

MANFAAT SERTIFIKASI BAGI INDUSTRI DI INDONESIA¹

Untari Pudjiastuti dan Dohana Viskhurin F

Staf pada Pusat Penelitian dan Pengembangan Standardisasi
Badan Standardisasi Nasional.

Diajukan: 23 Maret 2010, Dinilai: 4 Mei 2010; Diterima: 6 April 2010

Abstrak

Perdagangan bebas menuntut keterbukaan antar Negara. Hal ini mendorong tumbuhnya bisnis sertifikasi, yaitu salah satu cara atau aktivitas yang ditetapkan oleh pihak ketiga yang biasa disebut lembaga sertifikasi untuk menjamin bahwa produk/jasa yang dihasilkan atau sistem manajemen yang diterapkan oleh perusahaan/organisasi telah sesuai dengan standar atau spesifikasi tertentu. Riset tentang manfaat sertifikasi bagi industri dan kendala/hambatan dalam sistem sertifikasi dilakukan menggunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana dua tahap dan pengumpulan data/informasi dilakukan melalui wawancara dan pemberian kuesioner. Data yang dikumpulkan adalah data skala *likert* (4 tingkatan) yang dianalisis dengan metode analisis deskriptif dan indeks yang diberikan pembobot. Survey dilakukan di 6 ibukota propinsi yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatera Utara, Sulawesi Selatan dan DKI Jakarta terhadap 88 responden. Hasil kajian menunjukkan bahwa secara umum duabelas peubah pengukur manfaat sertifikasi secara bersama-sama memperlihatkan adanya kecenderungan bermanfaat. Bila dilihat dari masing-masing peubah pengukur menunjukkan bahwa sertifikasi dapat meningkatkan secara signifikan sistem operasional perusahaan, kepercayaan pelanggan, kualitas produk, daya kompetitif, tingkat kepuasan pelanggan dan sistem monitoring atau kontrol. Namun sertifikasi belum mampu meningkatkan secara maksimal keuntungan finansial, *image* perusahaan, tingkat keberterimaan produk ekspor ke negara lain, tingkat pengetahuan standar bagi pegawai dan jumlah pelanggan. Sertifikasi juga tidak mampu menekan biaya operasional perusahaan. Hasil analisis data terhadap peubah penunjang menunjukkan bahwa: motivasi terbesar melakukan sertifikasi karena dorongan dari pimpinan manajemen, lembaga sertifikasi nasional masih merupakan pilihan utama responden, responden tidak mengalami kesulitan berarti dalam menerapkan sistem manajemen dan perolehan sertifikat dan biaya sertifikasi masih dianggap wajar. Industri dalam pengadaan barang dan jasa mengutamakan kualitas produk, kemudian disusul dengan pertimbangan kualitas dan harga produk.

Kata Kunci: sistem sertifikasi, sistem manajemen mutu, lembaga sertifikasi

Abstract

The Benefit of Certification for Industry in Indonesia

Free trade Area requires transparency among States. It encourages the growth of certification business, which is a means or activity conducted by third party, usually called a certification body, to ensure that the products /services produced or management systems employed by an organization comply with specified standards or specifications. Research on the benefits of certification for the industry and obstacles in the certification system was done using sampling method of simple random sampling in two stages. Data collection was using Interviews and questionnaire. Data collected is Likert scale data consisting of 4 levels and is analyzed by descriptive analysis method and the weighted index. The survey was conducted in six provincial capitals of East Java, Central Java, West Java, North Sumatra, South Sulawesi and Jakarta with 88 respondents. Results of the research showed that in general, the twelve of variables measuring certification benefits jointly showed the tendency of benefits. If each variable was taken into account, they showed that certification can improve significantly the company operational system, customer trust, product quality, competitive power, the level of customer satisfaction and monitoring or controlling system. However, certification has not been able to increase to the maximum the financial benefits, corporate image, the acceptance level of exported product, standard of employees knowledge, and the number of customer. Certification is also not able to reduce operational costs. The analysis result to the supporting data showed that: the highest motivation to do certification was because of encouragement from the leadership of management; national certification body was still the primary choice; there are no obstacles to apply quality management systems and obtaining certificate; and the cost of certification is still considered normal. The survey results also showed that the industry providing goods and services firstly emphasize on product quality, and secondly product quality and price.

Keywords: certification system, quality management system, certification body

¹ Kajian ini dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (DIKTI) Departemen Pendidikan Nasional dalam Program Hibah Penelitian untuk Peneliti dan Perekayasa sesuai Prioritas Nasional di BSN

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perdagangan Internasional telah berkembang pesat dan memasuki era perdagangan bebas. Produk industri telah dapat saling mengisi negara satu dengan negara lainnya. Persaingan semakin ketat sehingga produk yang mampu memenuhi persyaratan mutu dan standar Internasional yang akan memenangkan persaingan di perdagangan bebas.

Mutu dan standar memegang peranan penting dalam sistem perdagangan. Terdapat 2 (dua) kategori mutu dan standar yang dipersyaratkan yaitu: pertama, bahwa produk harus memenuhi spesifikasi standar tertentu; kedua bahwa perusahaannya harus memenuhi persyaratan standar sistem manajemen mutu yang diterima secara Internasional. Kegiatan sertifikasi adalah salah satu cara untuk menjamin bahwa produk/jasa yang dihasilkan telah memenuhi standar yang ditetapkan serta memenuhi dokumen normatif lainnya atau menjamin bahwa suatu perusahaan dalam memproduksi barang/jasanya telah menerapkan persyaratan standar sistem manajemen mutu yang diterima secara Internasional.

