

KUALITAS VERSUS STANDAR

Arfan Bakhtiar *)

Abstract

This paper discusses about standard and quality and the relation between those variables. The result describes the strong relationship and contribution to the product successfulness in the trade and business. Based on the literature reviewed, it is clear that company products (goods and services) are basically competitive if the product referred to designated standard. Standard automatically assures the quality of the product in the business trade.

Keywords : Standard, Quality, Relationship

Pendahuluan

Standar dan kualitas merupakan dua hal yang sangat erat kaitannya dengan produk suatu perusahaan, yaitu barang dan jasa. Ada tiga hal mendasar yang sangat mempengaruhi tingkat kesuksesan suatu produk atau layanan di pasaran, yaitu harga, ketersediaan, dan kualitas. Kualitas merupakan suatu persyaratan mutlak agar suatu produk dapat diterima dan bertahan di pasar. Untuk menjamin bahwa kualitas suatu produk tetap terjaga, diperlukan suatu standar produk / spesifikasi menurut keinginan konsumen atau berdasarkan suatu sistem manajemen mutu baik yang sistem manajemen mutu nasional seperti SNI maupun sistem manajemen mutu internasional seperti ISO.

Sebagai persyaratan yang harus ada dalam suatu produk, kualitas dan standar tidak dapat dipisahkan keberadaannya. Kualitas barang/jasa harus dipenuhi produsen berdasarkan suatu standar, dan standar yang dibentuk harus menjamin kualitas produk yang dihasilkan, baik dilihat dari proses maupun hasil akhirnya. Sebagai contoh adalah penerapan standar internasional ISO seri 9000. Seri ISO 9000 bukan merupakan standar produk, karena tidak menyatakan persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi oleh produk akan tetapi merupakan standar sistem manajemen kualitas. Standar ISO seri 9000 tidak menekankan mutu produk yang diproduksi oleh suatu organisasi, namun pada mutu proses yang organisasi gunakan untuk membuat suatu produk dan berfokus pada proses manajemen untuk memproduksi produk secara konsisten.

Standar

Pada tahap awal ini, kita akan mencoba untuk memahami dengan baik apa yang dimaksud dengan standar, hal-hal yang berhubungan dengan standar, terutama di Indonesia. Standar adalah spesifikasi teknis atau sesuatu yang dibakukan termasuk tata cara dan metode yang disusun berdasarkan konsensus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengalaman, perkembangan masa kini dan masa yang akan datang untuk memperoleh manfaat yang sebesar - besarnya (Lam-

piran Keputusan Kepala BSN, Sistem Standardisasi Nasional, 2001). Dari pengertian yang dikemukakan oleh BSN, kita dapat mengatakan bahwa suatu standar merupakan suatu ketentuan baku mengenai spesifikasi teknis yang dibuat untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dan disetujui oleh pihak-pihak yang terkait dengan standar tersebut dan dalam penentuan standar juga mempertimbangkan unsur keselamatan, kesehatan, teknologi, dll. Sebagai contoh standar pengukuran yaitu bahan ukur, alat ukur atau sistem pengukuran yang digunakan untuk menentukan, mewujudkan, melestarikan atau mereproduksi suatu satuan ukuran atau satu atau lebih nilai yang telah diketahui dari suatu besaran untuk dialihkan ke alat ukur lainnya dengan cara perbandingan (Contoh: Standar massa 1 kg; Standar resistor 100 Ohm; Standar frekuensi atom Caesium).

Selain itu, menurut ISO/IEC, standar didefinisikan sebagai dokumen, yang dibentuk menurut suatu konsensus/kesepakatan dan disetujui oleh badan yang berwenang, yang menyediakan aturan, garis pedoman, atau karakteristik untuk aktivitas/hasil, bertujuan untuk pencapaian tingkat optimum dalam konteks yang diberikan. Jadi pada dasarnya standar merupakan hasil kesepakatan/konsensus dari *stakeholder* / pihak yang memiliki kepentingan terhadap terbentuknya suatu standar baru.

