

ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan perdagangan, baik pasar barang atau jasa, menunjukkan adanya kecenderungan bahwa masa mendatang merupakan era konsumen. Maka, perlu adanya perhatian terhadap konsumen dan pengontrolan terhadap pencapaian mutu. Posisi konsumen atau pelanggan menjadi semakin penting dan menentukan bagi kelangsungan hidup suatu badan usaha, sehingga produsen atau pemasar harus bekerja lebih efektif, produktif dan efisien. Hal tersebut membuat badan usaha berusaha untuk mencegah kualitas produk yang buruk sejak dini. Kualitas produk yang buruk seringkali disebabkan oleh karyawan yang tidak dapat bekerja dengan baik dan tidak adanya komitmen pada setiap bagian untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggan. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan suatu bentuk sistem pengendalian manajemen yang disebut sebagai *Action Control*. *Action Control* bertujuan untuk meyakinkan para karyawan melakukan atau tidak melakukan tindakan-tindakan tertentu yang diketahui akan bermanfaat atau malah membahayakan atau merugikan bagi organisasi (Merchant dan Van der Stede, 2007). Salah satu alat dari *action control* yang telah dibakukan adalah Sistem Manajemen Mutu ISO 9002. Sistem Manajemen Mutu ISO 9002 berisi tentang prosedur-prosedur yang digunakan untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Jika suatu badan usaha telah memiliki Sistem Manajemen Mutu ISO 9002, badan usaha tersebut harus memastikan bahwa karyawan mereka telah bekerja sesuai dengan prosedur yang telah dibakukan dan tertuang dalam Sistem Manajemen Mutu ISO 9002 agar produk yang dihasilkan berkualitas.

Melalui penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui efektivitas ISO 9002 sebagai *action control*, produk yang dihasilkan oleh badan usaha memiliki kualitas yang baik. Dengan kualitas yang baik tersebut, badan usaha dapat memenuhi kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Jika pelanggan merasa puas dengan produk yang diberikan, maka mereka akan loyal pada badan usaha dan akan merekomendasikan kepada pelanggan lainnya. Jadi, semakin berkualitas suatu produk yang diberikan, maka kepuasan yang dihasilkan oleh pelanggan semakin tinggi dan pelanggan semakin loyal terhadap produk yang sama. Dengan loyalnya pelanggan terhadap produk yang sama, hal ini membuktikan bahwa badan usaha tersebut berhasil mencapai keunggulan bersaing yaitu *keunggulan differensiasi* sehingga tidak heran jika badan usaha ini mampu bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif saat ini.

Kata Kunci: ISO, *Action Control*, Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing, Kepuasan Pelanggan, *Lack of Direction*, *Motivational Problem*, *Personal Limitation*, Sistem Pengendalian Manajemen.