Pada tahun 2000 pemerintah Indonesia telah memulai mengambil langkah dalam mengantisipasi kecenderungan perdagangan bebas yang menuntut adanya kegiatan sertifikasi produk dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 102 tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional. Tujuan diberlakukannya PP No. 102 tahun 2000 tersebut adalah untuk mendukung peningkatan produktivitas, daya guna produksi, mutu barang, jasa, proses, sistem dan atau personel, meningkatkan daya saing, serta memberikan perlindungan terhadap konsumen, pelaku usaha, tenaga kerja dan masyarakat khususnya di bidang keselamatan, keamanan, kesehatan dan lingkungan hidup melalui kegiatan standardisasi. Ketentuan yang dimuat dapat pula mencakup terminologi, simbol, kemasan, serta persyaratan pembubuhan tanda dan label tertentu.

Peraturan Pemerintah Nomor 102 tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional memberi pijakan dasar dalam upaya mengembangkan sistem akreditasi-sertifikasi yang independen, kredibel dan transparan serta memenuhi persyaratan Internasional. Untuk memenuhi kebutuhan akan kegiatan sertifikasi, pemerintah telah membentuk Komite Akreditasi Nasional (KAN) berdasarkan Kepres No 78 tahun 1999 yang bertugas untuk memberikan akreditasi terhadap lembaga sertifikasi.

Keberhasilan sertifikasi sistem manajemen maupun produk akan sangat mempengaruhi dalam meningkatkan daya saing produk Indonesia dan memberikan perlindungan terhadap konsumen, pelaku usaha, tenaga kerja serta masyarakat, maka perlu dikaji sejauh mana kondisi penerapan kegiatan akreditasi-sertifikasi yang berlaku saat ini dari berbagai pihak/sumber yang terkait, khususnya para industri yang telah menerapkan kegiatan sertifikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Tujuan utama sertifikasi bagi industri adalah industri ingin menerapkan sistem manajemen mutu sesuai dengan standar yang diakui secara Internasional sehingga diperoleh keteraturan dalam proses produksi, menghasilkan produk yang memenuhi persyaratan pelanggan, dan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya bagi industri.

Fungsi sertifikasi antara lain sebagai bukti jaminan tertulis terkait: a) penerapan sistem manajemen mutu organisasi dalam memproduksi barang/jasa telah memenuhi persyaratan Internasional (contoh ISO 9000, ISO 14000, HACCP, dll) dan b). penandaan/pelabelan jaminan kualitas produk yang dijual di pasaran sesuai dengan standar persyaratan yang diacu (contoh sertifikasi Sertifikat Penggunaan Penandaan Tanda SNI). Sehingga dengan penandaan/pelabelan maka produk menjadi terjaga mutu dan kualitasnya dan konsumen terlindungi dari keamanan, bahaya, dan keselamatannya.

Melihat pentingnya sertifikasi seperti uraian di atas maka pemasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut: sejauh mana manfaat yang diperoleh setelah proses sertifikasi? dan adakah kendala dalam penerapan sertifikasi?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Mempelajari dan mengkaji manfaat penerapan SNI melalui sertifikasi yang berlaku di Indonesia.
- b. Menggali kendala/hambatan dalam penerapan sertifikasi

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk menunjang pengambilan kebijakan dan perbaikan penerapan sistem sertifikasi dan akreditasi yang diterapkan di Indonesia.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah industri/organisasi yang telah memperoleh sertifikasi sesuai dengan SNI ISO 9001, SNI 01-4852-1996 (HACCP), SNI Produk (SPPT SNI) dan SNI ISO 14001.dari lembaga sertifikasi yang ada di 6 propinsi yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sulawesi Selatan, Sumatera Utara dan DKI Jakarta.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Sertifikasi

Sertifikasi adalah rangkaian kegiatan penerbitan sertifikat terhadap barang dan atau jasa. Sertifikat adalah jaminan tertulis yang diberikan oleh lembaga/laboratorium yang telah diakreditasi untuk menyatakan bahwa barang, jasa, proses sistem atau personel telah memenuhi standar yang dipersyaratkan.

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, standar secara luas bisa dibagi menjadi tiga kategori, yaitu standar produk, standar proses dan standar sistem manajemen. Standar produk mengacu pada karakteristik yang berhubungan dengan mutu dan keselamatan. Standar proses mengacu pada keadaan dimana produk dan jasa dibuat, dikemas atau disuling. Standar sistem manajemen untuk membantu mengelola sistem operasional organisasi. Standar sistem manajemen sering digunakan untuk membantu membuat kerangka kerja yang kemudian memungkinkan organisasi secara konsisten mencapai persyaratan-persyaratan yang ditetapkan dalam produk dan standar proses.

Sertifikasi adalah salah satu kegiatan dari penerapan standar. Sertifikasi dapat lebih berdaya guna dan berhasil guna jika didukung dengan sistem sertifikasi yang kredibel, dapat dipercaya dan dilakukan sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku secara Internasional. Dengan demikian lembaga sertifikasi mempunyai peranan yang sangat besar dalam memberikan jaminan mutu terhadap barang dan/atau jasa.

Ada tiga tipe utama kegiatan sertifikasi, yaitu:

- a. Sertifikasi pihak pertama (*first party certification*), yaitu rangkaian kegiatan penerbitan sertifikat yang dilakukan oleh pihak pertama (produsen). Sertifikasi tipe ini sering disebut "*self certification*".
- b. Sertifikasi pihak kedua (*second party certification*), yaitu rangkaian kegiatan penerbitan sertifikat yang dilakukan oleh pihak kedua (konsumen).
- c. Sertifikasi pihak ketiga (*third party certification*), yaitu rangkaian kegiatan penerbitan sertifikat yang dilakukan oleh pihak ketiga (lembaga sertifikasi yang netral dan kredibel).

Pihak ketiga yang dimaksud adalah lembaga sertifikasi. Lembaga ini sebaiknya telah diakreditasi oleh badan yang berwenang dalam pemberian akreditasi. Penggunaan pihak ketiga sebagai upaya untuk penjaminan bahwa proses sertifikasi dilakukan secara transparan, kredibel, dan independent sehingga diharapkan adanya kepercayaan masyarakat yang lebih tinggi dibanding dengan hanya melalui "*self declare*".