Standar terdiri atas dua macam. Yaitu standar secara *de facto* dan secara *de jure*. Secara *de facto*, standar dimaksudkan sebagai standar yang ditetapkan oleh pemain pasar dan terbentuk secara sendirinya sebagai satu-satunya, atau salah satu, dari standar dominan tanpa pengaruh dari badan standardisasi resmi. Sedangkan secara *de jure*, standar dimaksudkan sebagai standar yang dibentuk secara resmi oleh badan standardisasi yang resmi.

Kedua standar, yaitu secara *de facto* dan *de jure*, digunakan secara bersama-sama, sesuai kesepakatan /konsensus dari para *stakeholder* standar yang bersangkutan. Proses pemberian standar kepada suatu produk/organisasi dinamakan standardisasi. Secara formal, menurut ISO/IEC, standardisasi didefinisikan sebagai aktivitas pembuatan, yang berhubungan dengan permasalahan yang terjadi/mungkin terjadi, yang bertujuan untuk pencapaian tingkat optimum dalam suatu konteks permasalahan yang diberikan.

*) Staf Pengajar Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Undip

Suatu definisi standardisasi yang baru yang dirasa cukup baik diberikan oleh De Vries, yang menyebutkan bahwa standardisasi adalah aktivitas pembuatan dan pencatatan seperangkat solusi yang terbatas yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi/yang mungkin terjadi, dengan tujuan untuk memuaskan pihak-pihak yang berkepentingan dengan permasalahan tersebut, memenuhi keinginan mereka, dan berharap bahwa solusi-solusi tersebut akan dapat digunakan secara berulang/kontinyu, selama periode tertentu, dan digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan standar tersebut.

Standar diharapkan dapat digunakan secara berulang-ulang dan seterusnya untuk suatu permasalahan yang sama, sehingga proses pembuatan standar (standardisasi) yang memakan waktu cukup lama dan proses yang cukup sulit, tidak terkesan sia-sia. Beberapa aktivitas yang berhubungan dengan standar yaitu akreditasi dan sertifikasi. Akreditasi adalah rangkaian kegiatan pengakuan formal oleh lembaga akreditasi nasional, yang menyatakan bahwa suatu lembaga / laboratorium telah memenuhi persyaratan untuk melakukan kegiatan sertifikasi tertentu. Sedangkan pengertian sertifikasi adalah rangkaian kegiatan penerbitan sertifikat (merupakan jaminan tertulis yang diberikan oleh lembaga/laboratorium yang telah diakreditasi untuk menyatakan bahwa barang, jasa, proses, sistem atau personel telah memenuhi standar yang dipersyaratkan) terhadap barang dan atau jasa (Lampiran Keputusan Kepala BSN, Sistem Standardisasi Nasional, 2001). Dari dua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa akreditasi adalah suatu jaminan bahwa suatu lembaga atau laboratorium tertentu dapat melakukan kegiatan sertifikasi (memiliki wewenang mengeluarkan sertifikat), sedangkan sertifikasi adalah suatu aktivitas pembuatan sertifikat untuk suatu barang atau jasa tertentu.

Sebagai contoh adalah tanda SNI () yang merupakan tanda sertifikasi yang dibubuhkan pada produk/ barang, kemasan atau label yang menyatakan bahwa barang tersebut telah memenuhi persyaratan SNI..

