Tugas Pertemuan ini yaitu :

SILAHKAN KALIAN RANGKUM MATERI YANG SAYA BERIKAN,.

catatan :

diketik Ms.Word secara rapi, terstruktur dan jelas

Nama: Pitri Yanti

NIM : 202510007 (MM 36)

MANAJEMEN PRODUKSI

A. Produksi

Produksi adalah suatu proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi atau setengah jadi dan menambah nilai suatu produk (barang/jasa) agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Tujuan kegiatan produksi oleh produsen adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan dari kegiatan tersebut dan fungsi dari kegiatan produksi adalah untuk menciptakan dan menambah nilai suatu produk.

B. Manajemen Produksi

Manajemen Produksi merupakan salah satu bagian ilmu manajemen pemasaran yang berperan dalam menghandle berbagai kegiatan produksi untuk mencapai suatu tujuan.

Faktor-faktor yang mempercepat perkembangan manajemen produksi yaitu:

1. Adanya pembagian kerja (Divisi dari tenaga kerja)
2. Spesialisasi dan *planning*

Ada 3 aspek penting manajemen produksi yaitu

1. **Perencanaan produksi** yang bertujuan agar adanya persiapan yang sistematis bagi produksi yang dijalankan, yaitu:
   - Ide produksi
   - Seleksi ide produk
   - Design awal
   - *Prototype*
   - *Testing*
   - Design akhir
2. **Pengendalian produksi** yang bertujuan agar mencapai hasil yang maksimal.
   - Perencanaan
   - *Routing*
   - *Scheduling*
   - *Dispatching*
3. **Proses produksi** yang ditinjau dari 2 segi yaitu:
   1) **Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi menjadi 2 yaitu:**

a. **Proses produksi terus menerus (*continous production*)** yaitu suatu proses yang mengubah bentuk produk namun tidak mengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini digunakan untuk menghasilkan produk dalam sekala besar (massal)
b. **Proses produksi yang terputus-putus (*intermitten production*)** yaitu proses produksi yang dilakukan berdasarkan pesanan.

2) Berdasarkan teknik terbagi menjadi 4 bagian yaitu:

a. **Proses ekstratif** yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya.
b. **Proses analitis** yaitu langkah pertama dari proses perencanaan, proses analitis dilakukan untuk menelaah dan memilah proses terbaik yang akan digunakan dalam proses produksi.
c. **Proses fabrikasi (pengubahan)**, dimana pengubahan adalah proses,cara untuk mengubah suatu bahan baku menjadi suatu produk
d. **Proses sintesis**, yaitu suatu proses yang mengubah bahan baku menjadi produk baru yang melalui proses fisika dan kimia.

Setelah proses produksi, langkah selanjutnya adalah perusahaan harus memiliki **lokasi** dan **layout pabrik** yang tepat. **Dalam menentukan lokasi suatu pabrik**, sebuah perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor yaitu **lingkungan masyarakat, sumber alam, tenaga kerja, dan transportasi**. Semua faktor ini akan berpengaruh dalam proses produksi kedepanannya. Sebagai contoh: jika lokasi pabrik memiliki jarak yang jauh dari sumber alam sebagai bahan baku maka suatu perusahaan harus mengeluarkan biaya yang besar untuk transportasi bahan baku selain itu, waktu produksi juga akan menjadi menjadi lama sehingga akan mempengaruhi biaya produksi dan harga produk kedepannya. Oleh karna itu, penentuan lokasi pabrik sangat penting dalam proses produksi.

Manfaat dari layout pabrik yan tepat antara lain:

1. Meningkatkan jumlah produksi
2. Waktu yang dibutuhkan singkat
3. Meminimalisir pemindahan bahan
4. Efisien penggunaan fasilitas
5. Meningkatkan keselamatan dan kepuasan kerja
6. Menghindari kesimpangsiuran yang disebabkan karena menunggu material.

C. Sistem Produksi

Sistem Produksi *Just In Time* (JIT) adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendaki. Tujuan Sistem produksi *just in time* (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi.

Sistem Produksi *Just In Time* (JIT) diperlukan ketelitiann dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan baku, jadwal penerimaan bahan baku, jalannya produksi, kesiapan produk hingga pengiriman barang jadi

Kelebihan Sistem Produksi *Just In Time* (JIT) adalah:

a. Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
b. Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
c. Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
d. Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
e. Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

Sedangkan kelemahan Sistem Produksi *Just In Time* (JIT) adalah:

a. Sistem Produksi *Just In Time* tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau *"Zero Tolerance for Mistakes*" sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan.
b. Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalamkualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Keterlambatan pengiriman oleh satu pemasok akan mengakibatkan terhambatnya semua jadwal produksi yang telah direncanakan.
c. Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.

D. Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Ada 5 jenis strategi respon produksi terhadap permintaan konsumen yaitu sebagai berikut:

1. **Design To Order (DTO),** strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.
2. **Assembly To Order (ATO),** perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelangg
3. **Make To Order (MTO),** perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu.
4. **Make To Stock (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan.
5. **Make To Demand (MTD**), merupakan strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memenuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Pada strategi MTD ini, perusahaan dapat menyerahkan jumlah yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/konsumen.

TUGAS MANAJEMEN PEMASARAN

MANAJEMEN PRODUKSI
K4

DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.M.S

OLEH

REKA TIA SUSANTI

NIM. 202510008

PROGRAM PASCASARJANA

MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS BINA DARMA

PALEMBANG

2020

A. KRISIS PERUSAHAAN

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah situasi krisis yang melanda perusahaan. Isi nasional dan lelah melibatkan banyak pihak didalam penanganannya.Implikasi dari permasalahan tersebut tidak hanya berpengaruh terhadap perusahaan besar, tetapi juga telah membuat perusahaan kecil dan pedagang kecil ikut merasakan akibatnya. Banyak pengganggguran yang terjadi, dan sekian banyak produk yang tidak laku dijual.

Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik (turning point) yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Jika dipandang dari kaca mata bisnis. Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

- Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
- Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
- Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
- Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
- Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
- Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadipanik.
- Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

B. MANAJEMEN PRODUKSI

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalammengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :

- Adanya orang yang lebih dari satu.
- Adanya tujuan yang ingin dicapai.
- Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu:

1. Perencanaan Produksi – bertujuan agar dlakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi :

- Jenis barang yang diproduksi.
- Kualitas barang.
- Jumlah barang.
- Bahan baku.
- Pengendalian produksi.

2. Pengendalian Produksi – tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya :

- Menyusun perencanaan.
- Membuat penjadwalan kerja.
- Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.

3. Proses Produksi – dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu :

a. Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :

- Proses produksi terus menerus (continuous Production) – dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang, walaupun terjadi perubahan bentuk barang-barang tetapi tidakmengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini menghasilkan produk yang standar (massal).
- Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production) – proses produksi ini dilakukan berdasaarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.

b. Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :

- Proses Ekstraktif. Dimana kegiatan produksi yang dilakukan pada perusahaan ekstraktif yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya.contohnya, perusahaan penambangan dan perusahaan penangkapan ikan di laut.
- Proses Analitis. Dimana analisis merupakan langkah pertama dari proses perencanaan. Analisis merupakan penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan. Analisis berarti melakukan evaluasi terhadap kondisi dari pos-pos atau ayat-ayat yang berkaitan dengan akuntansi dan alasan-alasan yang memungkinkan tentang perbedaan yang muncul. Analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan

suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.

- Proses Pengubahan, dimana pengubahan adalah proses, cara, perbuatan mengubah. Perubahan merupakan suatu kekuatan yang sangat hebat, yang dapat memotivasi atau mendemotivasi. Perubahan juga adalah hasil suatu masyarakat yang mencari cara memecahkan masalah yang diciptakan oleh perubahan dalam lingkungannya. Perubahan merupakan hasil interaaksi kepentingan yang secara ketat dikontrol, ditentukan oleh posisi sosial atau kondisi materill elit yang terlibat.
- Proses Sintesis, sintesis (berasal dari bahasa yunani syn= tambah dan theis=posisi) yang biasanya berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru. Istilah ini mempunyai arti luas dan dapat digunakan ke fisika, ideologi dan fenomenologi.

C. SISTEM PRODUKSI

Pengertian Sistem Produksi Just In Time (JIT) – Just In Time atau sering disingkat JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.

Tujuan Sistem Produksi Just In Time (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting).

