

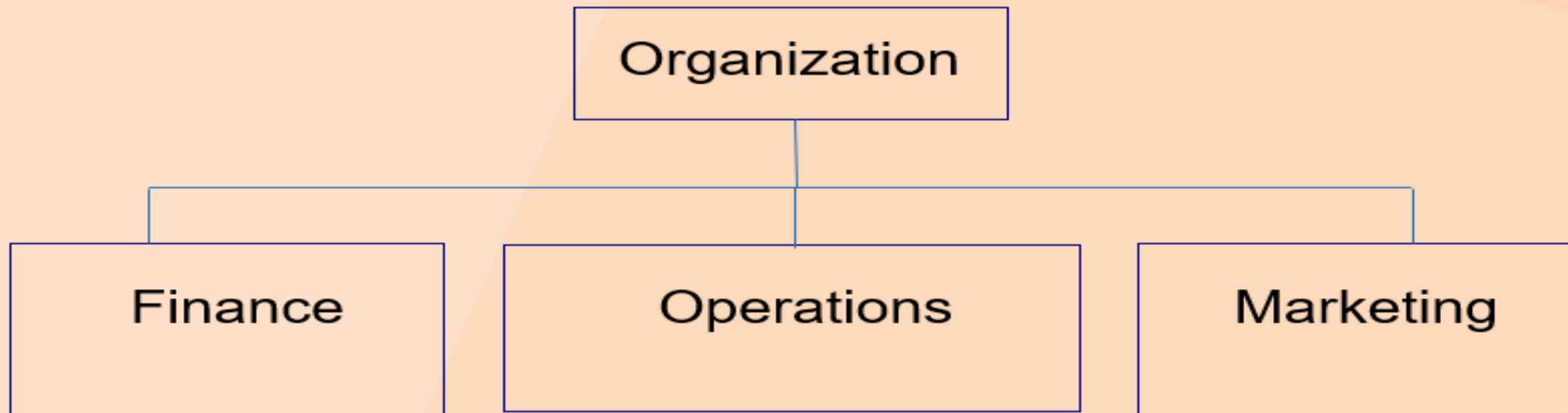
The background of the slide is a dense field of 3D-rendered numbers in various shades of blue and white. The numbers are of different sizes and are scattered across the entire frame, creating a sense of depth and complexity. Some numbers are in the foreground, appearing larger and more detailed, while others are in the background, appearing smaller and more faded. The overall effect is a vibrant, data-driven aesthetic.