Kegiatan sertifikasi sistem manajemen menunjukkan bahwa sistem manajemen dari organisasi:

- a. sesuai dengan persyaratan yang ditentukan,
- b. mampu mencapai kebijakan dan sasaran yang ditetapkan secara konsisten, dan
- c. diimplementasikan secara efektif

Oleh karena itu, sertifikasi sistem manajemen ditujukan memberikan nilai pada organisasi dan pelanggannya, serta pihak yang berkepentingan.

Sertifikasi sistem manajemen mempunyai manfaat baik internal maupun eksternal. Manfaat secara eksternal adalah dapat menunjukkan kepada pelanggan dan pemasok bahwa perusahaan/organisasi mempunyai rasa percaya diri, kepuasan, bisnis yang berkesinambungan, meningkatkan keunggulan kompetitif, menjaga dan membangun daftar pelanggan, dan lebih mudah tanggap pada kesempatan/pejuang pasar yang ada di seluruh dunia. Sedangkan manfaat internal bagi organisasi adalah alat yang bagus untuk mengembangkan fondasi yang kuat bagi proses dan sistem yang ditetapkan dalam perusahaan. Proses dan sistem merupakan hal penting dalam pengelolaan dan pengembangan sebuah perusahaan untuk meningkatkan mutu. Organisasi dapat menunjukkan kepada pelanggan bahwa organisasi memperhatikan mutu dengan serius, proaktif dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai fokus utama.

Untuk Sertifikasi Penggunaan Tanda SNI adalah pencantuman tanda yang biasanya

berupa tulisan “SNI” dan dicantumkan pada kemasan produk. Di Indonesia, lembaga yang dianggap kompeten untuk mengeluarkan sertifikat adalah lembaga sertifikasi produk yang telah diakreditasi KAN (Komite Akreditasi Nasional). Konsekuensi logis jika terjadi penyalahgunaan sertifikat atau tanda SNI dan terbukti bahwa produknya tidak memenuhi persyaratan standar SNI tertentu maka hal ini dapat dikatakan sebagai pelanggaran dalam hukum pidana.

Manfaat sertifikasi produk adalah sebagai jaminan mutu, melindungi konsumen, meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan daya saing.

2.2 Proses Sertifikasi

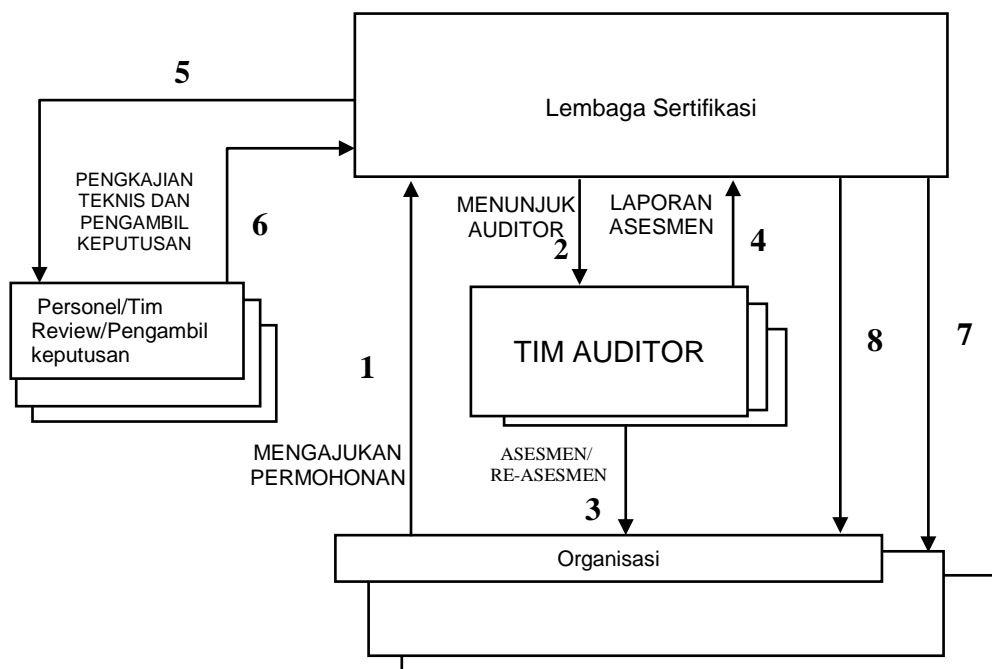
Organisasi yang ingin mendapatkan sertifikasi harus mempelajari prosedur dan tatacara yang diatur oleh lembaga sertifikasi.

Tahap-tahap dalam program sertifikasi meliputi:

- a. Mengajukan permohonan ke lembaga sertifikasi
- b. Pengkajian kelengkapan permohonan
- c. Audit dokumen sistem mutu (*adequacy audit*).
- d. *Pre-assesment* (apabila diperlukan).
- e. *Initial assesment*.(audit tahap 1 dan 2)
- f. Keputusan sertifikasi.
- g. Penyerahan sertifikat.
- h. Survailen secara periodik

Tujuan survailen adalah untuk membuktikan bahwa penerapan sistem manajemen mutu telah dilakukan secara berkesinambungan, di samping itu dapat dilakukan peninjauan terhadap implikasi perubahan-perubahan yang dapat mempengaruhi sistem manajemen mutu.

Prosedur sertifikasi secara garis besar dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Prosedur Sertifikasi

Pada prosedur untuk memperoleh sertifikat yang berlaku saat ini di Indonesia, masih banyak beberapa hal yang masih menjadi bahan diskusi, antara lain adalah Lembaga Sertifikasi asing yang beroperasi di Indonesia ada yang telah diakreditasi oleh Komite Akreditasi Nasional dan yang tidak diakreditasi oleh KAN. Sedangkan menurut ketentuan BKPM, LS asing seharusnya diakreditasi oleh KAN bila beroperasi di Indonesia agar ada pengawasan terhadap unjuk kerjanya.