Adanya sistem JIT, kita telah dapat mengatasi 3 pemborosan (over production, excess inventory dan waiting) diantara 7 pemborosan (7 Waste) yang harus dihindari dalam sistem produksi Toyota. Istilah "Just In Time" jika diterjemahkan langsung kedalam bahasa indonesia adalah tepat waktu, jadi Sistem Produksi Just In Time atau JIT ini dalam bahasa indonesia sering disebut dengan Sistem Produksi Tepat Waktu. Tepat waktu disini berarti semua persediaan bahan baku yang akan di olah menjadi barang jadi harus tiba tepat waktunya dengan jumlah yang tepat juga. Semua barang jadi juga harus siap produksi sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu yang tepat pula.

Stock Level atau tingkat persediaan bahan baku, bahan pendukung, komponen, bahan semi jadi (WIP atau Work In Progress) dan juga barang jadi akan dijaga pada tingkat atau jumlah yang paling minimum. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan Cash Flow dan menghindari biaya-biaya yang akan terjadi akibat kelebihan bahan baku dan barang jadi.

Sistem Produksi Just In Time atau Sistem Produksi JIT ini, diperlukan ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi.

Perusahaan-perusahaan manufakturing modern saat ini menggunakan berbagai perangkat lunak (Software) yang canggih dalammerencanakan jadwal produksi yang didalamnya juga termasuk mengeluarkan pesanan pembelian (purchase order) dan pengendalian jumlah persediaan (inventory). Software produksi tersebut juga dapat melakukan penukaran informasi mulai dari pemasok (vendor) hingga ke pelanggan (customer) melalui Electronic Data Interchange (EDI) untuk memastikan kebenaran sampai ke data-data yang paling rinci (detail).

Kebenaran dan ketepatan waktu pengiriman bahan-bahan produksi sangat diperlukan dalam Sistem Produksi Just In Time ini. Contoh pada sebuah perusahaan manufaktur Handphone,perusahaan tersebut harus dapat menerima model LCD display yang benar dan dalam jumlah yang dibutuhkan untuk satu hari produksi, pemasok LCD Display tersebut diharapkan dapat mengirimkan dan tiba digudang produksi dalam batas waktu yang sangat singkat.

Sistem permintaan bahan-bahan produksi demikian biasanya disebut dengan “Pull System” atau “Sistem Tarik”. Keberhasilan Sistem Produksi Just In Time sangat tergantung pada komitmen seluruh karyawan perusahaan mulai dari level yang terendah hingga pada level yang tertinggi.

Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
- Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
- Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
- Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
- Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

Kelemahan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Sistem Produksi Just In Time tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau “Zero Tolerance for Mistakes” sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan. Hal ini dikarenakan tingkat persediaan bahan-bahan produksi dan produk jadi yang sangat minimum.
- Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalamkualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Keterlambatan pengiriman oleh satu pemasok akan mengakibatkan terhambatnya semua jadwal produksi yang telah direncanakan.
- Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
- Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

D. STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

Jenis-Jenis Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. DESIGN TO ORDER (DTO), yang dimaksud DTO atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan. Perusahaan manufakturing yang bersangkutan baru akan melakukan proses produksi apabila ada permintaan yang pasti dari konsumen/pelanggan..

   Salah satu keuntungan dari strategi ini adalah perusahaan tidak mempunyai persediaan (inventory) sehingga biaya persediaan boleh dikatakan hampir tidak ada. Strategi DTO ini cocok untuk perusahaan-perusahaan manufakturing yang memproduksi produk-produk yang baru ataupun produk yang unik. Contohnya seperti jembatan, produk-produk militer, kapal, pesawat terbang, peralatan khusus industri dan gedung.

2. ASSEMBLY TO ORDER (ATO), pada strategi ATO ini perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Apabila konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan, perusahaan akan merakit modul atau sub-assembly tersebut sesuai dengan permintaan yang dibutuhkan oleh pelanggan/konsumen. Contoh strategy ATO adalah pada produk komputer, perusahaan akan membuat modul-modul standar seperti modul RAM, hard disk, motherboard, prosessor dan DVD drive
   - Begitu terima konfirmasi pesanan dari konsumen, perusahaan tersebut langsung melakukan perakitan semua modul yang bersangkutan menjadi 1 unit komputer yang lengkap.
   - Perusahaan yang menerapkan strategi ATO ini memiliki resiko dalam menyimpan persediaan (inventory) modul-modul standar yang bersangkutan.

3. MAKE TO ORDER (MTO), pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Konsumen/pelanggan biasanya bersedia untuk menunggu produsen (perusahaan manufakturing) untuk menyelesaikan produksinya. Perbedaan DTO dan MTO tidakdimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.