Management Operasi

Nenny Hendajany

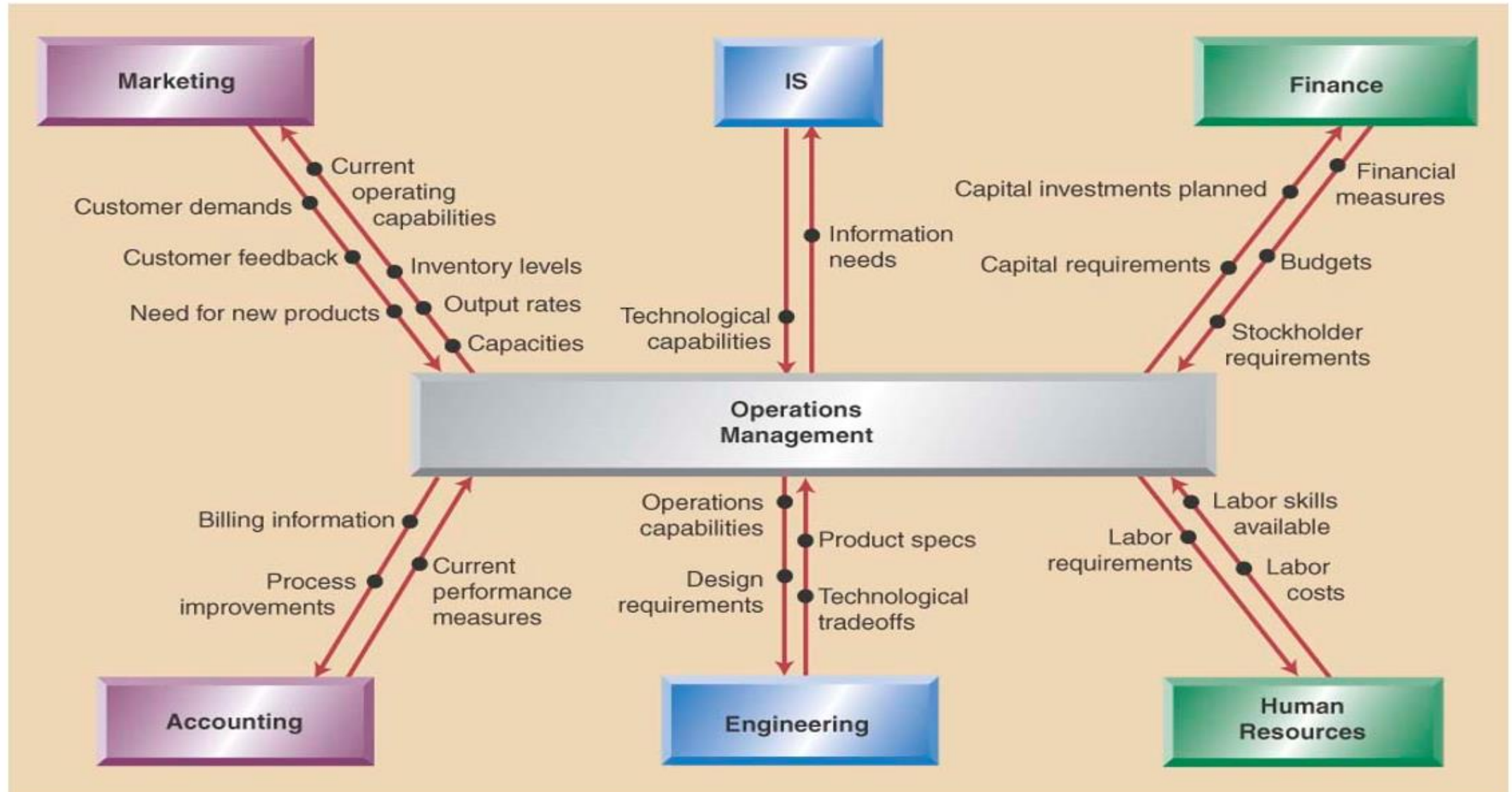
Organisasi

The Three Basic Functions





Business Information Flow



The background of the slide is a dense, 3D-rendered field of numbers. The numbers are in various sizes and orientations, creating a sense of depth and movement. The color palette is primarily light blue and white, with some darker blue accents. The numbers are scattered across the entire frame, with some appearing more prominent than others.

Strategi Operasi

Nenny Hendajany

Strategi Operasi

Adalah rencana kegiatan organisasi (perusahaan) untuk mencapai misi.



Setiap bidang fungsional memiliki strategi untuk mencapai misinya dan untuk membantu organisasi (perusahaan) untuk mencapai seluruh misinya.



Misi

- ❑ Menyatakan latar belakang keberadaan perusahaan dan merupakan sesuatu yang akan disumbangkan kepada masyarakat.
- ❑ Merupakan inti strategi (apa yang akan dicapai strategi).
- ❑ Manajemen operasi yang efektif harus mempunyai misi dan strategi (untuk penentuan arah dan tujuan).
- ❑ Misi organisasi (perusahaan) harus diturunkan ke masing-masing bidang fungsional (marketing, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi).




Konseptual Pencapaian Misi

- ❑ Menurut Michael Porter, dalam mencapai misinya, perusahaan perlu menerapkan tiga konseptual, yaitu:
 - ❑ Diferensiasi,
 - ❑ Kepeloporan biaya atau efisiensi biaya,
 - ❑ Respons yang cepat
- ❑ Atau pelanggan menginginkan barang dan jasa yang:
 - ❑ Lebih baik, atau setidaknya berbeda,
 - ❑ Lebih murah, dan
 - ❑ Lebih cepat.

Keputusan Manajemen Operasi






Kriteria atau Sasaran Keputusan Operasi

- Efisiensi Biaya
- Kualitas produk (barang dan jasa)
- Dapat diandalkan suplai barang dan jasa (*dependability*)
- Fleksibilitas: kemampuan operasi untuk melakukan perubahan dalam desain, kapasitas produksi dan sebagainya berdasarkan perkembangan situasi dan kondisi perusahaan.



Isu-isu Strategi Operasi

- Setelah perusahaan menetapkan misi dan menerapkan strategi tertentu, selanjutnya manajer operasi perlu mengkaji beberapa isu, yaitu :
 - ▣ Hasil riset tentang strategi manajemen operasi yang efektif.
 - ▣ Identifikasi prakondisi untuk mengembangkan strategi MO yang efektif.
 - ▣ Dinamika pengembangan strategi MO.



