

STRATEGI OPERASI

Strategi Operasi

2

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

3

- 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

4

- 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.

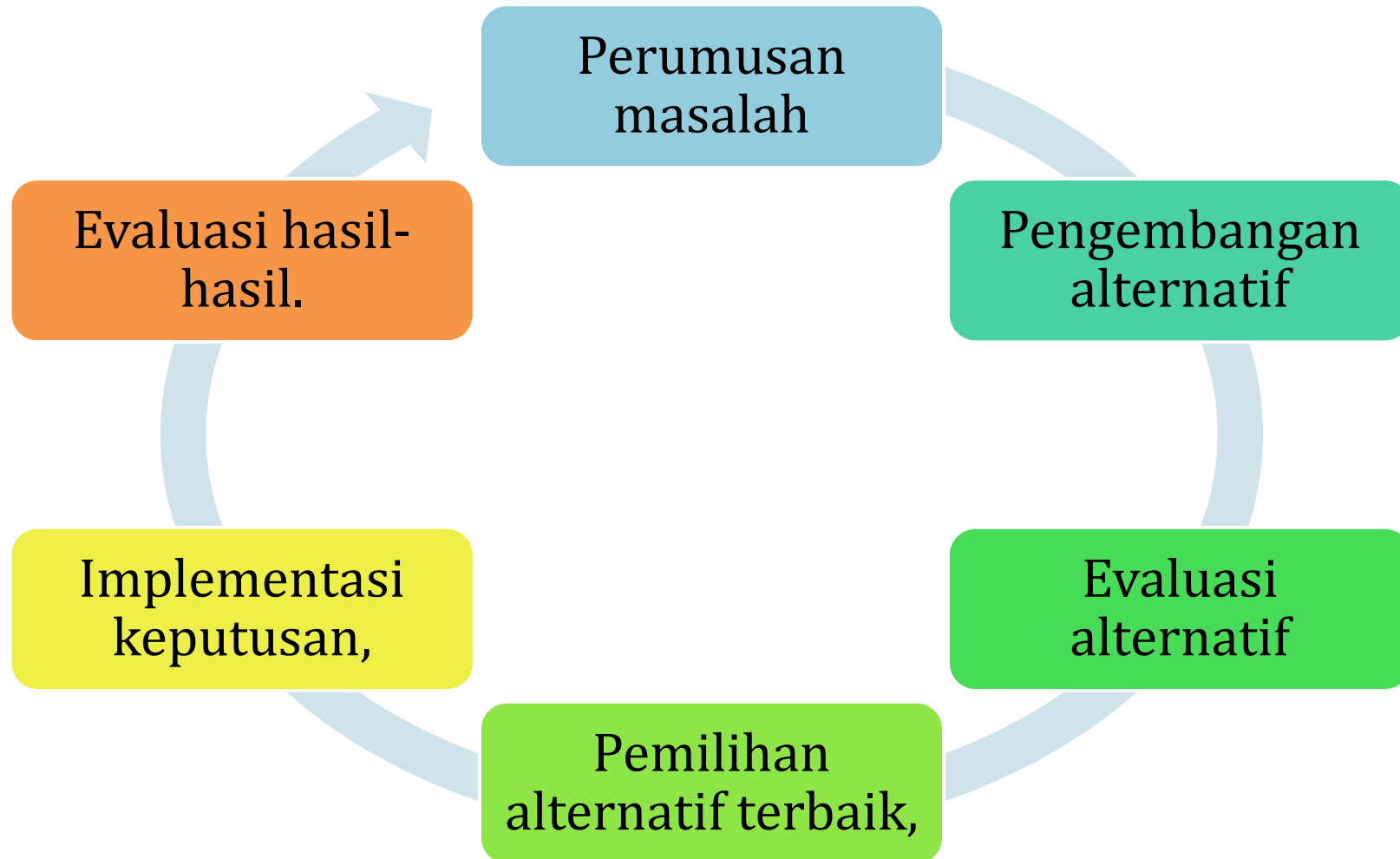
Keputusan Manajemen Operasi

5



Pengambilan Keputusan

6





Kriteria atau Sasaran Keputusan Operasi

7

- 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

8

- 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

9

- 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

10

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.