4. MAKE TO STOCK (MTS), yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Strategi MTS memiliki resiko yang tinggi karena mempunyai persediaan (inventory) yang banyak sehingga biaya-biaya yang berkaitan dengan persediaan juga menjadi tinggi. Kelebihannya adalah dapat dengan cepat merespon permintaan konsumen sehingga konsumen ataupun pelanggan tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan produknya. Strategi MTS ini sering dgunakan oleh perusahaan manufakturing yang mebuat barang konsumen seperti peralatan rumah tangga, bahan-bahan pokok, produk makanan, mainan anak-anak.

Umumnya perusahaan ini memiliki sistem peramalan akurat dalam mengurangi resiko yang dihadapinya.

5. MAKE TO DEMAND (MTD), merupakan suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memnuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Pada strategi MTD ini, perusahaan dapat menyerahkan jumlah yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/konsumen. Strategi ini pada dasarnya adalah gabungan dari beberapa strategi yang disebutkan diatas. Design (rancangan), bahan-bahan baku,modul atau sub-assembly, ataupun produk dapat disimpan sebagi inventory (persediaan). Namun tantangan dalam MTD ini adalah bagaimana memperhitungkan dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam suatu inventory(persediaan). Strategi demand ini pada umunya meliputi penerapan beberapa sistem produksi modern seperti Sistem Just In Time (JIT), Lean Manufakturing dan Sistem Pengendalian Kualitas Sigma.

TUGAS KE EMPAT MANAJEMEN PEMASARAN

NAMA : RENDY PRAYITNO
NIM : 202510009
FAKULTAS : MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS : BINA DARMA

MANAJEMEN PRODUKSI

Krisis Perusahaan

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah situasi krisis yang melanda perusahaan. Isi nasional dan lelah melibatkan banyak pihak didalam penanganannya.Implikasi dari permasalahan tersebut tidak hanya berpengaruh terhadap perusahaan besar, tetapi juga telah membuat perusahaan kecil dan pedagang kecil ikut merasakan akibatnya. Banyak pengganggguran yang terjadi, dan sekian banyak produk yang tidak laku dijual.

Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik (turning point) yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Jika dipandang dari kaca mata bisnis. Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

- Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
- Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
- Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
- Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
- Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
- Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadipanik.
- Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

Sistem Produksi

Pengertian Sistem Produksi Just In Time (JIT) – Just In Time atau sering disingkat JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.

Tujuan Sistem Produksi Just In Time (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting). Adanya sistem JIT, kita telah dapat mengatasi 3 pemborosan (over production, excess inventory dan waiting) diantara 7 pemborosan (7 Waste) yang harus dihindari dalam sistem produksi Toyota. Istilah “Just In Time” jika diterjemahkan langsung kedalam bahasa indonesia adalah tepat waktu, jadi Sistem Produksi Just In Time atau JIT ini dalam bahasa indonesia sering disebut dengan Sistem Produksi Tepat Waktu. Tepat waktu disini berarti semua persediaan bahan baku yang akan di olah menjadi barang jadi harus tiba tepat waktunya dengan jumlah yang tepat juga. Semua barang jadi juga harus siap produksi sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu yang tepat pula.

Stock Level atau tingkat persediaan bahan baku, bahan pendukung, komponen, bahan semi jadi (WIP atau Work In Progress) dan juga barang jadi akan dijaga pada tingkat atau jumlah yang paling minimum. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan Cash Flow dan menghindari biaya-biaya yang akan terjadi akibat kelebihan bahan baku dan barang jadi. Sistem Produksi Just In Time atau Sistem Produksi JIT ini, diperlukan ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi.

Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
- Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
- Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
- Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
- Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.
- Sistem Produksi Just In Time tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau “Zero Tolerance for Mistakes” sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan. Hal ini dikarenakan tingkat persediaan bahan-bahan produksi dan produk jadi yang sangat minimum.
- Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalamkualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Keterlambatan pengiriman oleh satu pemasok akan mengakibatkan terhambatnya semua jadwal produksi yang telah direncanakan.
- Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
- Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. **DESIGN TO ORDER (DTO),** yang dimaksud DTO atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.
2. **ASSEMBLY TO ORDER (ATO),** pada strategi ATO ini perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Apabila konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan, perusahaan akan merakit modul atau sub-assembly tersebut sesuai

   dengan permintaan yang dibutuhkan oleh pelanggan/konsumen. Contoh strategy ATO adalah pada produk komputer, perusahaan akan membuat modul-modul standar seperti modul RAM, hard disk, motherboard, prosessor dan DVD drive
3. **MAKE TO ORDER (MTO)**, pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Konsumen/pelanggan biasanya bersedia untuk menunggu produsen (perusahaan manufakturing) untuk menyelesaikan produksinya. Perbedaan DTO dan MTO tidakdimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.
4. **MAKE TO STOCK (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan.
5. **MAKE TO DEMAND (MTD**), merupakan suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memnuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Pada strategi MTD ini, perusahaan dapat menyerahkan jumlah yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/konsumen.

