

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/342916851>

STRATEGI DAN TAKTIK DALAM MANAJEMEN OPEARSIONAL KORPORASI

Book · December 2019

CITATIONS

0

READS

603

2 authors:



Musdalifah Azis

Universitas Mulawarman

60 PUBLICATIONS 107 CITATIONS

SEE PROFILE



Doddy Adhimursandi

Universitas Mulawarman

25 PUBLICATIONS 29 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Kinerja keuangan bank [View project](#)



Reksadana Project [View project](#)



STRATEGI DALAM MANAJEMEN OPERASIONAL KORPORASI

Penulis :

Musdalifah Azis

Doddy Adhimursandi

**TAKTIK DAN STRATEGI DALAM MANAJEMEN
OPERASIONAL KORPORASI**

Penulis

Oleh : DR. Musdalifah Azis, SE., M.Si

DR. Doddy Adhimursandi, SE., M.Si

ISBN : 978-623-7199-33-5

Hak Cipta ©2019 pada Penulis

Editor : DR. Musdalifah Azis, SE., M.Si

Desain Cover : Dani Rozy

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan system penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari penulis.

Diterbitkan oleh Penerbit MY RIA PUBLISHER (Anggota IKAPI)

Jalan Dukuh Bedagan RT 002 RW 001 Desa Pulung Kecamatan Pulung

Kab. Ponorogo, Email : myriapublisher@gmail.com.

Isi diluar tanggung jawab percetakan.



DAFTAR ISI

BAB 1. STRATEGI OPERASI UNTUK BARANG DAN JASA	6
1. Mengidentifikasi Misi Dan strategi	6
2. Keputusan Manajemen Operasi	8
3. Isu -Isu Strategi Operasi	9
4. Penerapan STRATEGI	11
BAB 2. OPERASI DAN PRODUKTIFITAS	13
1. Pengertian Dan Ruang Lingkup	14
2. Sistem Produksi/Operasi	15
3. Ukuran Keberhasilan Sistem Produksi/Operasi	20
BAB 3. DESAIN BARANG DAN JASA	21
1. Karakteristik Jasa	22
2. Seleksi Barang Dan Jasa	25
3. Desain Produk Jasa	47
BAB 4. DESAIN TATA LETAK	51
1. Pengertian Tata Letak	51
2. Pendekatan Dalam Menyelesaikan Tata Letak	53
BAB 5. PENGENDALIAN PROSES STATISTIKAL	74
1. Pengertian Pengendalian proses Statistikal	74
2. Pengertian Kualitas dalam konteks SPC	75
3. Penggunaan SPC dalam Manajemen Bisnis Total	77
4. Definisi Variasi dalam Konteks SPC	84
BAB 6. PERSEDIAAN	87
1. Pengertian Pengendalian Persediaan	87
2. Fungsi Dan Jenis Persediaan	88

3. Manajemen Persediaan	93
4. Model-Model Persediaan.....	100
5. Model-Model Untuk Permintaan Independen	102
6. Model Probabilistik Dan Persediaan Pengaman.....	113
7. Model Persediaan Dependen	118
BAB 7. JUST IN TIME (JIT) DAN LEAN PRODUCTION SYSTEMS	128
1. Pengertian Just In Time (Jit).....	128
2. Kontribusi Jit Pada Keunggulan Kompetitif	130
3. Faktor Kunci Sukses Dalam Just In Time	131
4. Just In Time Di Sektor Jasa	134
BAB 8. PEMILIHAN LOKASI	135
1. Pengertian Pabrik dan Industri	135
2. Teori Penentuan Lokasi Pabrik Menurut Beberapa Ahli	135
BAB 9. PENJADWALAN AGREGAT	144
1. Pengertian Perencanaan Agregat.....	144
2. Biaya yang Terlibat Dalam Perencanaan Agregat	146
3. Strategi Perencanaan Agregat.....	148
4. Metode – Metode Perencanaan Agregat	156
BAB 10. PENJADWALAN JANGKA PENDEK	166
1. Kepentingan Strategis Penjadwalan Jangka Pendek	166
2. Penjadwalan Maju Dan Mundur	167
3. Kriteria Penjadwalan.....	168
4. Metode Penugasan	174
5. Penjadwalan Produksi Berulang	180
DAFTAR PUSTAKA	181

BAB 1. STRATEGI OPERASI UNTUK BARANG DAN JASA

Capaian Pembelajaran

Mampu memahami mengenai :

- ❖ Definisi Misi, Strategi, Sepuluh keputusan Manajemen Operasional
- ❖ Deskripsi Pendekatan-pendekatan spesifik yang digunakan oleh MO untuk mencapai konsep strategik.