Akhir-akhir ini, dikenal suatu istilah baru dalam permasalahan mengenai standar, yaitu munculnya "*open standard*". *Open standard* didefinisikan sebagai standar yang dapat diperbanyak, digunakan, dan didistribusikan secara cuma-cuma dan semua teknologi yang menyertainya tidak dapat ditarik kembali setelah dimasukkan dalam teknologi yang bebas royalti. (ANSI)

Istilah lain yang mungkin perlu kita pahami bersama adalah *open standard*. Istilah ini muncul karena para pelaku merasa bahwa untuk menggunakan suatu standar yang baku/standar yang telah dipatenkan, mereka harus membayar sejumlah biaya kepada pemilik paten standar yang bersangkutan (biasanya disebut sebagai sponsor). Suatu standar yang

dikeluarkan oleh badan standardisasi yang resmi seperti ISO, IEC, dan IETF mengandung spesifikasi-spesifikasi di mana untuk menerapkannya, pengguna harus membayar biaya lisensi paten.

Jika harus membayar biaya paten, maka standar ini tidak dapat dimanfaatkan oleh perusahaan kecil yang sedang berkembang dalam hal peningkatan kualitas, karena biaya paten yang harus dibayar oleh pengguna cukup mahal. Hal ini akan bertentangan dengan prinsip dasar pengembangan standar yaitu *Openness* (memberikan kesempatan yang sama bagi semua pihak). Standar harus selalu diterapkan dalam proses-proses yang bertujuan untuk menghasilkan produk, dengan tujuan menjamin kualitas produk yang dihasilkan agar konsumen puas dengan produk tersebut dan tetap menggunakan produk perusahaan tersebut di masa yang akan datang. Jika kualitas yang dihasilkan buruk, maka akan mengakibatkan kehilangan pelanggan, produktivitas rendah, dan biaya kualitas yang mahal. Untuk mencegahnya, standar yang baik dan baku diperlukan di setiap produk dan proses yang dijalani produk tersebut. Pengertian dan ruang lingkup standar di atas telah menjelaskan hal-hal mendasar tentang standar. Pada bagian selanjutnya dari tulisan ini akan mencoba melihat kualitas dari berbagai sudut pandang.

Kualitas

Untuk mempertahankan keberadaan dan kelangsungan produk di pasar dalam jangka panjang, maka perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur maupun jasa harus berorientasi pada kualitas. Mengapa demikian? Kualitas dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk baik barang maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga dengan demikian perusahaan yang ingin bertahan dalam persaingan yang ketat dan cepat mengalami perubahan seperti saat ini, harus selalu mempertahankan tingkat kualitas yang telah mereka capai, serta selalu berusaha mengadakan perbaikan-perbaikan berkelanjutan demi peningkatan kualitas perusahaan. Dengan demikian penting sekali peran kualitas untuk suatu produk atau jasa tertentu sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga suatu perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang besar. Dalam hal ini kita tentu perlu mengetahui beberapa dimensi kualitas yang diperlukan yaitu a. Performansi yaitu karakteristik utama dari suatu produk atau jasa, b. Estetik, mengenai rasa, penampilan, perasaan, bau, c. *Feature* khusus, merupakan karakteristik tambahan, d. Kesesuaian, yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa sesuai dengan harapan konsumen, e. Tahan uji, adalah suatu konsistensi performansi, f. Daya tahan, masa hidup/kegunaan suatu produk/jasa, g. Kualitas yang dirasakan, evaluasi tidak langsung dari kualitas misal reputasi, h. Kemampuan pelayanan, yaitu pelayanan yang diberikan setelah produk terjual.

Dengan memiliki semua dimensi kualitas yang telah disebutkan di atas, diharapkan suatu produk yang dihasilkan memenuhi persyaratan ideal produk yang biasanya dibutuhkan/ diminta oleh konsumen.

