
MANAJEMEN PRODUKSI & OPERASI

DINA NOVIA P. SP,MSi
JURUSAN SOSIAL EKONOMI
FP - UNIBRAW

I. PENDAHULUAN

- Definisi : Usaha2 pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya2 (faktor produksi) trmsk : tenaga kerja, mesin, peralatan, bhn mentah dll.dlm proses transformasi bhn mentah & tenaga kerja menjadi berbagai produk barang & jasa.

KARAKTERISTIK MPO

- Mempunyai tujuan : menghasilkan brg & jasa
 - Mempunyai kegiatan (proses transformasi)
 - Ada mekanisme yg mengendalikan operasi
-

RUANG LINGKUP MPO

- Aspek Struktural : memperlihatkan konfigurasi komponen yg membangun sistem MPO & interaksinya, termasuk komponen bhn, TK, peralatan & modal.
 - Aspek Fungsional : terkait dgn manajemen & organisasi komponen struktural maupun interaksinya mulai dari perencanaan, penerapan, pengendalian & perbaikan agar diperoleh kinerja yg optimum.
 - Aspek Lingkungan : memperhatikan perkembangan & kecendrungan yg terjadi di luar sistem. Sistem tergantung dr kemampuan beradaptasi thd lingk. sekitar baik masy. pemerintah, teknologi, ekonomi, politik, sosbud dll.
-

MPO berkaitan dgn :

- Perencanaan output
 - Desain proses transformasi
 - Perencanaan kapasitas
 - Perencanaan bangunan pabrik
 - Perencanaan tata letak fasilitas
 - Desain aliran kerja
 - Manajemen persediaan
 - Manajemen proyek
 - Skeduling
 - Pengendalian kualitas
 - Keandalan kualitas & pemeliharaan
-

Peranan Manajer Operasi

- Menentukan & mengatur letak gudang persediaan & mesin yg efisien
 - Melakukan pemeliharaan utk menjamin keandalan & kontinuitas operasi
 - Mengurangi/memperbaiki bag. produk yg rusak u/menghslkan produk yg berkualitas
 - Menentukan komponen yg akan dibuat/dibeli dr suplier
 - Menentukan skedul kerja
 - Mengevaluasi biaya TK jika ada penambahan jam kerja
 - Memperbaiki sistem informasi produk dgn suplier
 - Memperbaiki manajemen persediaan
 - Memperbaiki produktivitas
 - Mengurangi pemborosan
 - Memperpendek waktu persiapan u/ mengurangi waktu proses
-

II. PERAN OPERASI DLM PERSAINGAN GLOBAL

- Globalisasi berarti smkn menipisnya batas2 antar negara krn kemajuan teknologi terutama bid.komunikasi & informasi
 - Ditandai AFTA 2003, APEC 2010 → neg. maju & 2020 → neg.berkembang
 - Konsumen bs memilih bbg alternatif brg&jasa dgn harga yg murah
 - Produsen → memicu persaingan yg kompetitif & mjd ancaman thd produk2 luar neg. shg bs kalah bersaing
-

Peran Operasi Dlm Pasar Global

- Meningkatkan efisiensi&efektivitas produk (produktivitas)
 - Meningkatkan fleksibilitas operasi pabrik
 - Meningkatkan kualitas produk
 - Menciptakan waktu tgg yg relatif singkat & kapasitas produksi yg mampu memenuhi kebutuhan konsumen.
-

Produktivitas

- Adalah : Perbandingan antara hsl yg dicapai (output) dgn keseluruhan sumber daya yg digunakan (input)

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{Output}}{\text{Input}}$$

Multi-Product Productivity

$$\text{Productivity} = \frac{\text{Output}}{\text{Labor} + \text{material} + \text{energy} + \text{capital} + \text{miscellaneous}}$$

-
- Dlm 2 decade terakhir (1980-2000-an) perusahaan seperti Motorola, Harley Davidson, Intel, Microsoft (AS), Sony Corp, Mitsubishi (Jepang), dan Mercedes Benz (Jerman) telah melaksanakan strategi yang berstandarkan kepada mutu produk untuk memenangkan pesanan.
 - Khusus industri otomotif, elektronik & mesin di Jepang telah membuat produk berkualitas tinggi sebagai kunci sukses dari strategi perusahaan tersebut. Fakta menunjukkan bahwa industri otomotif Jepang mengalahkan industri otomotif Amerika Serikat, industri mesin Jepang (atau tidak kalah) dari industri mesin Eropa Barat, bahkan industri jam tangan Jepang mengalahkan industri jam tangan Swiss.
 - Oleh karena itu, produk-produk Jepang pada tahun 1980-an telah 10 sampai 100 kali lebih kecil dalam tingkat kerusakan produk (*product defect rate*).
-

-
- Akhir-akhir ini berbagai perusahaan Amerika Serikat, Kanada, dan Eropa telah mencoba menurunkan tingkat kerusakan (*damage*) produk untuk meningkatkan kepentingan para langganan.
 - Sebagai contoh, Motorola, produsen telepon seluler, telah menurunkan tingkat cacat produknya dari 6.000 per 1.000.000 produknya pada tahun 1985 menjadi hanya 30 per 1.000.000 produk pada tahun 1992, bahkan menjadi 3 per 1.000.000 produk pada tahun 1995.
 - Jadi, produk dengan mutu prima (*superior quality*) jelas akan menjadi produk yang diidamkan oleh setiap konsumen di seluruh dunia.
-