Perancangan dan Pengembangan Produk

- Strategi operasi yang berkaitan dengan sumber gagasan perancangan dan pengembangan produk:
 - ▣ Gagasan Inovatif (berdasarkan hasil penelitian).
 - ▣ Gagasan Pasar (berdasarkan kebutuhan/keinginan konsumen).
 - ▣ Gagasan Produk Baru (berdasarkan observasi terhadap produk yang ada, pendapat para penyalur, para ahli, pesaing, manajemen puncak).
 - ▣ Gagasan Imitatif, meniru produk yang ada.

Gagasan Imitatif

Reserve Engineering

- Membeli produk yang akan ditiru, kemudian dibongkar untuk melihat teknis pembuatannya.

Spionase Industrial

- Menyusup kedalam perusahaan tertentu untuk mengambil rancangan/desain produk yang akan ditiru.

Penerapan Strategi

- Penerapan strategi operasi yang berhasil membutuhkan indentifikasi tugas-tugas penting untuk mencapai sukses.
- Tugas-tugas tersebut perlu diseleksi untuk mencapai misi perusahaan dan membangun kekuatan internal perusahaan.

Prosedur Strategi Operasi



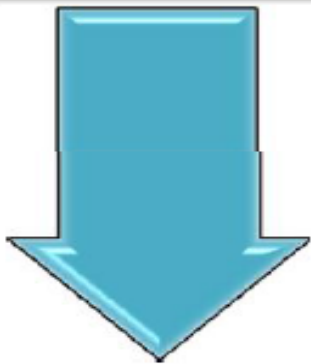


#1. Analisis Lingkungan

- Perusahaan mengevaluasi dan mengidentifikasi
 - ▣ kekuatan (*strong*),
 - ▣ kelemahan (*weak*),
 - ▣ peluang (*opportunity*), dan
 - ▣ tantangan/ancaman (*threat*)dari lingkungan pelanggan, industri dan pesaing.
- Gagasannya adalah untuk memaksimalkan peluang dan meminimalkan tantangan/ ancaman.

Prosedur #2 & #3

#2. Menentukan misi perusahaan



Menyatakan latar belakang keberadaan perusahaan dan mengidentifikasi nilai yang diciptakannya.

#3. Membentuk strategi



Membangun keunggulan kompetitif seperti harga rendah, fleksibilitas, desain atau volume, mutu, pengiriman yang cepat, bisa diandalkan, layanan purna jual, lini produk yang luas.

Prosedur #4

#4. Menerapkan strategi utama dan membentuk strategi bidang fungsional



Bidang Pemasaran: pelayanan, distribusi, promosi, harga, saluran distribusi, penentuan posisi produk (citra, fungsi).



Bidang Keuangan/akuntansi: *leverage*, biaya modal, modal kerja, piutang, utang, kontrol keuangan, jalur kredit.



Bidang Produksi/Operasi: mutu, produk, proses, lokasi, sumber daya manusia, tata letak, pembekalan, penjadwalan, pemeliharaan.

Contoh Strategi Globalisasi

Boeing

- Produksi dan penjualan ke seluruh dunia.

Benetton

- Perpindahan dari persediaan gudang ke toko di seluruh dunia lebih cepat dibandingkan dengan kompetitor lain, dengan membuat design, produksi, dan distribusi yang fleksibel.

Sony

- Membeli komponen dari supplier di Thailand, Malaysia, dan seluruh dunia.

Genaral
Motors

- Membuat 4 pabrik yang sama di Argentina, Polandia, China, dan Thailand.