Tugas Mata Kuliah Managemen Pemasaran
Dosen : Dr. Ir. Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, MS.
Nama : Rezki Ardiansyah, S.Kom
Nim : 202510010

Tugas pertemuan keempat " Managemen Produksi"

Produksi adalah suatu proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi atau menambah nilai atau produksi (barang dan Jasa) agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

Secara etimologis, kata "Produksi" berasal dari Bahasa inggris, yaitu "*produce"* yang artinya menghasilkan. Jadi, arti kata produksi adalah suatu kegiatan yang menghasilakan atau menambah nilai guna suatu barang atau jasa melalui proses tertentu.

Tujuan kegiatan produksi yang dilakukan oleh produsen adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan dari kegiatan tersebut

Fungsi dari kegiatan produksi adalah untuk menciptakan dan menambah nilai guna suatu produk, baik itu barang maupun jasa

Apakah yang di maksud **managemen produksi**

Managemen Produksi adalah suatu ilmu manajemen yang membahas secara menyeluruh bagaimana pihak managemen produksi perusahaan mengunakan ilmu dan seni yang di miliki untuk mengarahkan orang-orang agar mencapai hasil produksi yang di inginkan, *sumber : D.Irham Fahmi (2012:3)*

Managemen produksi berkembang dengan cepat karena adanya faktor yaitu :

1. Adanya pembagian kerja (divisi dari tenaga kerja)
2. Spesialisasi dan langkah selanjutnya adalah melakukan *planning*

Ada dua jenis penjadwalan produksi yaitu :

1. *Forward scheduling* (Penjadwalan Maju) adalah penjadwalan produksi yang menentukan waktu mulai produksi *(start)* terlebih dahulu dan kemudian menghitung jadwal maju kedepan untuk setiap kegiatan oeperasional agar dapat menentukan waktu penyelesaian keseluruhan proses produksi.
2. *Backward scheduling* (penjadwalan mundur) adalah penjadwalan produksi yang menentukan waktu kapan suatu produk dibutuhkan. Dari waktu penyelesaian tersebut kemudian dihitung mundur waktu yang tepat kapan suatu proses produksi harus di mulai.

Perencanaan produksi :

- Ide produk
- Selesksi ide produk
- *Design* awal
- *Prototype*
- *Testing*
- *Design* akhir
- Implementasi

Pengendalian produksi :

- Perencanaan
- *Routing*
- *Scheduling*
- *Dispatching*

Pengawan produksi di bagi menjadi 3 bagian :

- *Acceptance Good*
  Produk dapat di terima di masyarakat baik dalam segi kualitas maupun kuantitas yang di miliki barang tersebut
- *On Time*
  Dalam pelaksanaan dilakukan tepat waktu dan dapat diberikan kepada konsumen dengan tepat
- *Economically*
  Perusahaan harus mengalokasikan biaya dengan seimbang dan efisien

Proses produksi adalah tahap-tahap yang harus dilewati dalam memproduksi barang atau jasa. Ada proses produksi yang membutuhkan waktu lama, misalnya dalam pembuatan Gedung pencakar langit, pembuatan pesawat terbang, dan pembuatan kapal, serta lain-lainnya.

Berdasarkan caranya, proses produksi digolongkan dalam empat macam yaitu:

- Produksi pendek
- Produksi Panjang
- Produksi terus menerus
- Produksi berselingan

Proses produksi di bagi menjadi dua bagian

1. Proses produksi langsung
   Proses ini meliputi produksi primer, yakni berlangsung dengan alam, seperti pertambangan, perikanan, dll. Sedangkan itu ada produksi sekunder, yakni produksi dengan memberikan nilai kepada barang yang ada, seperti batu bata untuk membangun rumah, dll.
2. Proses produksi tidak langsung
   Proses ini hanya memberikan keahlian saya, seperti dosen, guru, dokter, montir dan lain-lain.