Dalam upaya manajemen operasi yang efektif harus mempunyai misi dan strategi sehingga tahu kemana harus melangkah dan tahu bagaimana sampai disana. Keberhasilan ekonomi dan kelangsungan hidup suatu perusahaan, adalah hasil dari mengidentifikasi misi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kebutuhan dan keinginan pelanggan sangat beragam, dari produk-produk berwujud (ban yang aman tanpa cacat), hingga produk estetika (garis warna dan karya seni diruang tunggu dokter agar pasien merasa nyaman), dan psikologis (sambutan bersahabat dari pramuniaga ketika diminta bantuannya). Strategi dibangun dibawah bayang-bayang tantangan dan peluang dalam lingkungan, dan kekuatan kelemahan organisasi. Akhirnya, setiap strategi adalah sebuah upaya untuk menjawab pertanyaan penting bagi seluruh perusahaan.

1. Mengidentifikasi Misi Dan strategi

1.1 Misi

Untuk mendefinisikan misi organisasi sebagai sasarannya, apa yang akan perusahaan sumbangkan untuk masyarakat. Pernyataan ini

BAB 2. OPERASI DAN PRODUKTIFITAS

Capaian Pembelajaran :

Mampu memahami mengenai

- ❖ Pengertian dan Ruang Lingkup MO
- ❖ Sistem Produksi dan Operasional
- ❖ Ukuran Keberhasilan Sistem Produksi / Operasi

Akhir-akhir ini manajemen operasi menjadi sorotan utama tidak hanya dikalangan bisnis saja, tapi juga dikalangan universitas. Kebangkitan minat manajemen operasi ini terwujud dalam berbagai bentuk, pertama perhatikan mutu, mutu yang paling baik merupakan kunci keunggulan bersaing. Operasi tidak hanya semua barang untuk semua orang tetapi juga harus memiliki tujuan dan tugas yang diarahkan pada strategi bisnis yang menyeluruh.

Manajemen operasi yang dalam sistem pembelajarannya mendefinisikan barang dan jasa sebagai aspek proses produksi sangat berpengaruh dengan manajemen ini, hal tersebut dapat di rumuskan pada input-proses-output. Yang dalam pengertiannya adalah suatu perusahaan atau organisasi dalam melakukan tugas produksinya melalui tahapan tersebut.

Manajer sebagai aktor utama dalam manajemen operasi tidak kalah pentingnya juga, baik dalam mengorganisasi, merencanakan, serta mengaplikasikan rencana tersebut dalam proses di suatu perusahaan ataupun organisasi yang nantinya menghasilkan produksi serta tujuan akhir sesuai dengan perencanaan awal. Kemudian

BAB 3. DESAIN BARANG DAN JASA

Capaian Pembelajaran :

Mampu memahami mengenai :

- ❖ Hakikat dari Aspek Manajemen Operasional Desain Barang dan Jasa
- ❖ Fungsi Manajemen Operasional Desain Barang dan Jasa
- ❖ Desain Produk dan Jasa

Dalam pemasaran, produk mempunyai arti yang luas, yaitu suatu kesatuan yang ditawarkan pada pasar baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Produk yang berwujud biasa disebut barang (*goods*) dan produk yang tidak berwujud biasa disebut jasa (*service*). Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (1993:494) jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sementara itu Robert D. Reid (1989:29) memberikan penjelasan mengenai jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud, tidak seperti produk yang berwujud. Jasa bukan barang fisik, tetapi sesuatu yang menghadirkan kegiatan atau perbuatan. Kehadirannya ini umumnya dilakukan atas dasar personal sering berhadap-hadapan langsung antara individu. Christian Gonroos (1990:27) mencoba memadukan pengertian jasa sebagai aktivitas dari suatu hakikat yang tidak berwujud yang berinteraksi antara konsumen dan pemberi jasa

BAB 4. DESAIN TATA LETAK

Capaian Pembelajaran :

Mampu memahami mengenai :

- ❖ Pengertian dan Jenis-jenis Tata Letak
- ❖ Pendekatan Dalam Menyelesaikan Tata Letak

1. Pengertian Tata Letak

Tata letak adalah suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi operasi secara jangka panjang. Tata letak memiliki banyak dampak strategis karena tata letak menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, kualitas lingkungan kerja, kontak dengan pelanggan dan citra perusahaan. Tata letak yang efektif akan dapat menunjang pelaksanaan strategi bisnis yang telah ditetapkan perusahaan apakah diferensiasi, low cost atau respon yang cepat.

