



MANAJEMEN OPERASI

MK. PENGANTAR BISNIS
CAHYANI PRATISTI
IIB DARMAJAYA

Outline

- ▶ Pengertian konsep manajemen operasi
- ▶ Keputusan-keputusan dalam manajemen operasi
- ▶ Pengklasifikasian barang dan jasa
- ▶ Tahap proses pengembangan produk
- ▶ Strategi penetapan harga
- ▶ Taktik penetapan harga
- ▶ Langkah-langkah penetapan anggaran produksi

Konsep Manajemen Operasi

- ▶ Rangkaian kegiatan atau aktivitas yang menciptakan nilai produk baik berupa barang maupun jasa dari input menjadi output bagi kepentingan sasaran organisasi (Heizer & Render, 2008)
- ▶ Tanggung jawab Manajemen Operasi:
 - Desain barang dan jasa
 - Kualitas produk
 - Pemilihan lokasi
 - Desain SDM dan manajemen rantai pasokan
 - Persediaan, penjadwalan, dan persediaan
 - Penetapan anggaran produksi

Keputusan-Keputusan dalam Manajemen Operasi

- ▶ Proses: dalam menggunakan peralatan dan teknologi produksi, jenis aliran proses produksi, tata letak fasilitas, desain pekerjaan
- ▶ Kualitas: desain kualitas, standarisasi produk, inspeksi kualitas, pelatihan manajemen mutu
- ▶ Kapasitas: penyediaan jumlah produk yang tepat pada tempat dan waktu yang tepat
- ▶ Penyimpanan: berapa jumlah penyimpanan secara efektif dan efisien

Pengklasifikasian Barang dan Jasa

- ▶ Yang bisa dijual: barang fisik, pengalaman, jasa, acara, orang tempat, properti, organisasi, ide
- ▶ Klasifikasi barang berdasarkan kecepatan konsumsi dan kekonkritannya: barang tahan lama, tidak tahan lama, dan jasa
- ▶ Klasifikasi berdasarkan sifat:
 - Convenience products
 - Shopping products
 - Speciality products

Tahap Proses Pengembangan Produk

- ▶ Tiap produk memiliki jenis pengembangan dan kekompleksan yang berbeda-beda
- ▶ Tahapan pengembangan produk (Ulrich & Eppinger):

1. Pengembangan konsep: mengidentifikasi kebutuhan pasar dan mengevaluasi alternatif untuk dipilih satu produk yang akan dikembangkan (termasuk spesifikasi produk, analisis produk pesaing, dan analisis ekonominya)

2. Rancangan tingkatan sistem produk: desain atau alur pembuatan produk hingga produk tersebut jadi dan dikemas

3. Rancangan detail: meliputi spesifikasi lengkap tentang geometri produk dan komponennya, komposisi dan bahan-bahan, ukuran toleransi mesin, standar ukuran alat, rencana proses produksi dan perakitan

4. Uji coba dan evaluasi: pembuatan prototype dan dievaluasi sebelum diproduksi

5. Uji coba proses produksi: bertujuan untuk melatih pekerja untuk mengetahui permasalahan ketika produk dibuat

Strategi Penetapan Harga

Berdasarkan biaya

Dihitung berdasarkan total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk yang dijual

- Cost plus pricing method
- Mark up pricing
- Fixed fee pricing

Berdasarkan kebutuhan/ keinginan

Mengutamakan kebutuhan konsumen. Strategi ini memungkinkan adanya perbedaan harga meskipun produknya sama karena jarak, waktu, dsb

- Price sensitive meter
- Diskriminasi harga

Berdasarkan persaingan

Menyoroti harga produk yang dikeluarkan oleh pesaing

- Perceived value pricing
- Sealed bid pricing

Strategi Penetapan Harga..(2)

- ▶ Skimming price: penetapan harga tinggi diawal kemudian menurun
- ▶ Penetration pricing
- ▶ Penggunaan harga fleksibel
- ▶ Bundling pricing
- ▶ Kepemimpinan pasar

Taktik Penetapan Harga

- ▶ Harga lini: penetapan harga tertentu untuk kategori produk tertentu eg: harga kategori sabun mandi
- ▶ Harga psikologis: berdasar bahwa konsumen tidak selalu bersikap rasional, eg: Rp 299rb dianggap jauh lebih murah dari Rp 300rb
- ▶ Penetapan harga ganjil-genap: konsumen lebih memilih harga yang tidak tercantum dalam jumlah genap
- ▶ Diskon

Langkah-Langkah Penetapan Anggaran Produksi

1. Menentukan perkiraan jumlah unit barang yang akan terjual
2. Menentukan tingkat persediaan akhir
3. Menambahkan jumlah persediaan akhir
4. Menetapkan jumlah persediaan



*The success of a production depends
on the attention paid to detail*

(David O. Selznick)

Thank you and see you 😊