Perusahaan yang bergerak di sektor barang menghasilkan produk nyata yang berwujud sedangkan di sektor jasa menghasilkan produk yang merupakan pelayanan. Dengan demikian kegiatan ekonomi yang biasanya menghasilkan sesuatu yang wujudnya tidak nyata seperti pendidikan, hiburan, transportasi, administrasi, layanan keuangan, kesehatan disebut kegiatan di sektor jasa. Namun sekarang ini terdapat kecenderungan banyak produk yang merupakan kombinasi dari barang maupun jasa yang biasanya dikenal dengan istilah *mix service*. Akan tetapi apapun jenis produk yang dihasilkan, perusahaan sekarang ini harus memfokuskan pada kualitas karena bagi konsumen produk yang berkualitas akan memberikan kepuasan sehingga kepercayaan untuk mengkonsumsi produk tersebut akan terus menjadikan para konsumen memiliki loyalitas akan produk tersebut.

Kualitas dapat didefinisikan sebagai kecocokan atau melebihi kebutuhan konsumen akan penggunaan produk. Kualitas/kualitas merupakan hal yang sangat vital diperlukan untuk meningkatkan perkembangan dan kemajuan ekonomi. Suatu produk dikatakan memiliki kualitas baik apabila memenuhi dua kriteria, yaitu kualitas desain (produk yang memiliki spesifikasi produk yang bersangkutan secara fisik / *performance*) dan kualitas kesesuaian (produk tersebut tidak menyimpang dari spesifikasi yang ditetapkan dan dapat memenuhi permintaan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan produk yang diterimanya).

Berdasarkan pada produk yang dihasilkan maka kualitas dibagi menjadi 2 yaitu kualitas barang dan kualitas jasa. Kita mengetahui bahwa kualitas barang meliputi kualitas dari suatu produk atau barang dimana dengan kesesuaian spesifikasi yang merupakan kebutuhan pelanggan. Kualitas ini dapat dinyatakan berwujud karena kita dapat melihatnya dengan baik. Sedangkan suatu kualitas jasa adalah suatu pelayanan atau jasa dimana si konsumen dapat merasa puas dengan apa yang diberikan si penjual jasa. Kualitas ini dapat dikatakan tak berwujud karena kualitas yang dihasilkan tidak dapat kita lihat melainkan dengan adanya perasaan puas atau senang dengan pelayanan atau jasa yang diberikan. Menurut Wyckoff (dalam Lovelock, 1998) kualitas jasa merupakan suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pada masa sekarang, pengertian dari konsep kualitas adalah lebih luas lagi dari sekedar inspeksi. Pengertian modern dari konsep kualitas adalah membangun kualitas sistem modern. Pada dasarnya, sistem kualitas modern dapat dicirikan oleh lima karakter

ististik yaitu berorientasi pada pelanggan, adanya partisipasi aktif seluruh bagian organisasi yang dipimpin oleh manajemen puncak dalam proses peningkatan kualitas secara terus menerus (*continuous improvement*), adanya pemahaman setiap orang dalam organisasi terhadap tanggung jawab spesifik terhadap kualitas, adanya aktivitas yang berorientasi pada tindakan pencegahan kerusakan (bukan berfokus untuk mendeteksi kerusakan), dan adanya suatu filosofi yang menganggap bahwa kualitas merupakan "jalan hidup" (*way of life*).

Saat ini, perusahaan harus menyadari bahwa kualitas merupakan harga mutlak yang tidak bisa ditawar lagi. Pengendalian kualitas harus dilaksanakan oleh semua perusahaan baik yang bergerak di bidang manufaktur ataupun jasa. Hal ini terutama disebabkan karena harapan konsumen terhadap kualitas tidaklah sama untuk kelas-kelas produk atau jasa yang berbeda. Untuk itu perusahaan perlu mengadakan sistem jaminan kualitas baik internal maupun eksternal. Sistem jaminan kualitas internal digunakan untuk mengetahui apakah suatu perusahaan telah menerapkan konsep pengendalian kualitas secara menyeluruh di perusahaan (*Total Quality Control – TQM*) atau belum. Sedangkan sistem jaminan kualitas eksternal digunakan untuk mengetahui tingkat kualitas yang telah dicapai oleh suatu perusahaan.