Hal yang harus dipertimbangkan dalam menentukan desain tata letak adalah :

- Utilisasi ruang, peralatan, dan orang yang lebih tinggi
- Aliran informasi, barang atau orang yang lebih baik
- Modal karyawan yang lebih baik, juga kondisi lingkungan kerja yang lebih aman
- Interaksi dengan pelanggan/klien yang lebih baik
- Fleksibilitas

BAB 5. PENGENDALIAN PROSES STATISTIKAL

Capaian Pembelajaran :

Mampu memahami mengenai :

- ❖ Pengertian dasar pengendalian proses statistikal
- ❖ Pengertian Kualitas dalam konteks SPC
- ❖ Penggunaan SPC dalam Manajemen Bisnis Total
- ❖ Definisi Variasi dalam Konteks SPC

1. Pengertian Pengendalian proses Statistikal

Pengendalian proses Statistikal (Statistical Process Control = SPC) adalah suatu system yang mulai digunakan sejak tahun 1970-an untuk menjabarkan penggunaan teknik-teknik system (*statistical techniques*) dalam memantau dan meningkatkan performasni proses menghasilkan suatu produk berkualitas. Pada tahun 1950-an sampai 1960-an digunakan system *Pengendalian kualitas Statistikal (Statistical Quality Control = SQC)* yang memiliki pengertian sama dengan *Pengendalian Proses Statistikal (Statistical Process Control = SPC)*. Pengendalian kulitas merupakan aktivitas teknik dan manajemen, melalui mana kita mengukur karakteristik kualitas dari output (barang dan/atau jasa), kemudian membandingkan hasil pengukuran itu dengan spesifikasi output yang diinginkan pelanggan, serta mengambil tindakan perbaikan yang tepat apabila ditemukan perbedaan antara performasni system dan standar.

BAB 6. PERSEDIAAN

Capaian Pembelajaran :

Mampu memahami mengenai :

- ◆ Pengertian Pengendalian Persediaan
- ◆ Fungsi dan Jenis Persediaan
- ◆ Manajemen Persediaan
- ◆ Model-Model Persediaan
- ◆ Model-Model Untuk Permintaan Independen
- ◆ Model Probabilistik dan Persediaan Pengaman
- ◆ Model Persediaan Dependen

1. Pengertian Pengendalian Persediaan

Pengendalian persediaan merupakan fungsi manajerial yang sangat penting, karena persediaan fisik banyak perusahaan melibatkan inventasi rupiah terbesar dalam pos aktiva lancar. Bila perusahaan menanamkan terlalu banyak daranya dalam persediaan, menyebabkan biaya penyimpanan yang berlebihan, dan mungkin mempunyai "opportunity cost" yang lebih besar. Demikian pula, bila perusahaan tidak mempunyai persediaan yang mencukupi, dapat mengakibatkan biaya - biaya terjadinya kekurangan bahan.

Persediaan adalah segala sesuatu/sumber-sumber daya organisasi yang disimpan dalam antisipasinya terhadap pemenuhan permintaan dari sekumpulan pemasok fisik/pada berbagai tahap proses transformasi dari bahan mentah ke barang dalam proses, dan kemudian barang jadi (Handoko, 1997: hal 333)

BAB 7. JUST IN TIME (JIT) DAN LEAN PRODUCTION SYSTEMS

Capaian Pembelajaran :

Mampu memahami mengenai

- ◆ Pengertian Just In Time
- ◆ Kontribusi Jit Pada Keunggulan Kompetitif
- ◆ Faktor Kunci Sukses Dalam Just In Time
- ◆ Just In Time Di Sektor Jasa

1. Pengertian Just In Time (Jit)

Merupakan falsafah pemecahan masalah yang berkelanjutan dan memang harus dihadapi yang dapat menyebabkan sesuatu terbuang percuma. Karena banyak manfaat dari JIT maka konsep ini sangat penting untuk dipelajari. Yang dilakukan dalam JIT adalah pengurangan kesia-siaan dan pengurangan variabilitas.

Pengurangan Kesia-siaan

Kesia-siaan dalam proses produksi barang maupun jasa adalah pemberian penjelasan mengenai sesuatu yang tidak menambah nilai produk, baik yang disimpan, diperiksa, terlambat diproduksi, mengantre maupun yang rusak. Lebih jauh lagi, setiap kegiatan yang menurut konsumen tidak menambah nilai produk merupakan suatu kesia-siaan. JIT mempercepat proses produksi sehingga memungkinkan penghantaran produk kepada konsumen lebih cepat dan persediaan dalam prosespun menurun jumlahnya, sehingga memungkinkan pemanfaatan yang lebih produktif pada asset yang sebelumnya disimpan dalam persediaan.

