

Bab 01

Pendahuluan

A. Filosofi Baru dalam Menghasilkan Produk Bermutu

1. Kesesuaian Produk dengan Selera Konsumen

Quality conformance (kesesuaian kualitas) secara harfiah berarti kesesuaian produk dengan selera konsumen. Artinya, para produsen harus membuat produk dengan mutu yang sesuai dengan kebutuhan para konsumen.¹ Hal itu bertujuan agar produk dapat laku dijual. Kita ambil contoh produk telepon genggam yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu bergerak ke banyak tempat. Oleh karena itu, telepon genggam dibuat dengan ukuran semakin tipis dari tahun ke tahun.

Kajian tentang mutu produk juga mendapat perhatian lebih di dekade 1980–2000-an. Saat itu, perusahaan seperti Motorola, Harley Davidson, Intel, Microsoft (di Amerika Serikat), Sony Corp, Mitsubishi (di Jepang), dan Mercedes Benz (di Jerman) berusaha melaksanakan strategi yang berbasis pada mutu produk untuk memenangkan persaingan. Hal ini tidak lepas dari industri otomotif, elektronik, dan mesin di Jepang yang telah membuat produk berkualitas tinggi. Oleh sebab itu, industri otomotif Jepang mengalahkan industri otomotif Amerika Serikat dan Eropa Barat. Selain otomotif, industri jam tangan Jepang berhasil mengalahkan industri jam tangan Swiss. Produk-

¹ Suyadi Prawirosentono. 2004. *Filosofi Baru tentang Manajemen Mutu Terpadu Abad 21: Kiat Membangun Bisnis Kompetitif* (Edisi 2). Jakarta: Bumi Aksara, hlm. 72.