Penjaminan kualitas adalah semua aktivitas yang dilakukan untuk menjamin kualitas produk yang keluar dari proses dan hal ini memerlukan prosedur-prosedur, sistem dan pengukuran. Penjaminan kualitas diperlukan untuk mengontrol kualitas (*to check and control quality*) agar kualitas tetap terjaga, meningkatkan kualitas (*to improve the quality*), dan melindungi konsumen (*customer protection*) dari produk-produk yang tidak sesuai dengan persyaratan dan keinginan konsumen.

Ada dua segi umum tentang kualitas: kualitas rancangan dan kualitas kecocokan. Semua barang dan jasa dihasilkan dalam berbagai tingkat kualitas. Variasi dalam tingkat kualitas ini memang disengaja, maka dari itu istilah teknik yang sesuai adalah kualitas rancangan. Kualitas kecocokan adalah seberapa baik produk itu sesuai dengan spesifikasi dan kelonggaran yang disyaratkan oleh rancangan itu. Kualitas kecocokan dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk pemilihan proses pembuatan, latihan, dan pengawasan angkatan kerja, jenis sistem jaminan kualitas (pengendalian proses, uji, aktivitas pemeriksaan, dan sebagainya) yang digunakan, seberapa jauh prosedur jaminan kualitas ini diikuti, dan motivasi angkatan kerja untuk mencapai kualitas.

Selain itu, pengendalian kualitas diperlukan agar biaya kualitas yang dikeluarkan perusahaan mencapai tingkat yang paling minimum. Biaya kualitas adalah biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk, jadi biaya kualitas adalah biaya yang berhubungan dengan penilaian, pengidentifikasi-

sian, perbaikan dan pencegahan kerusakan. Biaya kualitas dapat dikelompokkan menjadi empat golongan yaitu: biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal, biaya penilaian, dan biaya pencegahan.

Berdasarkan pengukuran terhadap biaya kualitas, pihak manajemen dapat menjadikan ukuran-ukuran itu sebagai petunjuk untuk mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam upaya meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Jika suatu perusahaan ingin melakukan program perbaikan kualitas, pertama kali perusahaan itu harus mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan pada masing-masing dari keempat kategori biaya kualitas diatas. (Gasperz, 2002).

Program perbaikan dapat dilakukan dengan melalui reduksi biaya yaitu melalui eliminasi pemborosan. Elemen-elemen biaya kegagalan internal dan eksternal dapat dipergunakan untuk memantau secara terus menerus apakah program reduksi biaya telah efektif. Berkaitan dengan hal ini, kita dapat menggunakan suatu alat yang disebut sebagai Jendela Kegagalan (*Failure Grid*).

	Tanpa Kegagalan Eksternal	Dengan Kegagalan Eksternal
Tanpa Kegagalan Internal	OK (tidak ada pemborosan)	\$\$\$\$\$\$\$ (ada pemborosan)
Dengan Kegagalan Internal	\$\$\$\$ (ada pemborosan)	\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$ (ada pemborosan)

Gambar 1. Jendela Kegagalan

Kualitas dapat diukur berdasarkan biayanya, pada dasarnya perusahaan menginginkan agar biaya kualitas turun namun mampu menghasilkan output kualitas yang meningkat (Gasperz, 2002). Oleh karena itu konsep biaya kualitas dapat digunakan pula sebagai indikator keberhasilan suatu program perbaikan kualitas.

Pengendalian kualitas sendiri dikatakan efektif dan efisien apabila biaya total kegagalan internal dan eksternal terus menurun, sehingga biaya kualitas total juga akan terus menurun. Adanya komitmen manajemen yang tinggi secara simultan akan mengurangi pemborosan, sehingga akan menurunkan biaya kualitas total. Disamping itu komitmen manajemen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara terus menerus akan meningkatkan penerimaan total melalui loyalitas pelanggan terhadap produk. Pada akhirnya dengan adanya selisih yang besar antara penerimaan total dan biaya total akan menambah keuntungan bagi perusahaan.