2.3. Akreditasi

Tanggung jawab dan wewenang pemberian akreditasi dan sertifikasi secara Internasional dilakukan oleh suatu badan dunia, yaitu *International Accreditation Forum* (IAF). IAF merupakan badan dunia yaitu federasi badan akreditasi nasional lebih dari 30 negara di dunia, di antaranya; KAN (Indonesia) menjadi anggotanya. Di tingkat regional Asia-Pasifik terdapat pula federasi badan akreditasi yaitu *Pacific Accreditation Corporation* (PAC) yang

anggotanya antara lain; CNAB (China), CNACR (China), DSM (Malaysia), JAB (Jepang), KAN (Indonesia), JAS-ANZ (Australia-Selandia Baru), KAB (Korea Selatan), SAC (Singapura), SCC (Kanada) dan NAC (Thailand).

Badan akreditasi di Indonesia adalah Komite Akreditasi Nasional (KAN) yang mempunyai tanggung jawab dan wewenang untuk menyelenggarakan sistem akreditasi dan sertifikasi di negara Republik Indonesia. Tugasnya adalah memberikan akreditasi kepada semua lembaga sertifikasi, laboratorium uji maupun lembaga inspeksi yang telah lulus asesmen sesuai persyaratan standar yang berlaku di seluruh wilayah Indonesia.

KAN menetapkan peraturan dan persyaratan pemberian, pemeliharaan, perluasan, pengurangan, penundaan dan pencabutan akreditasi, baik sebagian atau keseluruhan dari lingkup akreditasi. Pelaksanaan akreditasi di Indonesia meliputi peraturan dan persyaratan akreditasi yang berlaku secara Internasional, yaitu peraturan dan persyaratan yang disusun dan ditetapkan oleh organisasi Internasional atau regional di bidang standardisasi, misalnya peraturan atau persyaratan yang disusun dan ditetapkan oleh ISO ("International Organization for Standardization"), CAC ("Codex Alimentarius Commission"), IEC ("International Electrotechnical Commission"), ILAC ("International Laboratory Accreditation Cooperation"), APLAC ("Asia Pacific Laboratory Accreditation Cooperation"), APMP ("Asia Pacific Metrology Programme"), IAF ("International Accreditation Forum"), PAC ("Pacific Accreditation Cooperation"), dan sebagainya.

Sistem akreditasi KAN untuk lembaga sertifikasi telah diakui oleh IAF dan PAC, karena telah dilakukan evaluasi terhadap pemenuhan kesesuaian sistem yang diterapkan oleh KAN. KAN telah menandatangani nota perjanjian saling pengakuan (MRA) IAF dan PAC. Sesuai ketentuan World Trade Organization (WTO) bahwa negara-negara yang menyepakati perdagangan bebas harus menandatangani nota perjanjian saling pengakuan terhadap penggunaan standar-standar Internasional termasuk ketentuan-ketentuannya.

Untuk memenuhi maksud tersebut, KAN telah menandatangani nota perjanjian saling pengakuan sebagai anggota IAF dan PAC untuk Sistem Manajemen Mutu, Sistem manajemen lingkungan dan sistem sertifikasi produk (member of IAF dan PAC *multilateral recognition agreement for Quality Management System*)

Dalam nota yang tertuang dalam perjanjian saling pengakuan tersebut dikatakan, bahwa sertifikat yang diterbitkan oleh lembaga sertifikasi yang diakreditasi oleh badan akreditasi anggota IAF dan PAC adalah ekuivalen dan diakui di semua negara anggota.

Sampai dengan Desember 2009 jumlah sertifikat yang telah diterbitkan oleh lembaga sertifikasi yang diakreditasi oleh KAN adalah sebagai berikut:

- a. Kinerja (*performance*): Karakteristik operasi dasar dari suatu produk, misalnya kecepatan pengiriman barang, serta jaminan keselamatan barang.
- b. Fitur (*features*): Karakteristik pelengkap khusus yang dapat menambah pengalaman pemakaian produk, contohnya minuman gratis pada saat penerbangan. Reliabilitas, yaitu probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan, semakin andal produk bersangkutan.
- c. Konformasi (*conformance*), yaitu tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan, misalnya ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kereta api.
- d. Daya Tahan (*Durability*), yaitu jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, semakin besar pula daya tahan produk.
- e. *Serviceability*, yaitu kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahmatan staf layanan.
- f. Estetika (*aesthetics*), menyangkut penampilan produk yang bisa dinilai dengan panca indra (rasa, bau, suara dst).
- g. Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*), yaitu kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual. misal BMW, SONY dll.
- h. Kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kinerja, yang pada gilirannya akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan mutu, mutu mempunyai dampak langsung pada prestasi produk dan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pelanggan, bila

produk jauh lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, pelanggan tidak puas. Bila prestasi sesuai dengan harapan. Pembeli jasa merasa puas

Pengukuran tingkat manfaat sertifikasi bagi industri pada penelitian ini menggunakan kuesioner kepuasan pelanggan yang mencakup berbagai atribut manfaat sertifikasi yang dilihat dari berbagai aspek. Pada penelitian ini manfaat sertifikasi dikatakan signifikan berarti dampak dari proses sertifikasi dapat memuaskan industri penerap SNI terkait, sedangkan jika tidak signifikan berarti dampak dari sertifikasi tidak dapat memuaskan industri penerap SNI terkait. Dalam proses sertifikasi aspek manfaat yang diukur adalah aspek yang dapat memenuhi harapan pelanggan antara lain sistem operasional, kepercayaan pelanggan, keuntungan finansial, kualitas produk, image perusahaan, daya kompetitif, kepuasan pelanggan, sistem monitoring dan kontrol, tingkat keberterimaan produk, tingkat pengetahuan tentang standardisasi dari pegawai, jumlah pelanggan, dan biaya operasional produksi. Indikator kepuasan pelanggan diukur dengan nilai indeks kepuasan. Bila nilai indeks kepuasan tinggi menunjukkan sertifikasi bermanfaat bagi pelanggan.