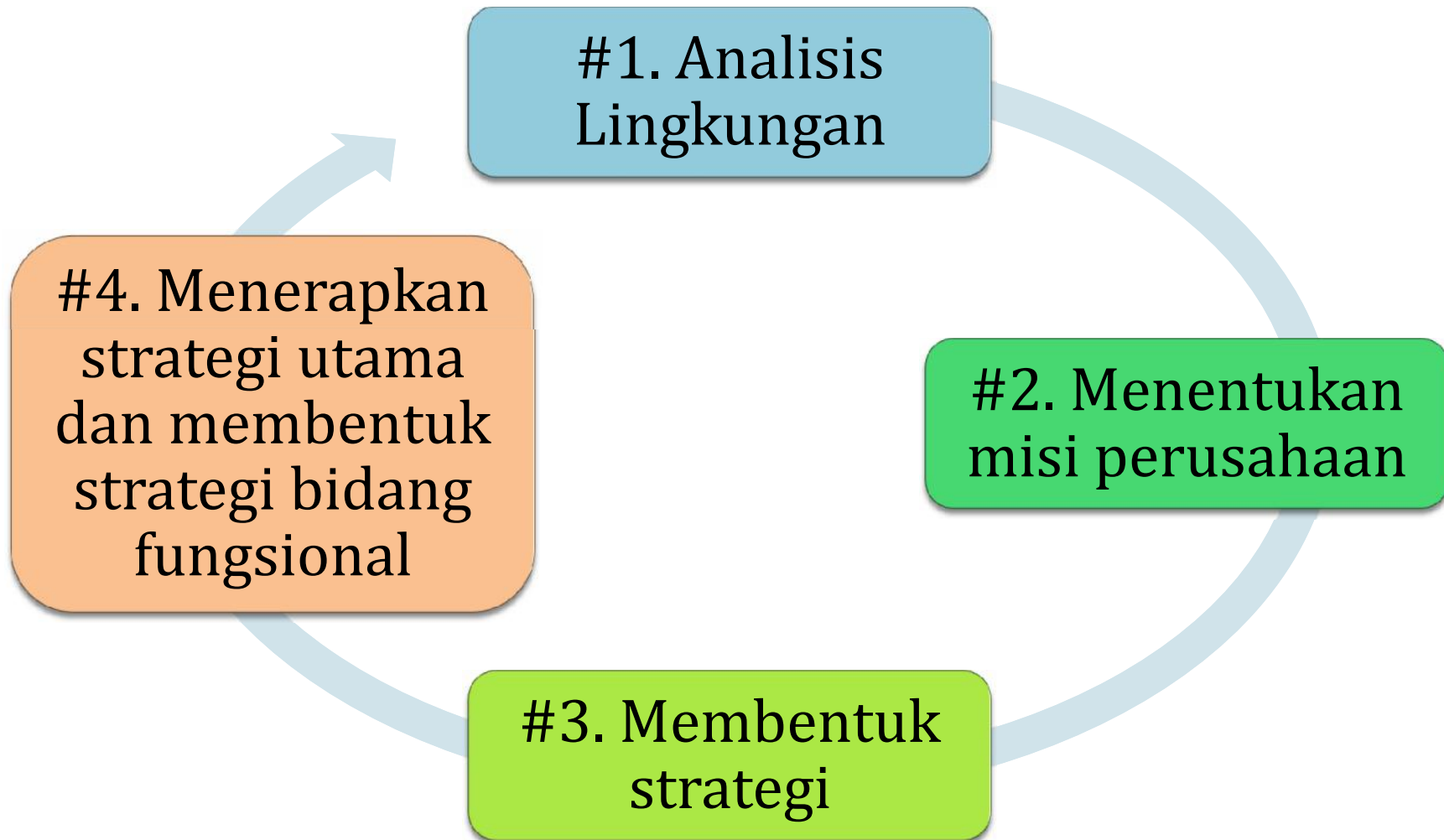
Penerapan Strategi

11

- 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

12





#1. Analisis Lingkungan

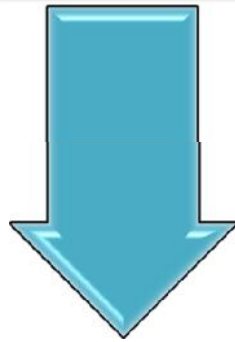
13

- 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

14

#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

15

#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

16

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.