BAB 8. PEMILIHAN LOKASI

Capaian Pembelajaran :

Mampu memahami mengenai

- ❖ Pengertian Pabrik dan Industri
- ❖ Teori Penentuan Lokasi Pabrik Menurut Beberapa Ahli

1. Pengertian Pabrik dan Industri

Pabrik adalah setiap tempat dimana faktor-faktor manusia, mesin dan peralatan, material, energy, modal, informasi, dan sumber daya alam, dll dikelola secara bersama dalam suatu system produksi guna menghasilkan suatu produk secara efektif, efisien, dan aman.

2. Teori Penentuan Lokasi Pabrik Menurut Beberapa Ahli

Teori Kimball

- Dekat dengan bahan mentah
- Dekat dengan pasar
- Terdapat penyediaan air yang lancar
- Tenaga kerja yang mudah
- Iklim yang baik
- Investasi

Teori Splenger dan Kleir

- a. Faktor Primer : bahan mentah, pasar, transport, buruh, tenaga/power

BAB 9. PENJADWALAN AGREGAT

Capaian Pembelajaran :

Mampu memahami mengenai :

- ❖ Pengertian Perencanaan Agregat
- ❖ Biaya yang Terlibat Dalam Perencanaan Agregat
- ❖ Strategi Perencanaan Agregat
- ❖ Metode - Metode Perencanaan Agregat

1. Pengertian Perencanaan Agregat

Perencanaan Agregat (agregat planning) juga dikenal sebagai Penjadwalan Agregat adalah Suatu pendekatan yang biasanya dilakukan oleh para manajer operasi untuk menentukan kuantitas dan waktu produksi pada jangka menengah (biasanya antara 3 hingga 18 bulan ke depan). Perencanaan agregat dapat digunakan dalam menentukan jalan terbaik untuk memenuhi permintaan yang diprediksi dengan menyesuaikan nilai produksi, tingkat tenaga kerja, tingkat persediaan, pekerjaan lembur, tingkat subkontrak, dan variabel lain yang dapat dikendalikan.

Keputusan Penjadwalan menyangkut perumusan rencana bulanan dan kuartalan yang mengutamakan masalah mencocokkan produktivitas dengan permintaan yang fluktuatif. Oleh karenanya perencanaan Agregat termasuk dalam rencana jangka menengah.

Tujuan Perencanaan Agregat

BAB 10. PENJADWALAN JANGKA PENDEK

Capaian Pembelajaran

Mampu memahami mengenai :

- ❖ Kepentingan Strategi Penjadwalan Jangka Pendek
- ❖ Penjadwalan Maju Dan Mundur
- ❖ Kriteria Penjadwalan
- ❖ Metode Penugasan
- ❖ Penjadwalan Produksi Berulang

1. Kepentingan Strategis Penjadwalan Jangka Pendek

Kepentingan strategis penjadwalan adalah

- a. Penjadwalan yang efektif berarti pergerakan barang dan jasa pada sebuah fasilitas menjadi lebih cepat. Ini juga berarti perusahaan menggunakan asset secara lebih efektif sehingga menciptakan kapasitas yang lebih besar untuk setiap dolar yang ditanamkan, yang selanjutnya menghasilkan biaya yang lebih rendah.
- b. Kapasitas tambahan, pergerakan yang lebih cepat, dan fleksibilitaas terkait menghasilkan pengiriman yang lebih cepat sehingga memberikan pelayanan pelanggan yang lbih baik.
- c. Penjadwalan yang baik juga berperan pada komitmen yang realistis sehingga menghasilkan pengiriman yang dapat diandalkan.

STRATEGI DALAM MANAJEMEN OPERASIONAL KORPORASI

Perusahaan mengembangkan kompetens iunik yang membuat mereka mampu bersaing dengan sukses dan mencapai posisinya saat ini, melalui pembentukan strategi – strategi dalam manajemen operasional korporasi mereka. Manajer dan beberapa pimpinan korporasi bekerjasama dengan para karyawan korporasi tersebut untuk menyusun rencana, anggaran, dan program yang akan menerapkan strategi untuk mencapai misi dengan sukses, melalui desain produk, desain tata letak, operasi dan produktivitas, persediaan dan teknik dan manajemen persediaan, pemilihan lokasi yang tepat, pabrikasi dan teknik pabrikasi suatu korporasi.

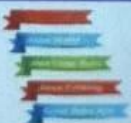
Musdalifah Azis
Doddy Adhimursandi



MyRiaBook.com

MyRia Publisken

Email: myriapublisken@gmail.com
No. Telp: 819937763423
No. HP: 0812 111 892



ISBN 978-623-7195-33-3



9 786237 199335

NON FIKSI