2.4. Standar Nasional Indonesia (SNI)

SNI adalah satu-satunya standar yang berlaku secara nasional di Indonesia. SNI dirumuskan oleh Panitia Teknis dan ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional. Perumusan SNI selalu melalui tahapan yang sudah ditetapkan dan melibatkan para pemangku kepentingan.

Agar SNI memperoleh keberterimaan yang luas diantara para pemangku kepentingan, maka sesuai dengan WTO Code of good practice pengembangan SNI harus memenuhi sejumlah norma, yakni: a). Keterbukaan agar semua stakeholder yang berkepentingan dapat berpartisipasi dalam pengembangan SNI. (b) Transparan agar pemangku kepentingan dapat mengikuti perkembangan SNI mulai dari tahap pemrograman dan perumusan sampai ke tahap penetapannya dan memperoleh semua informasi yang berkaitan dengan pengembangan SNI c). Konsensus dan Ketidakberpihakan agar semua stakeholder dapat menyalurkan kepentingannya dan diperlakukan secara adil, (d) Efektif dan relevan agar dapat memfasilitasi perdagangan dengan memperhatikan kebutuhan pasar dan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, (e) Koheren sesuai dengan pengembangan standar Internasional agar perkembangan pasar negara kita tidak terisolasi dari perkembangan pasar

global dan memperlancar perdagangan Internasional; dan (f) Dimensi pengembangan memperhatikan kepentingan publik dan kepentingan nasional dalam meningkatkan daya saing perekonomian nasional.

Norma-norma pengembangan standar tersebut diusahakan dapat diterapkan secara baik di Indonesia. Selain norma yang harus diikuti, perlu mengupayakan adopsi standar Internasional termasuk standar ISO/IEC sebagai SNI dan mengupayakan abolisi SNI yang bertentangan dengan standar ISO/IEC, namun demikian adopsi secara menyeluruh tidak dapat dilakukan dalam kasus-kasus tertentu karena alasan nasional terkait dengan aspek keamanan, perlindungan, kesehatan dan keselamatan manusia atau perlindungan lingkungan atau faktor iklim, geografi atau masalah teknologi yang mendasar dan perjanjian TBT-WTO menyetujui adanya penyimpangan tersebut dengan alasan nasional (PSN 03; 2007).

2.5. Sifat Pemberlakuan terhadap SNI

Ketentuan tentang sertifikasi sistem manajemen (SNI ISO 9001, SNI ISO 14001, SNI 01-4852/HACCP, dll) bersifat sukarela namun ada pula sertifikasi yang diwajibkan penerapannya oleh regulasi teknis di Indonesia misalnya sertifikasi untuk produk tertentu. Sertifikasi dapat diwajibkan penerapannya, dengan alasan sebagai perlindungan bagi konsumen, keselamatan, kesehatan atau kelestarian lingkungan hidup. Apabila sertifikasi produk diberlakukan secara wajib, maka diperlukan suatu kesiapan baik mengenai infrastruktur, sumber daya dan regulasi yang jelas terhadap peraturan pengawasan dan sanksi/hukum untuk pelanggaran peraturan ini.

Kesadaran masyarakat umumnya masih menerapkan sertifikasi atas dorongan adanya kewajiban regulasi, khususnya untuk sertifikasi produk.

2.6. Indikator Kepuasan Pelanggan

Salah satu faktor yang paling penting dalam penerapan sertifikasi adalah fokus pada pemenuhan kepuasan pelanggan. Dalam rangka memuaskan pelanggannya, pimpinan perusahaan/organisasi yang menjual produk berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar mengetahui atribut apa yang membuat pelanggan menjadi tidak puas. Pengukuran ini sangat bersifat subyektif sebagai indikator mutu karena ukuran-ukuran ini berfokus pada persepsi dan sikap daripada hal-hal yang konkret yang disebut kriteria obyektif. Hal ini perlu dilakukan karena indeks obyektif

yang lebih kongkrit tidak berlaku di dalam memperkirakan mutu jasa/pelayanan. Biasanya tingkat kepuasan sangat bergantung pada mutu produk baik berupa barang atau jasa. Produk dapat dikatakan bermutu bila dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya dan aspek mutu tersebut dapat diukur.

Akhir-akhir ini terjadi kecenderungan untuk menggunakan ukuran yang subyektif atau "soft measures" sebagai indikator mutu. Ukuran ini berfokus pada persepsi dan sikap, dan lebih cocok untuk perusahaan jasa karena pada perusahaan jasa pemimpin organisasi hanya ingin melihat pengertian/pemahaman secara komprehensif mengenai persepsi pelanggannya. Pengukuran lunak ini meliputi kuesioner kepuasan pelanggan untuk menentukan persepsi dan sikap pelanggan mengenal mutu barang/jasa yang mereka beli.

Swan, et al. (1980) dalam bukunya Fandy Tjiptono, 2004 mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakaiannya

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi/perusahaan harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen/pelanggan, kualitas memiliki beberapa dimensi pokok, tergantung pada konteksnya. Dalam kasus pemasaran barang, ada delapan dimensi utama yang biasanya digunakan (menurut Gregorius Chandra 2002), yaitu:

3. METODOLOGI

3.1 Metoda Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan cara mengambil sampel secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*) dua tahap. Tahap *pertama* memilih propinsi yang padat industri. Tahap *kedua* dari propinsi terpilih, dipilih perusahaan secara acak dengan asumsi unit observasi pada populasi adalah *homogen*. Unit observasi pada penelitian ini adalah perusahaan/organisasi yang memperoleh sertifikat. Jumlah unit yang dipilih lebih besar dari 30 responden. Menurut *Guilford* (1987;125) semakin besar contoh yang diambil semakin akurat hasil yang diperoleh, dan dalam penelitian ini diambil 88 perusahaan.