Kualitas adalah istilah yang memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda. Misalnya definisi kualitas dari beberapa *gurus* adalah sebagai berikut :

1. Crosby (1979) "*Quality is conformance to requirements or specifications*" yang dapat diartikan bahwa kualitas merupakan suatu kesesuaian untuk memenuhi persyaratan atau spesifikasi
2. Juran (1974) "*Quality is fitness for use*" dalam hal ini artinya adalah suatu kualitas memiliki suatu pengendali yaitu konsumen. Apabila keinginan konsumen berubah maka kualitasnya juga akan mengalami perubahan pula.
3. Gazpersz, kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of costumers*)
4. Deming, pengendalian mutu terpadu adalah semua aktivitas yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan jangka panjang yang efisien dan ekonomis. Urutan aktivitas tersebut dikenal dengan siklus Deming, yakni PDCA (*Plan, Do, Check, Action*)
5. Genichi Taguchi, Kualitas sebagai fungsi yang hilang dari masyarakat dan dapat diwakili dengan sebuah fungsi kuadrat, seperti bertambah hilangnya akar deviasi dari nilai target
6. ANSI/ASQC Standard A3 – 1978, Kualitas adalah totalitas keistimewaan dan karakteristik dari sebuah produk/pelayanan yang menekankan pada kemampuannya untuk memuaskan secara penuh/sebagian kebutuhan
7. ISO, Pengendalian Kualitas adalah teknik dan kegiatan operasional yang digunakan untuk menerapkan manajemen mutu.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat diambil suatu ringkasan bahwa kualitas merupakan fitur atau karakteristik total dari sebuah produk barang atau jasa yang dikaitkan dengan kemampuannya memuaskan kebutuhan yang terlihat maupun tersirat.

Standar Versus Kualitas

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

Makna kualitas suatu produk atau layanan sendiri erat kaitannya dengan tingkat kesempurnaan, kesesuaian dengan kebutuhan, bebas dari cacat, ketidaksempurnaan, atau kontaminasi, serta kemampuan dalam memuaskan konsumen. Sebuah produk atau layanan yang memiliki fitur atau manfaat yang memuaskan kebutuhan konsumen dapat disebut sebagai produk atau layanan yang berkualitas, demikian pula sebaliknya, produk atau layanan yang memiliki fitur atau manfaat yang tidak memuaskan kebutuhan konsumen dapat disebut sebagai produk atau layanan yang tidak berkualitas. Akan dapat menilai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk melalui berbagai cara, seperti *feedback* langsung dari konsumen, atau juga bisa dilihat dari tingkat kerugian penjualan, turunnya *market share*, dan pada akhirnya adalah kerugian bisnis. Pada pasar dengan tingkat persaingan usaha yang sangat ketat, kualitas dari suatu produk atau layanan yang ditawarkan akan memiliki peranan yang sangat strategis terhadap perkembangan bisnis.

Lebih dahulu mana antara standar dan kualitas? Sangat sulit untuk membandingkan mana yang lebih dahulu lahir apakah standar dan kualitas. Tetapi untuk menjawab pertanyaan ini, dapat digunakan analogi "telur – ayam". Telur tidak akan ada tanpa ayam dan ayam tidak akan ada tanpa telur begitu juga dengan kualitas/layanan produk dan standar produk.

Mengapa standar itu penting? Sebagai pembeli atau pengguna suatu produk tentunya akan merasa sangat terganggu dan kecewa ketika produk yang telah dibeli tersebut ternyata memiliki kualitas yang sangat buruk, tidak layak pakai, tidak cocok dengan peralatan yang telah dimiliki sebelumnya, mudah rusak, atau berbahaya jika digunakan. Sebaliknya ketika produk yang dibeli atau digunakan telah memenuhi keinginan dan harapan dan tidak menimbulkan masalah selama pemakaiannya, kadang merasakan kenyamanan tersebut sebagai hal yang biasa saja. Itulah sebagian gambaran dimana masyarakat terkadang kurang peduli terhadap peran dari suatu sistem kualitas dalam meningkatkan level kualitas, keamanan, ketahanan, efisiensi, dan *interchangeability* dari suatu produk yang digunakan.