General Motors

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



Peraturan Globalisasi

17

Maquiladoras

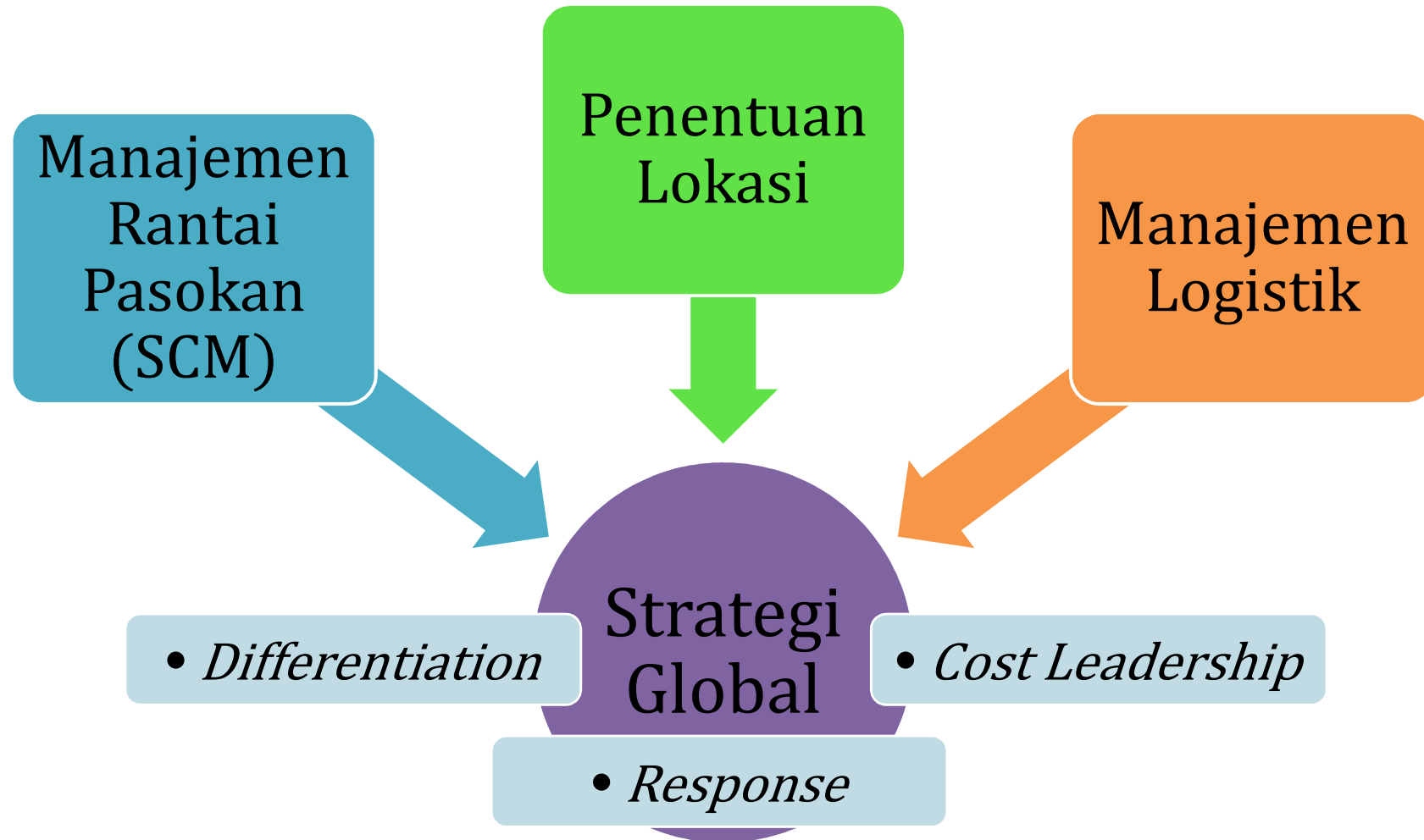
*World Trade
Organization
(WTO)*

*North American
Free Trade
Agreement
(NAFTA)*

*European Union
(EU)*

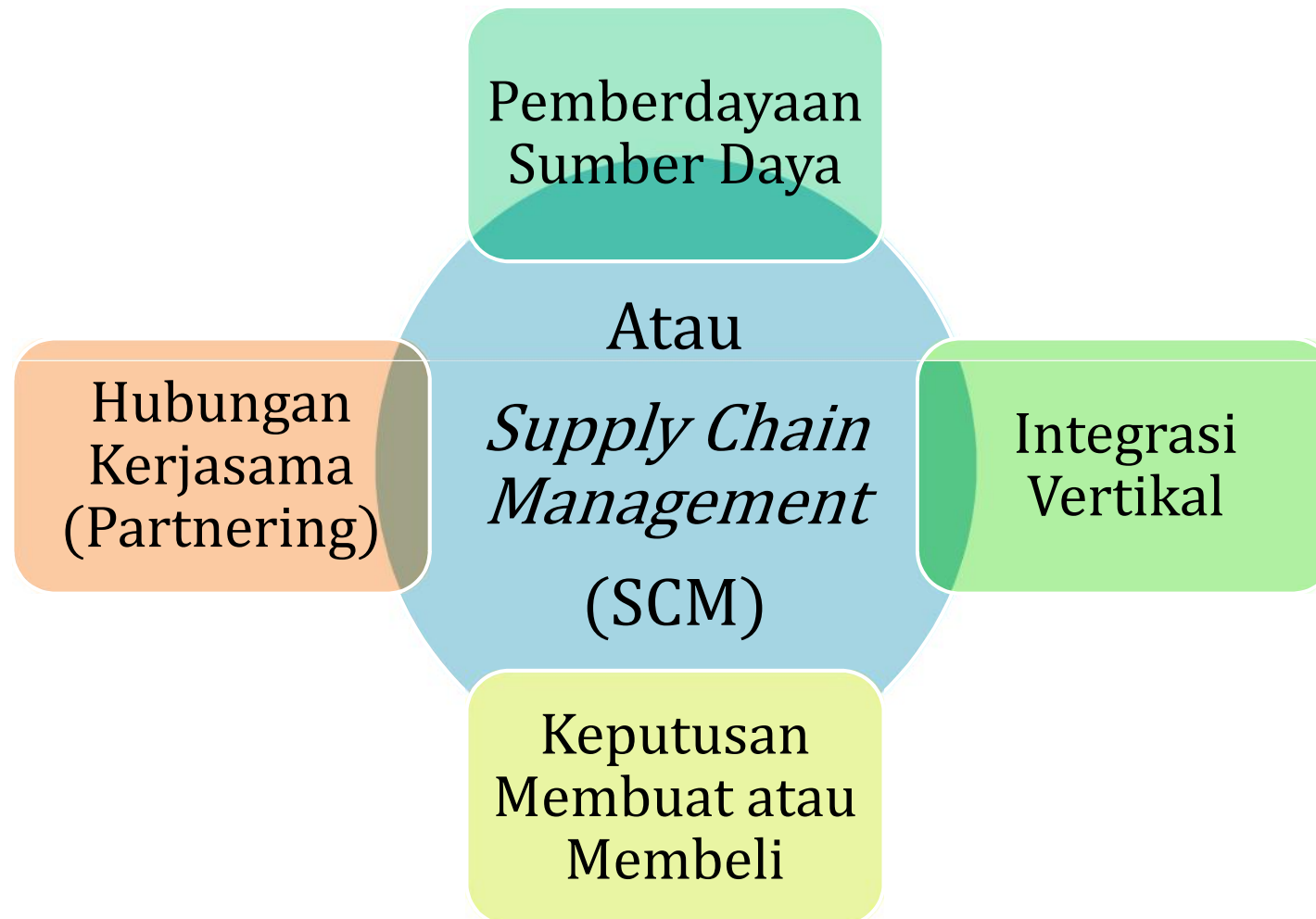