Data yang dikumpulkan adalah data primer yang bersifat kualitatif. Data primer

adalah data yang diperoleh langsung dari perusahaan berupa jawaban pertanyaan dalam kuesioner melalui survei langsung dan pengiriman jawaban kuesioner melalui fax maupun email. Kriteria pemilihan perusahaan/obyek/responden sebagai unit observasi adalah industri yang telah disertifikasi oleh lembaga sertifikasi yang berada di wilayah kota-kota besar di Indonesia

3.2 Metode Analisis Data

Produk dan atau jasa akan bermanfaat bagi konsumen apabila produsen akan selalu berusaha mendekati pada kepentingan atau kepuasan pelanggan. Untuk itu jasa sertifikasi akan sangat berguna bila dapat meningkatkan secara nyata ukuran kinerja perusahaan. Dalam pengukuran tingkat kinerja perusahaan ini digunakan skala 4 tingkat (*Skala Likert*) yang secara umum terdiri dari: sangat meningkat, meningkat, biasa saja dan tidak meningkat

Keempat penilaian tersebut diberikan pembobot sebagai berikut:

- Jawaban sangat meningkat diberi bobot 4 berarti sangat puas
- Jawaban meningkat diberikan bobot 3 berarti puas
- Jawaban biasa diberikan bobot 2 berarti kurang puas
- Jawaban tidak meningkat diberikan bobot 1 berarti tidak puas

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data skala likert, maka analisis yang dapat digunakan untuk lebih mendekati kebenaran adalah metode analisis deskriptif dan indeks yang diberikan pembobot.

Metode analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui peranan peubah pengukur yang menunjang manfaat sertifikasi dengan membentuk tabel-tabel persentase. Sedangkan analisis indeks kepuasan (IK) digunakan untuk mengukur peubah-peubah yang ditetapkan ada kecenderungan berpengaruh nyata atau tidak berdasarkan besarnya angka indeks yang dirumuskan sebagai berikut:

$$IK_w = \frac{\sum W_i \cdot X_i}{\sum W_i}$$

$$\text{atau } IK_w = \frac{(W_1 \cdot X_1 + W_2 \cdot X_2 + \dots + W_{12} \cdot X_{12})}{W_1 + W_2 + \dots + W_{12}}$$

dimana:

- Ik_w = Indeks kepuasan ke w,
 W_i = pembobot ke i,
 X_i = peubah pengukur ke i,

$i = 1,2,3,4,\dots,12$

Dari rumus umum tersebut dapat disederhanakan sebagai berikut:

Nilai rata-rata per unit pertanyaan (NRR) = Jumlah nilai/jumlah responden

Bobot nilai rata-rata tertimbang (NRRT) = NRR X Pembobot

$$\text{Pembobot} = \frac{1}{\text{Jumlah per tanyaaan}}$$

Untuk mengetahui suatu peubah berpengaruh terhadap manfaat sertifikasi, maka angka indeks masing-masing peubah pengukur akan dimasukkan kedalam tabel kriteria pengujian sehingga akan menghasilkan keputusan pengujian dengan mengkonversikan IK ke dalam nilai dasar 25 dengan nilai sebagai berikut:

Indeks kepuasan (IK) = NRRT X 25.
Kriteria ujinya adalah:

Tabel 1 Kriteria Uji

Nilai Persepsi	Nilai interval IK	Nilai interval konversi IK	Manfaat sertifikasi	Tingkat Kepuasan
1	1.00 – 1.75	25.00 – 43.73	D	Tidak signifikan
2	1.75 – 2.50	43.76 – 62.50	C	Kurang signifikan
3	2.51 – 3.25	62.51 – 81.25	B	Signifikan
4	3.26 – 4.00	81.26 – 100.00	A	Sangat signifikan

4. ANALISIS

4.1 Analisis Manfaat Sertifikasi

Dalam bagian ini dijelaskan tentang manfaat sertifikasi bagi perusahaan. Tingkat manfaat sertifikasi ini dikelompokkan kedalam 12 atribut

manfaat yang dirasakan oleh perusahaan dengan cara memberi skor melalui penghitungan Indeks Kepuasan (IK). Dari 88 responden yang diteliti diperoleh hasil penilaian dari rata-rata tertimbang seperti tabel berikut ini:

Tabel 2 Hasil Pengolahan Indeks Kepuasan

No	Faktor-Faktor Keberhasilan	Nilai IK	Tingkat Kepuasan
1	Sistem operasional	70,93	signifikan
2	Kepercayaan pelanggan	72,16	signifikan
3	Keuntungan finansial	63,07	signifikan
4	Kualitas produk	74,15	signifikan
5	Image perusahaan	67,33	signifikan
6	Daya kompetitif	73,01	signifikan
7	Tingkat kepuasan	73	signifikan
8	Sistem monitoring	75,85	signifikan
9	Tingkat ketertarikan	66,04	signifikan
10	Tingkat pengetahuan standardisasi bagi pegawai	69,60	signifikan
11	Jumlah pelanggan	65,63	signifikan
12	Biaya operasional	48,30	kurang signifikan

Nilai total IK adalah 68.61 (signifikan pada level yang paling bawah) yang berarti secara umum dari ke duabelas peubah pengukur manfaat sertifikasi secara menyeluruh

memperlihatkan adanya kecenderungan bermanfaat walaupun nilai IK-nya masih mendekati batas kritis kurang signifikan.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa dengan adanya sertifikasi dapat meningkatkan sistem operasional perusahaan, kepercayaan pelanggan, kualitas produk, daya kompetitif, tingkat kepuasan pelanggan dan sistem monitoring dan kontrol secara signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai IK sebesar lebih dari 70. Perolehan sertifikasi belum mampu meningkatkan secara maksimal terhadap: keuntungan finansial, image perusahaan, tingkat keberterimaan produk ekspor ke negara lain, tingkat pengetahuan standar bagi pegawai dan jumlah pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai IK yang mendekati persyaratan terendah kriteria signifikan yaitu 62,51. Penerapan sertifikasi juga belum mampu menekan biaya operasional perusahaan, hal ini terlihat dari nilai IK sebesar 48.3 (Tabel 2).