Penerapan standar didorong oleh tuntutan konsumen terhadap suatu jaminan mutu. Tuntutan tersebut menjadi lebih gencar setelah ditandatanganinya perjanjian *World Trade Organization* (WTO) yang di dalamnya mencakup mengenai penerapan standar Mutu, sehingga baik dalam kegiatan perdagangan internasional maupun untuk melindungi pengusaha dan konsumen di dalam negeri, standar Mutu menjadi salah satu nilai tambah bagi produsen & eksportir. Standar produk mengatur karakteristik teknis suatu produk untuk berbagai konteks keperluan. Standar ini dibangun oleh stakeholder produk tersebut yang secara bersama-sama menyepakatinya. Beberapa konteks keperluan yang penting adalah variasi (kualitas/standar) produk, peringkat kualitas, kompatibilitas atau interoperabilitas antar produk

dan persyaratan minimum produk.

Konteks keperluan yang pertama (variasi kualitas / standar produk) dikaitkan dengan skala ekonomi yang optimal dari variasi kualitas produk itu sendiri. Semakin produk bervariasi standarnya maka biaya produksi akan semakin besar, hal ini disebabkan karena variasi yang besar menjadikan volume produksi kecil sehingga jumlah pembagi biaya produksinya kecil. Tentu saja menjadikan harga produk untuk yang standar produksinya bermacam-macam menjadi mahal. Tetapi ketika jumlah variasi standar produk terlalu sedikit maka fleksibilitasnya rendah, berbagai variasi pengguna produk tidak akan terakomodir. Skala ekonomi yang optimal dari jumlah variasi standar produk menjadi suatu yang harus diperhitungkan untung-ruginya. Sebagai ilustrasi adalah produsen baju, sepatu, lampu dll. Mereka mengelompokkan variasi standar produk mereka dalam sejumlah varitas ukuran.

Variasi produk dari sisi kualitas disebabkan oleh kemampuan ekonomi konsumen yang akan dibidik berbeda-beda. Kondisi ini berkaitan dengan apa yang sering disebut Indikasi Peringkat Mutu.

Konteks keperluan yang kedua adalah Indikasi Peringkat Mutu. Variasi peringkat mutu yang besar menjadikan konsumen akan banyak dirugikan. Konsumen akan memilih produk sesuai dengan daya belinya. Mereka membutuhkan informasi yang lengkap tentang mutu suatu produk tetapi itu bukan ahl yang mudah. Fenomena "Gresham Law" dalam situasi ini akan terjadi. Fenomena ini menjelaskan bagaimana produk yang berkualitas baik dan harga mahal tidak dapat bersaing dengan produk yang kualitas dan harganya lebih murah. Fenomena ini tentunya akan merugikan perkembangan daya saing ekonomi. Untuk mengatasi persoalan variasi kualitas produk yang besar maka perlu disusun standar peringkat mutu yang mampu memberikan acuan baku. Standar ini tentunya akan mampu menghindarkan kerugian bagi pembeli produk dan memfasilitasi persaingan yang sehat antar produsen.

Konteks keperluan yang ketiga menjamin bagaimana standar diperlukan untuk menjamin kompatibilitas dan interoperabilitas antar produk. Produk yang berkualitas tentunya akan memperhatikan kemampuan kompatibilitas dan interoperabilitas produknya.