Peraturan Globalisasi

Maquiladoras

*World Trade
Organization
(WTO)*

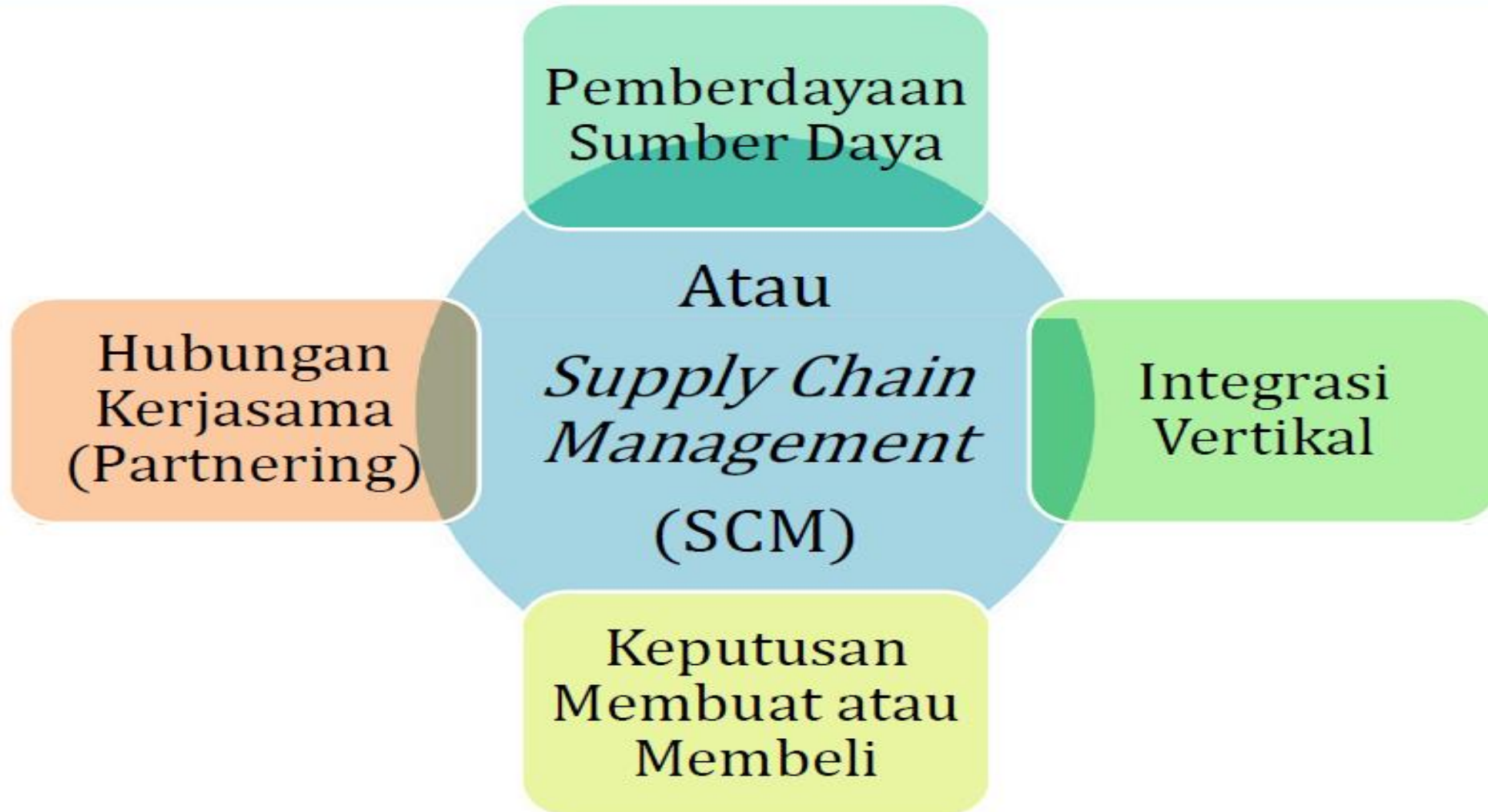
*North American
Free Trade
Agreement
(NAFTA)*