Isu Manajemen Operasi Global

18



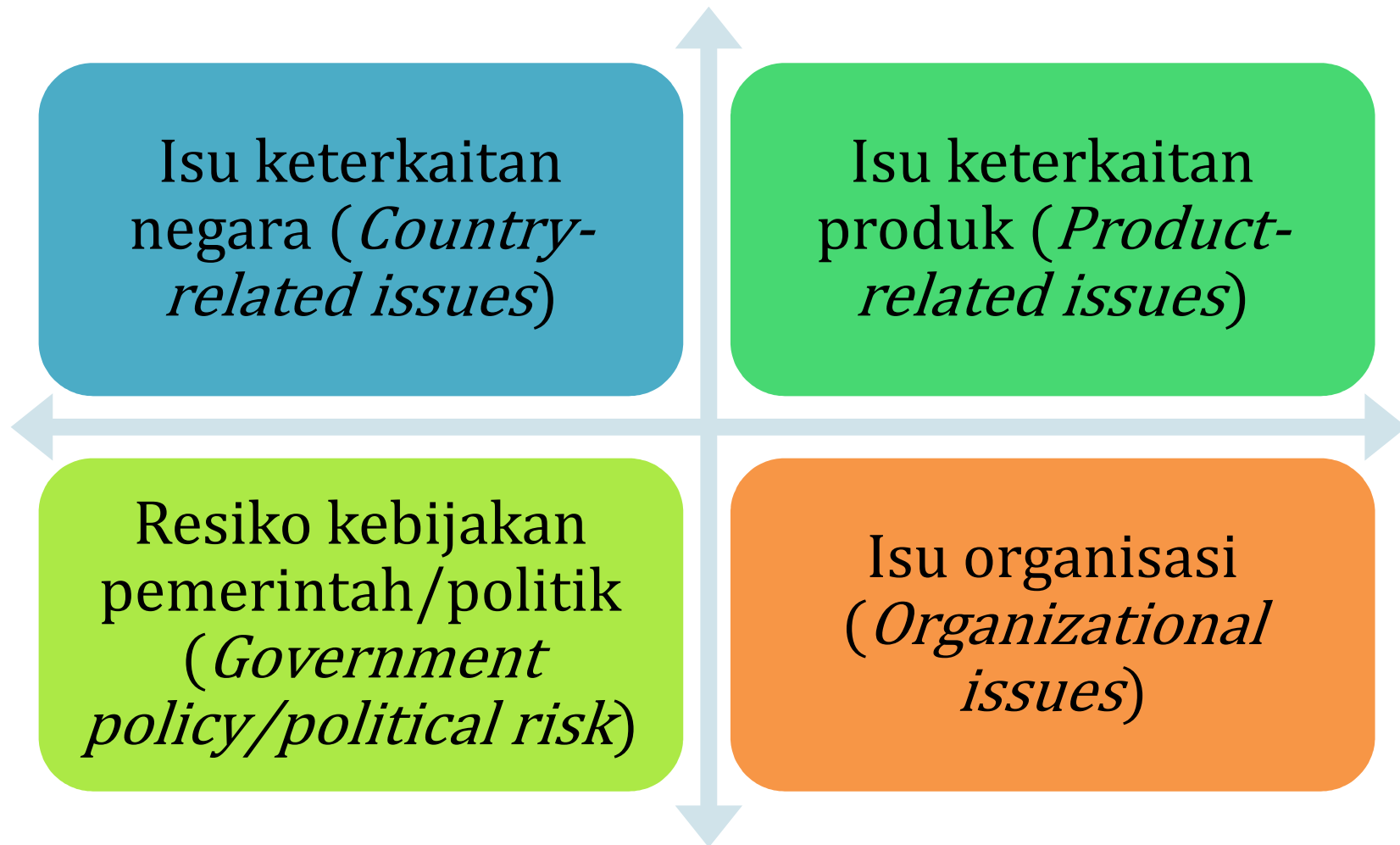
Manajemen Rantai Pasokan

19



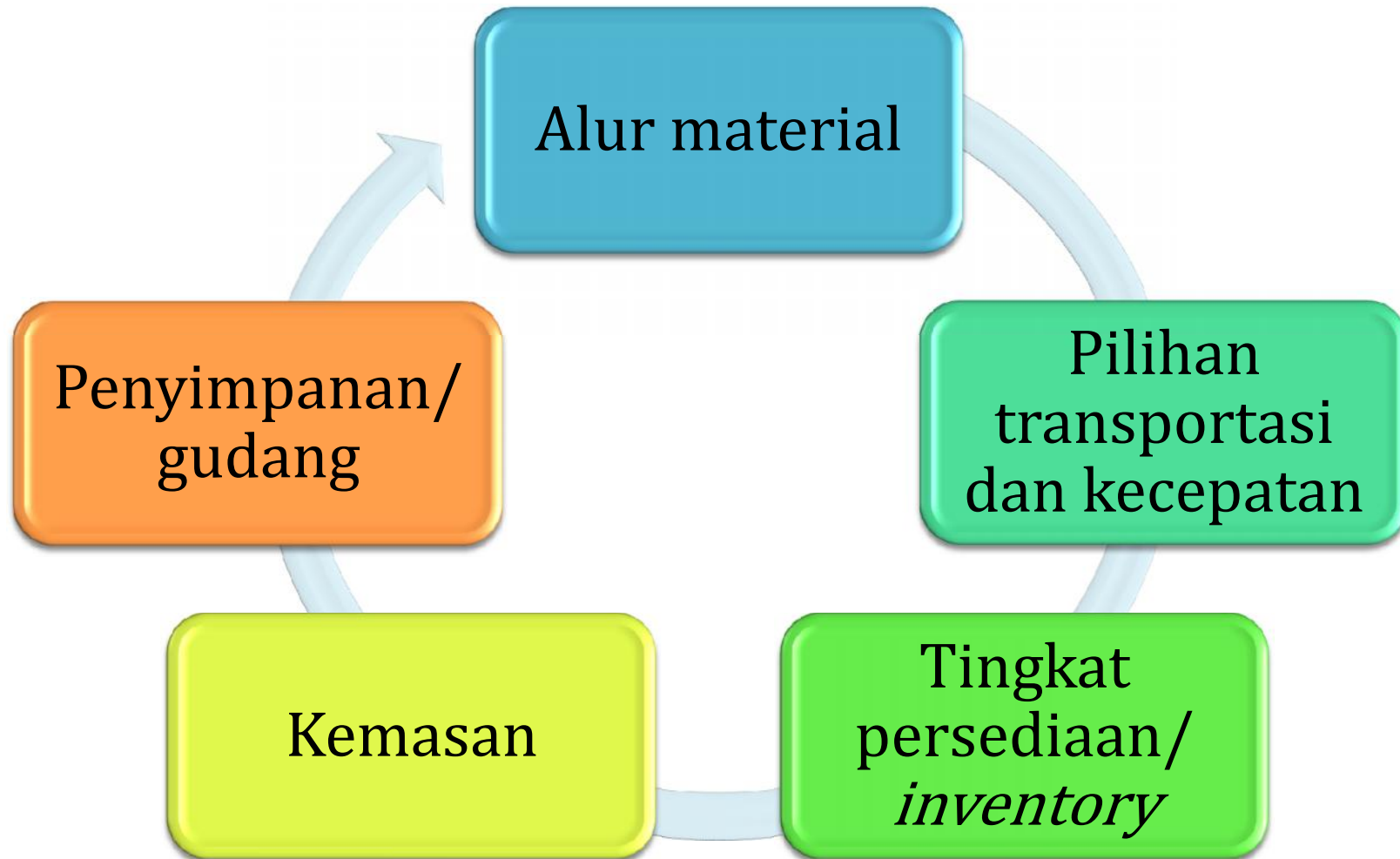
Penentuan Lokasi

20



Manajemen Logistik

21



Definisi Operasi Global

22

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