Teknik proses produksi :

1. Proses Aktraktif
2. Proses Analitis
3. Proses Fabrikasi
4. Proses Sintesis
5. Proses Assembling

Setelah proses produksi, suatu perusahaan dalam melakukan proses produksi harus memiliki lokasi dan layout pabrik yang tepat. Lokasi pabrik merupakan salah satu hal yang akan mempengaruhi perkembangan pabrik tersebut. Lokasi pabrik tersebut harus strategis, terutama parik harus berdekatan dengan pasokan bahan baku, dikarenakan jika area pabrik jauh dari area pemasok bahan baku, maka keuangan yang dibutuhkan akan semakin banyak, karena jasa pengangkutan bahan baku dari pasokan menuju area pabrik mahal, selain itu waktu yang dibutuhkan juga lama.

Jika waktu yang dibutuhkan lama, maka pabrik tersebut tidak mampu tepat waktu dalam memproduksi barang yang dibutuhkan konsumen, dan harga yang di tawarkan menjadi mahal, karena biaya yang dikeluarkan juga banyak, maka dari itu masalah lokasi dan tata letak (lay out) merupakan masalah yang vital bagi keberlangsungan pabrik, demi suatu produksi efisien dan mendukung kelancaran proses produksi.

Penentuan lokasi pabrik manajemen perusahaan dalam memilih lokasi pabrik didasarkan pada beberapa macam alternatif . tahap-tahap dalam pemilihan lokasi pabrik terdiri dari pengumpulan data menganalisa data yang masuk, menentukan urutan alternatif lokasi yang dipilih dan menentukan lokasi pabrik yang dipilih. Penentuan metode pemilihan lokasi pabrik di dasarkan pada faktor rating, Analisa ekonomi, dan Analisa volume biaya.

Berikut ini adalah beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi pabrik :

- Lingkungan masyarakat
- Sumber alam
- Tenaga kerja
- Transportasi
- Pembangkit tenaga listrik
- Tanah untuk ekpansi

Selain itu dalam pemilihan lokasi pabrik dan tata letak terdapat beberapa metode yang harus di perhatikan.

1. Metode kuantitatif
   Menilai secaran kuantitatif baik buruknya suatu daerah untuk pabrik sehubungan dengan faktor-faktor yang terdapat di daerah tersebut. Sehingga perusahaan dapat membandingkan keadaan daerah sutu dengan daerah lain
2. Metode kualitatif
   Konsep biaya tetap dan biaya variable dari lokasi yang berbeda dapat menciptakan hubungan antara biaya dan volume produksi yang berlaku bagi masing-masing lokasi.
3. Metode transpotasi
   Adalah suatu alat untuk memecahkan masalah yang menyangkut pengiriman barang dari suatu tempat ke tempat lain.

Mengapa perusahan memerlukan tata letak (*lay out*) Pabrik?

Lay out pabrik diperlukan untuk meminimumkan biaya dan meningkatkan efiensi produksi dan area kerja, sehingga proses produksi dapat berjalan lancar. Efisiensi ini dapat dicapai dengan menekan biaya produksi dan transportasi didalam pabrik. Dalam penyusunan *lay out* pabrik terdapat beberapa prinsip di antaranya:

1. Integritas terhadapat faktor produksi
2. Jarak pemindahan barang yang minimum
3. Memperlancar aliran kerja
4. Kepuasan dan keselamatan kerja

Manfaat dari *lay out* pabrik adalah :

1. Meningkatkan jumlah produksi
2. Waktu yang dibutuhkan singkat (*On time*)
3. Meminimalisir pemindahan bahan
4. Efisien pengunaan fasilitas
5. Meningkatkan keselelamatan dan kepuasan kerja
6. Menghindari kesimpang siuran yang disebabkan karena menunggu material

Apa itu faktor produksi :

Secara sederhana, pengertian faktor produksi adalah semua hal yang dibutuhkan oleh produsen agar dapat melakukan kegiatan produksi dengan baik dan lancar

Saat ini ada 5 hal yang di anggap sebagai faktor produksi, yaitu :

1. Sumber daya alam/fisik *(physical resources)*
2. Sumber daya manusia /tenaga kerja *(Labor)*
3. Modal *(capital)*
4. Kewirausahaan *(entrepreneurship)*
5. Sumber daya informasi *(Information resources)*

Beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam peningkatan produktivitas

- Pembagian kerja dan tugas
- Revolusi indrustri
- Bahan baku

Jika suatu perusahaan akan bersaing dalam hal produktivitas, faktor sudah memenuhi maka hal yang perlu diperhatikan lagi adalah pola dalam produksi, beberapa paktor yang harus di perhatikan di anatara nya :

1. Pola penjualan
2. Pola biaya
3. Biaya simpanan
4. Biaya penuntutan tenaga kerja
5. Biaya lembur
6. Biaya subkontrak
7. Kapasitas maksimal perusahaan

Berdasarkan perinsipnya, jenis pola produksi dibagi menjadi 3 yakni :

1. Pola produksi konstan, yaitu pola produksi dimana jumlah yang di produksi setiap priode yang lebih pendek daru satu tahun selalu sama
2. Pola produksi bergelombang, yaitu pola produksi dimana jumlah produksi untuk setiap satuan waktu yang lebih pendek daru satu tahun tidak selalu sama. Biasa nya mengikuti pola penjualan
3. Pola produksi moderat, merupakan pola produksi bergelombang, namun di usahakan agar gelombang produksi itu tidak terlalu tajam sehingga dapat mendekati konstan.

Kesimpulan

Pentingnya mempelajari manajemen produksi adalah topik-topik yang dipelajari dalam manajemen produksi berkaitan dengan desain, operasi dan pengawasan dari penawaran organisasi-organisasi. Proses pembuatan keputusan diawali dengan mmenguji hubungan sebab akibat, mencari penyimpangan-penyimpangan, dan yang paling penting konsultasi dengan pihak lain.

TUGAS PERTEMUAN IV

MANAJEMEN PEMASARAN

Nama : Sahyumar Lisbo Adam

NIM : 202510011

Dosen : Dr. Ir. Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, MS.

MANAJEMEN PRODUKSI

KRISIS PERUSAHAAN

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah situasi krisis yang melanda perusahaan. Isi nasional dan lelah melibatkan banyak pihak didalam penanganannya.Implikasi dari permasalahan tersebut tidak hanya berpengaruh terhadap perusahaan besar, tetapi juga telah membuat perusahaan kecil dan pedagang kecil ikut merasakan akibatnya. Banyak pengganggguran yang terjadi, dan sekian banyak produk yang tidak laku dijual.

Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik (turning point) yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Jika dipandang dari kaca mata bisnis. Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
2. Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
3. Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
4. Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
5. Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
6. Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadipanik.
7. Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalammengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :

1. Adanya orang yang lebih dari satu.
2. Adanya tujuan yang ingin dicapai.
3. Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu:

1. Perencanaan Produksi – bertujuan agar dlakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi :
   - ✓ Jenis barang yang diproduksi.
   - ✓ Kualitas barang.
   - ✓ Jumlah barang.
   - ✓ Bahan baku.
   - ✓ Pengendalian produksi.

2. Pengendalian Produksi – tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya :
   - ✓ Menyusun perencanaan.
   - ✓ Membuat penjadwalan kerja.
   - ✓ Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.

3. Proses Produksi – dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu :

   a. Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :

      Proses produksi terus menerus (continuous Production) – dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang, walaupun terjadi perubahan bentuk barang-barang tetapi tidakmengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini menghasilkan produk yang standar (massal).

      Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production) – proses produksi ini dilakukan berdasaarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.

   b. Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :

      Proses Ekstraktif. Dimana kegiatan produksi yang dilakukan pada perusahaan ekstraktif yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya.contohnya, perusahaan penambangan dan perusahaan penangkapan ikan di laut.

      Proses Analitis. Dimana analisis merupakan langkah pertama dari proses perencanaan. Analisis merupakan penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan. Analisis berarti melakukan evaluasi terhadap kondisi dari pos-pos atau ayat-ayat yang berkaitan dengan akuntansi dan alasan-alasan yang memungkinkan tentang perbedaan yang muncul. Analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.

Proses Pengubahan, dimana pengubahan adalah proses, cara, perbuatan mengubah. Perubahan merupakan suatu kekuatan yang sangat hebat, yang dapat memotivasi atau mendemotivasi. Perubahan juga adalah hasil suatu masyarakat yang mencari cara memecahkan masalah yang diciptakan oleh perubahan dalam lingkungannya. Perubahan merupakan hasil interaaksi kepentingan yang secara ketat dikontrol, ditentukan oleh posisi sosial atau kondisi materill elit yang terlibat.