*European Union
(EU)*

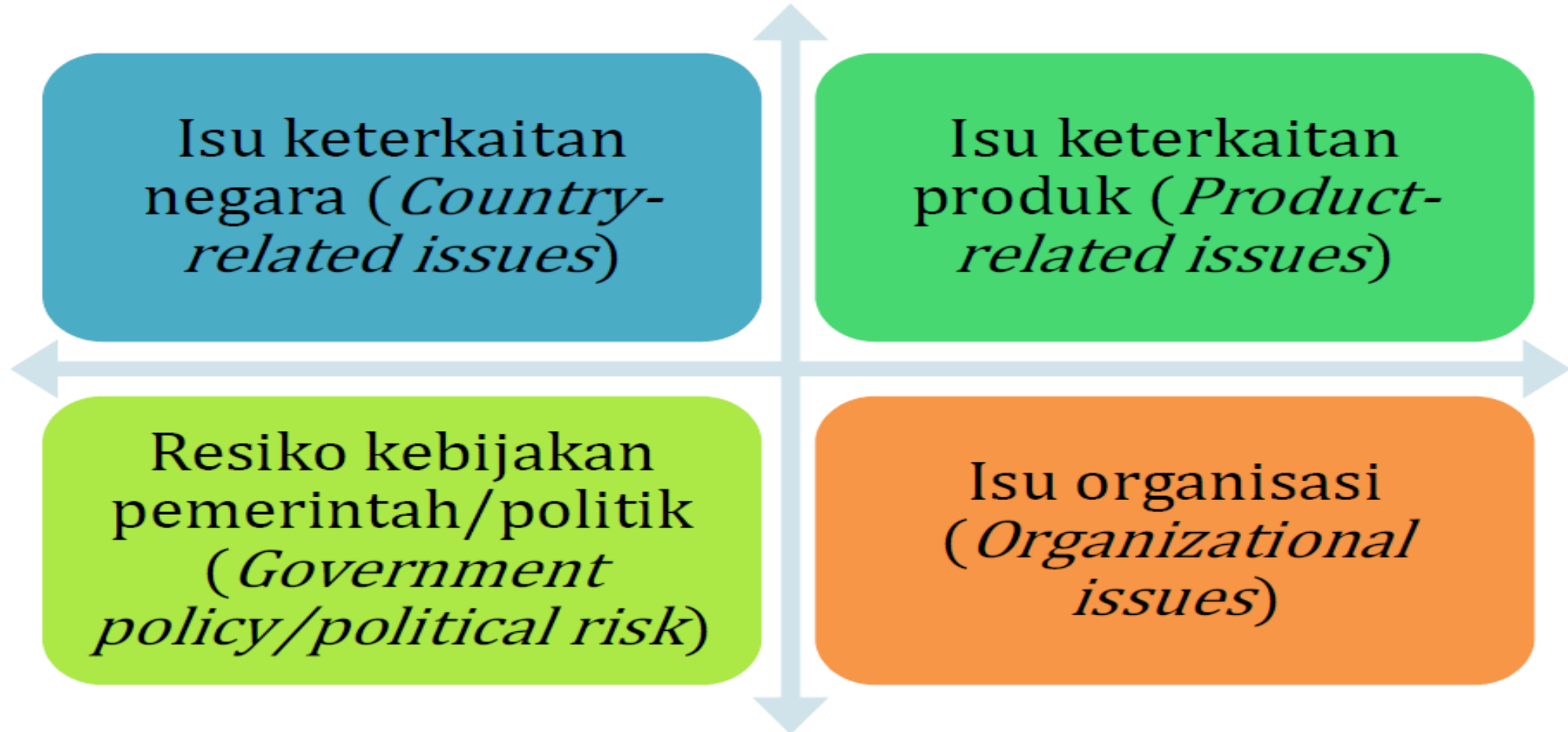
Isu Manajemen Operasi Global



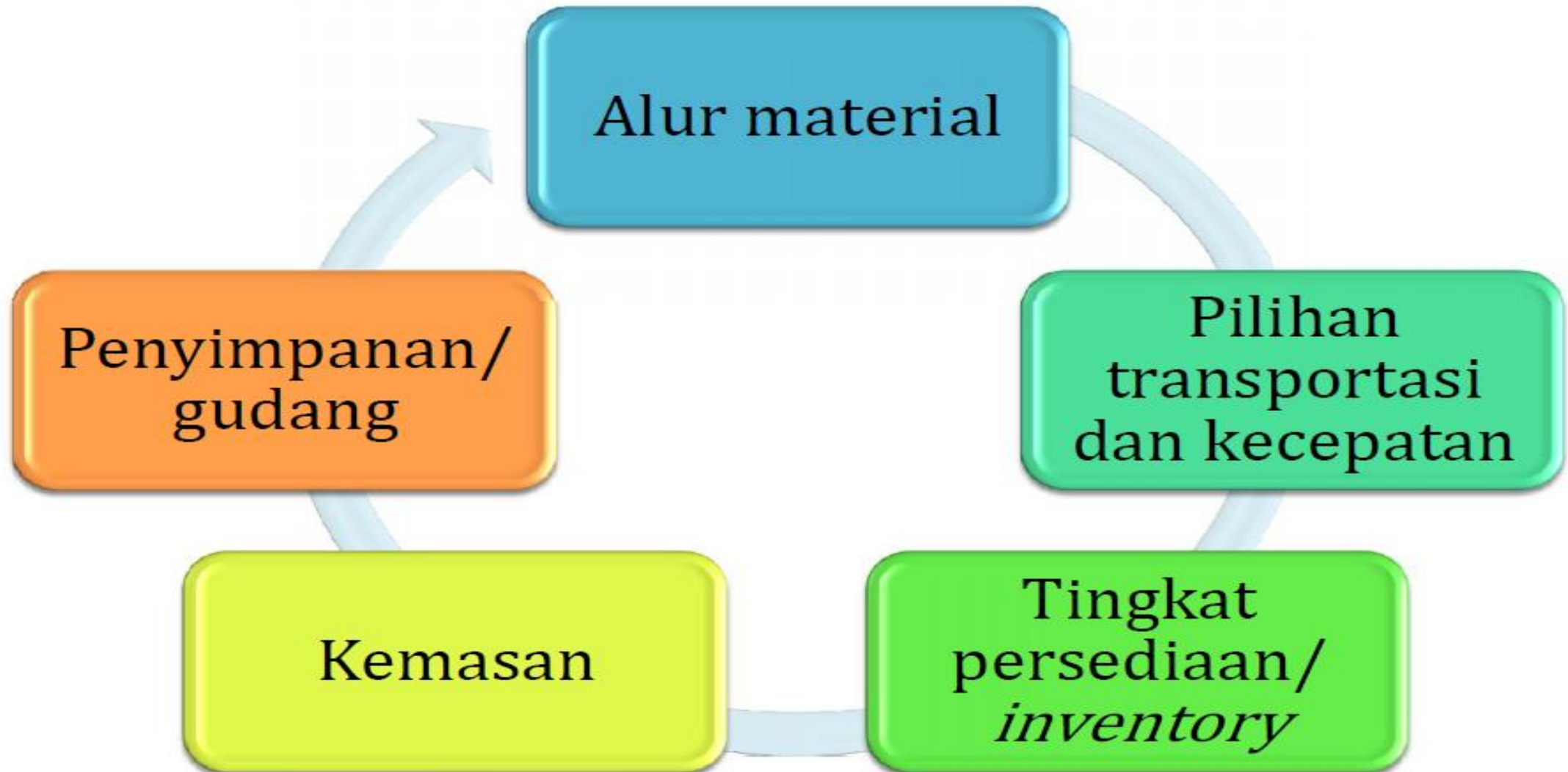
Manajemen Rantai Pasokan



Penentuan Lokasi



Manajemen Logistik



Definisi Operasi Global

Bisnis Internasional

- Terlibat dalam transaksi lintas batas.

Perusahaan Multinasional

- Memiliki keterlibatan yang luas dalam bisnis internasional, memiliki atau mengendalikan fasilitas di lebih dari satu negara.

Perusahaan Global

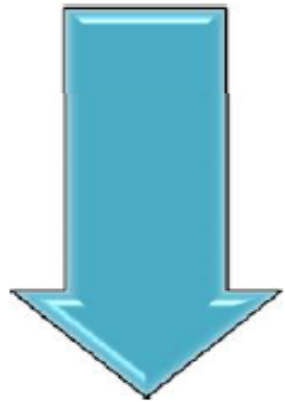
- Mengintegrasikan operasi dari berbagai negara, dan memandang dunia sebagai pasar tunggal.

Perusahaan Transnasional

- Berusaha untuk menggabungkan manfaat dari berskala global efisiensi dengan manfaat dari respon lokal.

Keuntungan Operasi Global

Tangible
(Nyata)



Intangible
(tidak nyata)

Mengurangi biaya (pekerja, pajak, tarif, dll.)



Meningkatkan rantai pasok



Menyediakan barang dan jasa yang lebih baik



Menarik pasar baru



Belajar untuk meningkatkan operasi



Menarik dan mempertahankan bakat global

Perdagangan Global

Maquiladora

- Pabrik Meksiko yang berlokasi di sepanjang perbatasan AS-Meksiko yang menerima perlakuan tarif preferensial

GATT

- Perjanjian internasional yang membantu mempromosikan perdagangan dunia dengan menurunkan hambatan untuk aliran bebas barang melintasi perbatasan

NAFTA

- Perjanjian perdagangan bebas antara Kanada, Meksiko, dan Amerika Serikat

Mencapai Operasi Global