Konteks keperluan yang keempat adalah persyaratan minimum, konteks ini mencoba melindungi konsumen agar mendapatkan produk yang tidak merugikan mereka karena alasan kesehatan, keselamatan, kerusakan atau gangguan terhadap produk yang lain, kelestarian dan keamanan lingkungan hidup

Dalam penerapannya standar dapat dipaksakan melalui sebuah regulasi yang mengikat, dalam standar juga tercermin kualitas. Sedangkan kualitas adalah suatau yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap produk tertentu. Kualitas yang dipersepsikan baik oleh konsumen seringkali dijadikan sebagai standar.

Sehingga agak susah ditentukan mana yang lebih dahulu standar atau kualitas.

Dengan penerapan suatu sistem kualitas tertentu seperti ISO 9000, QS-9000 yang merupakan contoh standar, atau yang lain dalam bisnis, tentunya akan membawa dampak positif bagi bisnis, yaitu meningkatkan dan menjamin kualitas dari produk atau layanan yang dihasilkan sehingga pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau layanan yang disediakan.

Mutu suatu produk/layanan harus mengikuti suatu standar tertentu karena dengan penerapan standar, maka sistem secara otomatis akan berusaha mengontrol dan mencegah setiap potensi timbulnya ketidaksesuaian atau penyimpangan pada seluruh tahapan rantai pasok. Hal ini juga akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yaitu akan terhindarnya pemborosan anggaran, meminimalisasi biaya-biaya, dan pada akhirnya adalah meningkatnya keuntungan perusahaan secara signifikan.

Namun, perlu diingat juga bahwa pada pasar dengan tingkat persaingan bisnis yang ketat, perusahaan harus memiliki produk atau layanan dengan mutu yang baik dan tinggi agar tetap dapat meningkatkan nilai kompetitif perusahaan. Mutu yang baik hanya bisa dihasilkan oleh perusahaan yang memiliki sistem manajemen mutu yang handal. Tapi sistem manajemen mutu hanyalah sebuah alat yang dapat membantu perusahaan untuk bekerja secara lebih efektif dan efisien.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua produk sebuah perusahaan (barang atau jasa) akan berhasil dalam pasar apabila produk tersebut berkualitas dengan mengacu standar tertentu. Kualitas produk tersebut tidak akan bisa dicapai tanpa adanya standar-standar yang telah ditetapkan baik standar produk maupun standar sistem manajemen seperti ISO 9000, TS 16949, QS 9000, Six Sigma, dan *Malcolm Baldrige*. Dengan adanya standardisasi tersebut diharapkan kemampuan suatu produk untuk memenuhi persyaratan konsumen dan memberikan kepuasan konsumen meningkat.

Referensi

1. Badan Standardisasi Nasional. 2007. *Diktat Kuliah Standardisasi*. Tidak Diterbitkan.
2. Badan Standardisasi Nasional. Salinan Lampiran Keputusan Kepala Badan Standardisasi Nasional Nomor: 3401/Bsn-I/Hk.71/11/2001 Tanggal: 26 November 2001 Mengenai Sistem Standardisasi Nasional.
3. Goetsch, David L dan Davis, Stanley B. 2006. *Quality Management: Introduction to Total Quality Management for Production, Processing, and Services*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
4. http://id.saltanera.com/disknode/get/225/Sistem_Manajemen_Mutu_Antara_Kebutuhan_dan_Keharusan.html
5. Krechmer, Ken. 2005. "Open Standard Requirements" in Standard Engineering. HICSS Proceedings.
6. Kurihara, Shiro. 2006. "The General Framework and Scope of Standard Studies" dalam *Hitotsubashi Journal of Commerce and Management* 40. Tokyo: Hitotsubashi University.
7. National IT and Telecom Agency. "Definition of Open Standard". Denmark: National IT and Telecom Agency
8. Slob, Florens J.C. dan Henk J. de Vries. "Best Practice in Company Standardization".
9. Verma, Lal. C. 1973. *Standardization: A New Discipline*. New Delhi: East-West Press Pvt Ltd.