4.2 Analisis Faktor - Faktor Pendukung Sertifikasi

Selain faktor-faktor dari proses sertifikasi yang berpengaruh langsung terhadap manfaat

sertifikasi bagi industri/organisasi yang memperoleh sertifikat SNI, pada penelitian ini dikumpulkan juga informasi pendukung yang mempunyai dampak tidak langsung terhadap industri dalam menerapkan sertifikasi. Adapun hasil pengolahan data informasi penunjang dari perusahaan yang menerapkan sertifikasi adalah sebagai berikut:

Motivasi pelanggan dalam melakukan sertifikasi merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan dalam memperoleh sertifikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi untuk melakukan sertifikasi paling besar berasal dari keinginan manajemen (43.1%). Hal ini merupakan fakta bahwa saat ini kecenderungan penerapan standar berasal dari dalam perusahaan itu sendiri yang menunjukkan indikasi mulai tumbuhnya kesadaran akan penggunaan standar (Tabel 3).

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Motivasi Perusahaan Melakukan Sertifikasi

Kode	Deskripsi	%
1	Permintaan pelanggan	12.3
2	Keinginan manajemen	43.1
3	Permintaan pelanggan dan keinginan manajemen	12.3
4	Regulasi	18.5
6	Keinginan manajemen dan regulasi	3.1
7	Permintaan pelanggan, keinginan manajemen, dan regulasi	7.7
14	Keinginan manajemen, regulasi, dan lainnya	1.5
15	Permintaan pelanggan, keinginan manajemen, regulasi, dan lainnya	1.5
	Jumlah	100.0

Tabel 4 Frekuensi Pertimbangan Pemilihan Lembaga Sertifikasi

Kode	Deskripsi	%
1	Jauh/dekat	5.0
2	Biaya sertifikasi	8.3
4	Diakreditasi/Tidak diakreditasi	71.7
6	Biaya sertifikasi dan diakreditasi/tidak diakreditasi	5.0
7	Jauh/dekat, biaya sertifikasi, dan diakreditasi/tidak diakreditasi	1.7
8	Lainnya	5.0
10	Biaya sertifikasi dan lainnya	3.3
	Jumlah	100

Bila dilihat dari pertimbangan perusahaan dalam memilih lembaga sertifikasi, ternyata pemilihan lembaga sertifikasi yang sudah diakreditasi mendominasi pertimbangan pemilihan LS (71.7%), hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan adanya akreditasi meningkatkan kepercayaan industri terhadap kinerja dari Lembaga sertifikasi (Tabel 4).

Sedangkan bila dilihat dari asal lembaga sertifikasi terdapat kecenderungan industri masih memilih lembaga sertifikasi nasional (Tabel 5).

Tabel 5 Distribusi Frekuensi Pemilihan Lembaga Sertifikasi

Kode	Deskripsi	%
1	Lembaga sertifikasi asing	27.4
2	Lembaga sertifikasi nasional	72.6
	Jumlah	100

Untuk aspek penerapan sistem manajemen dalam proses sertifikasi bukan merupakan kendala., hal ini ditunjukkan dengan jumlah responden yang menyatakan biasa-biasa saja dalam menerapkan sistem manajemen yang ditetapkan oleh perusahaan sebesar 57.1 % (Tabel 6).

Tabel 6 Distribusi Frekuensi Tingkat Kesulitan Penerapan Sistem Manajemen

Kode	Deskripsi	%
1	Sangat mudah	1.6
2	Mudah	25.4
3	Biasa-biasa	57.1
4	Sulit	15.9
	Jumlah	100

Untuk aspek biaya sertifikasi menurut responden masih dalam tingkat kewajaran (55.7%) walaupun demikian aspek biaya ini tidak dapat diabaikan dalam pertimbangan perolehan sertifikasi karena 34.4% responden menjawab biaya sertifikasi mahal. (Tabel 7).

Untuk proses mendapatkan sertifikasi bukan merupakan kendala, hal ini ditunjukkan dengan jumlah responden yang menyatakan biasa-biasa saja sebesar 62.3% (Tabel 8).

Tabel 7 Distribusi Frekuensi Biaya Sertifikasi

Kode	Deskripsi	%
1	Sangat murah	1.6
2	Murah	8.2
3	Wajar	55.7
4	Mahal	34.4
	Jumlah	100

Tabel 8 Distribusi Frekuensi Proses Mendapatkan Sertifikasi

Kode	Deskripsi	%
1	Sangat mudah	0
2	Mudah	18.0
3	Biasa-biasa	62.3
4	Sulit	19.7
	Jumlah	100

Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa kinerja pemasok yang bersertifikat mempunyai pelayanan yang memuaskan dibandingkan dengan yang tidak bersertifikat. Hal ini terlihat dari 65.6% responden menjawab bahwa pemasok yang bersertifikat mempunyai pelayanan yang memuaskan dan sebagian yang lain (23%) masih menganggap cukup memuaskan

Tabel 9 Distribusi Frekuensi Penggunaan Pemasok yang Bersertifikasi

Kode	Deskripsi	%
1	Sangat memuaskan	11.5
2	Memuaskan	65.6
3	Cukup memuaskan	23.0
4	Tidak memuaskan	0.0
	Jumlah	100.0

Sedangkan pilihan pertama yang dijadikan pertimbangan dalam pembelian barang dan jasa adalah kualitas produk masih (47.7%), disusul dengan 29.2 % responden menggunakan pertimbangan gabungan antara kualitas produk, ketepatan pengiriman dan harga (Tabel 10).