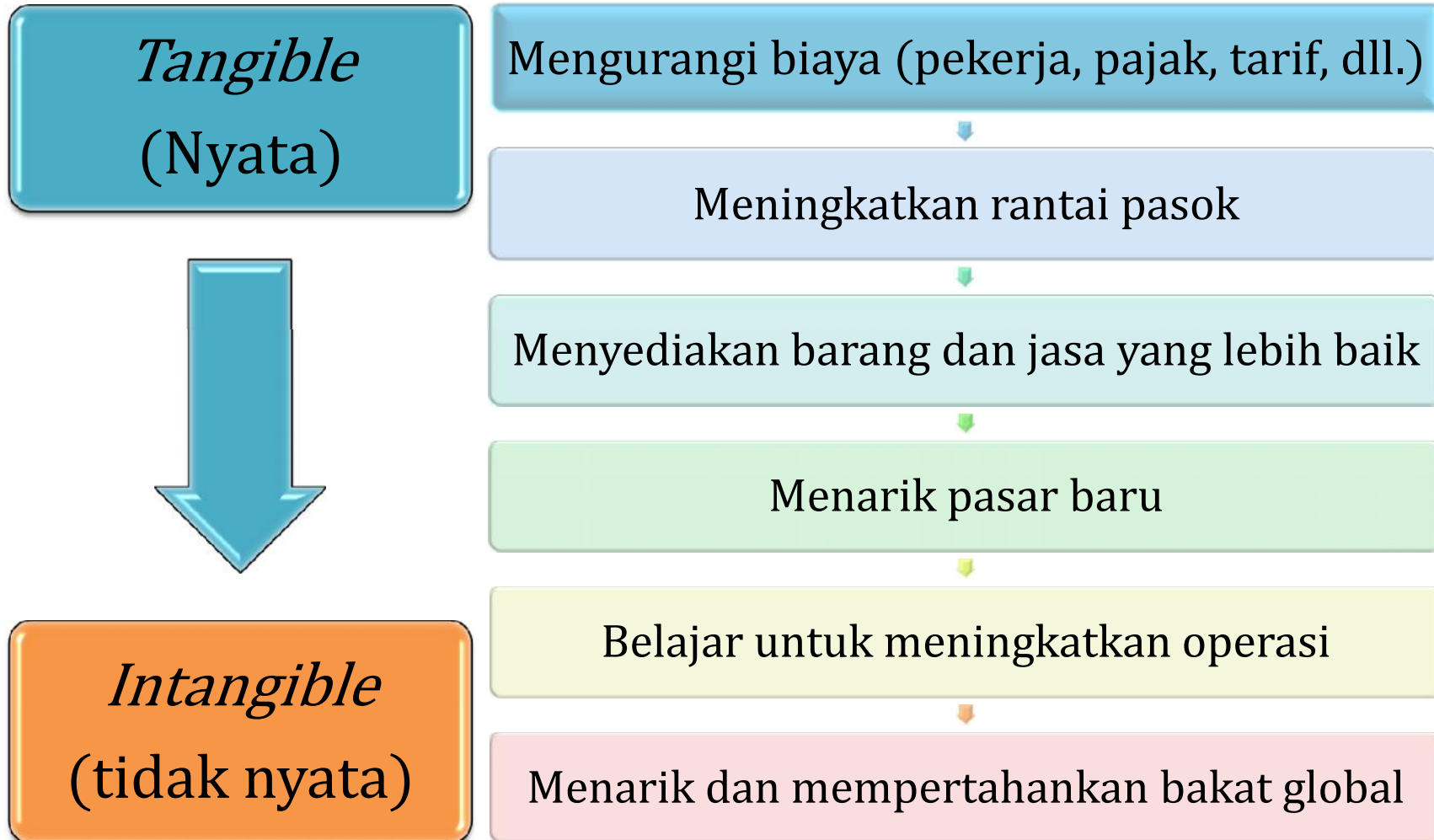
- Mengintegrasikan operasi dari berbagai negara, dan memandang dunia sebagai pasar tunggal.

Perusahaan Transnasional

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

Keuntungan Operasi Global

23



Perdagangan Global

24

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

25





Referensi

26

Jay Heizer and Barry Render, *Operation Management*, 10th Ed. Pearson Prentice Hall, 2011

Roger G. Schroeder and Susan Meyer Goldstein, *Operations Management: Contemporary Concepts and Cases*, McGraw Hill, 2011

Sobarsa Kosasih, *Manajemen Operasi*, Mitra Wacana Media, 2009

Pangestu Subagyo, *Manajemen Operasi*, BPFE Yogyakarta, 2000

Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Manajemen Operasi: Konsep dan Aplikasi*, Refika Aditama, 2008

Sekian & Terima Kasih