringan daripada IS, karena klien hanyalah klien. Bagaimanapun, kewajiban mengenai kualitas suku cadang yang tersisa dan harus dianggap oleh semua administrator wilayah yang berguna.

C. Latihan Soal

1. Jelaskan pendapat anda mengenai dimensi Produk!
2. Jelaskanlah faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas jasa dan produk?
3. Jelaskan 3 hal yang dapat mengukur suatu dari kualitas!
4. Jelaskan pendapat anda 3 manfaat kualitas Produk dan produk bagi perusahaan!
5. Bagaimana menurut anda tentang prespektif kualitas produk?

D. Referensi

- Atmosudirdjo. (2012). Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: STIA-Lembaga Administrasi Niaga Press.
- B.Davis, G. (2001). Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Emi Sita Eriana, I. H. (2021). Pemanfaatan Sosial Media Untuk Pemasaran Dan Promosi Menggunakan Facebook Di Masyarakat Parung Serab Rt03/01 – Kec. Ciledug. Jurnal Ilmu Komputer Vol 4 No 1, 31-34.
- Fahmi, A. (2007). Perkembangan Sistem Informasi Manajemen. Laudon Kennet. C, 2007, Sistem Informasi Manajemen, Edisi Kesepuluh, Jakarta : Salemba Empat.
- Hartono, B. (2013). Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer. Jakarta : Rineka Cipta.
- Indarajani. (2015). Database Design -Case Study All In One. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jogiyanto. (2014). Analisis & Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Laudon, K. C. (2016). Sistemas de información gerencial. mexico: Pearson Educacion.
- Nugroho, A. (2011). Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data. Jogjakarta: Penerbit Andi.