Tabel 10 Distribusi Frekuensi Faktor Pertimbangan Pembelian Barang dan Jasa

Kode	Deskripsi	%
1	Kualitas produk	47.7
2	Ketepatan pengiriman	1.5
3	Kualitas produk dan ketepatan pengiriman	4.6
4	Harga	4.6
5	Kualitas produk dan harga	4.6
6	Ketepatan pengiriman dan harga	1.5
7	Kualitas produk, ketepatan pengiriman, dan harga	29.2
8	Lainnya	1.5
9	Kualitas produk dan lainnya	1.5
15	Kualitas produk, ketepatan pengiriman, harga, dan lainnya	3.1
	Jumlah	100

Responden dalam melakukan seleksi terhadap pemasok, kesesuaian kualifikasi supplier menjadi pilihan pertama dan produk berstandar menjadi pilihan kedua. Hal ini menunjukkan kecenderungan bahwa standar sudah menjadi pilihan bagi industri penerap. (Tabel 11).

Dari keseluruhan responden (88 responden) yang menerapkan SNI ISO 9001

sebesar 50.7%, dan yang menerapkan SNI produk sebesar 21.3%. Hal ini menunjukkan kecenderungan terbanyak sertifikasi yang diterapkan adalah SNI ISO 9001 dan sertifikasi produk dibanding dengan standar yang lain (Tabel 12).

Tabel 10 Distribusi Frekuensi Perusahaan Menyeleksi Pemasok Bahan Baku

Kode	Deskripsi	%
1	Sesuai kualifikasi supplier	53.1
2	Memiliki sertifikat(ISO 9001/HACCP, SPPT, SNI dll)	4.7
4	Produk berstandar	32.8
5	Sesuai kualifikasi supplier dan produk berstandar	1.6
7	Sesuai kualifikasi supplier, memiliki sertifikat, dan produk berstandar	4.7
8	Tidak ada persyaratan khusus	3.1
	Jumlah	100.0

Tabel 12 Distribusi Frekuensi Perusahaan yang Memiliki Sertifikasi

Kode	Deskripsi	%
1	SNI ISO 9001	50.7
2	SNI 01-4852-1996(HACCP)	2.7
3	SNI ISO 9001 dan SNI 01-4852 - 1996 (HACCP)	1.3
4	SNI Produk (SPT SNI)	21.3
5	SNI ISO 9001 dan SNI Produk (SPT SNI)	12.0
7	SNI ISO 9001, SNI 01 - 4852 - 1996 (HACCP), dan SNI Produk	1.3
9	SNI ISO 9001 dan SNI ISO 14001	5.3
13	SNI ISO 9001, SNI Produk (SPT SNI), dan SNI ISO 14001	5.3
	Jumlah	100.0

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Sertifikasi pada umumnya bermanfaat bagi industri untuk faktor-faktor system operasional, kepercayaan pelanggan, keuntungan financial, kualitas produk, image perusahaan, daya kompetitif, tingkat kepuasan, system monitoring, tingkat keberterimaan produk, tingkat pengetahuan standardisasi bagi pegawai dan jumlah pelanggan, namun masih belum mampu menekan biaya operasional

Faktor-faktor seperti pemilihan lembaga sertifikasi, biaya sertifikasi, tingkat kesulitan dalam menerapkan sertifikasi, bukan merupakan factor yang menjadi kendala. Motivasi dalam menerapkan sertifikasi pada umumnya adalah keinginan dari manajemen perusahaan. Hal ini memberikan indikasi bahwa kesadaran industri untuk menerapkan standar sudah mulai tumbuh

5.2 Rekomendasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan sertifikasi belum bisa menurunkan biaya proses produksi, untuk itu disarankan pihak terkait untuk mereview kembali efektivitas sistem sertifikasi yang berlaku saat ini.

Melakukan penelitian lebih lanjut korelasi antara penerapan sertifikasi dengan biaya proses produksi terhadap satu jenis komoditi. Sosialisasi penerapan sertifikasi perlu terus ditingkatkan untuk memotivasi para perusahaan maupun pekerja agar menghasilkan mutu produk yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Anto Dajan, (1981), Pengantar Metode Statistik. Jilid II, Lembaga Penelitian, pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial

- Amalia E. Maulana, (2008), Perspektif Baru Kepuasan Pelanggan. <http://amaliamaulana.com/2008/09/26/perspektif-baru-kepuasanpelanggan>, diakses tanggal 16 Desember 2009
- BSN. (2007), Pedoman Standardisasi Nasional 03.1: Adopsi Standar Internasional dan Publikasi Internasional lainnya. Bagian 1. Adopsi Standar Internasional menjadi SNI
- Bumi Asih Jaya, (2008), Empat puluh satu tahun BAJ Raih ISO 9001-2000. www.bajlife.co.id, diakses tanggal 16 Desember 2009
- ISO 9001. (2000), *Quality Management System- Requireds*
- ISO 14001, (2004), *Environmental management system- Requirement with Guidance for Use.*
- Keputusan Presiden Republik Indonesia, (2001), Nomor 78 tahun 2001 tentang Komite Akreditasi Nasional
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, (2000), Nomor 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional
- Perhimpunan Manajemen Mutu Indonesia, (2005), Sertifikasi ISO 9000. www.pmmi-igma.org, diakses tanggal 16 Desember 2009
- Steel, R.G.D., J.H. Torrie and D.A Dickey, (1997), Principles and Procedures of Statistics a Biometrical Approach, 3rd ed. McGraw-Hill, Inc.
- Supranto, J, (2006), Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Rineka Cipta.
- Peminatan Manajemen Pemasaran 011. <http://peminatanmanajemenpemasaran011.blogspot.com> [16 Desember 2009]