Proses Sintesis, sintesis (berasal dari bahasa yunani syn = tambah dan theis = posisi) yang biasanya berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru. Istilah ini mempunyai arti luas dan dapat digunakan ke fisika, ideologi dan fenomenologi.

SISTEM PRODUKSI

Pengertian Sistem Produksi Just In Time (JIT) – Just In Time atau sering disingkat JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.

Tujuan Sistem Produksi Just In Time (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting).

Adanya sistem JIT, kita telah dapat mengatasi 3 pemborosan (over production, excess inventory dan waiting) diantara 7 pemborosan (7 Waste) yang harus dihindari dalam sistem produksi Toyota. Istilah "Just In Time" jika diterjemahkan langsung kedalam bahasa indonesia adalah tepat waktu, jadi Sistem Produksi Just In Time atau JIT ini dalam bahasa indonesia sering disebut dengan Sistem Produksi Tepat Waktu. Tepat waktu disini berarti semua persediaan bahan baku yang akan di olah menjadi barang jadi harus tiba tepat waktunya dengan jumlah yang tepat juga. Semua barang jadi juga harus siap produksi sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu yang tepat pula.

STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

Jenis-Jenis Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. DESIGN TO ORDER (DTO), yang dimaksud DTO atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.

2. ASSEMBLY TO ORDER (ATO), pada strategi ATO ini perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Apabila konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan, perusahaan akan merakit modul atau sub-assembly tersebut sesuai dengan permintaan yang dibutuhkan oleh pelanggan/konsumen. Contoh strategy ATO adalah pada produk komputer, perusahaan akan membuat modul-modul standar seperti modul RAM, hard disk, motherboard, prosessor dan DVD drive
3. MAKE TO ORDER (MTO), pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Konsumen/pelanggan biasanya bersedia untuk menunggu produsen (perusahaan manufakturing) untuk menyelesaikan produksinya. Perbedaan DTO dan MTO tidakdimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.
4. MAKE TO STOCK (MTS), yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan.
5. MAKE TO DEMAND (MTD), merupakan suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memnuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Pada strategi MTD ini, perusahaan dapat menyerahkan jumlah yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/konsumen.

Nama : Setiawan Dwi Putra
NIM : 202510014
Tugas Manajemen Produksi

Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik (turning point) yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Jika dipandang dari kaca mata bisnis. Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

- Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
- Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
- Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
- Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
- Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
- Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadipanik.
- Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalammengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan.

Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu:

1. Perencanaan Produksi – bertujuan agar dlakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan.
2. Pengendalian Produksi – tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal.
3. Proses Produksi.

SISTEM PRODUKSI

Pengertian Sistem Produksi Just In Time (JIT) – Just In Time atau sering disingkat JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya. Tujuan Sistem Produksi Just In Time (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting).

Perusahaan-perusahaan manufakturing modern saat ini menggunakan berbagai perangkat lunak (Software) yang canggih dalammerencanakan jadwal produksi yang didalamnya juga termasuk mengeluarkan pesanan pembelian (purchase order) dan pengendalian jumlah persediaan (inventory). Software produksi tersebut juga dapat melakukan penukaran informasi mulai dari pemasok (vendor) hingga ke pelanggan (customer) melalui Electronic Data Interchange (EDI) untuk memastikan kebenaran sampai ke data-data yang paling rinci (detail).

Sistem permintaan bahan-bahan produksi demikian biasanya disebut dengan “Pull System” atau “Sistem Tarik”. Keberhasilan Sistem Produksi Just In Time sangat tergantung pada komitmen seluruh karyawan perusahaan mulai dari level yang terendah hingga pada level yang tertinggi.

STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

Strategi respon produksi terhadap permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya. Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis yaitu :

- **DESIGN TO ORDER (DTO)**
- **ASSEMBLY TO ORDER (ATO)**
- **MAKE TO ORDER (MTO)**
- **MAKE TO STOCK (MTS)**
- **MAKE TO DEMAND (MTD**)

Nama : SINTIA LORENZA
NIM : 202510019
MATKUL : MANAJEMEN PEMASARAN

MANAJEMEN PRODUKSI

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah situasi krisis yang melanda perusahaan. Implikasi dari permasalahan tersebut tidak hanya berpengaruh terhadap perusahaan besar, tetapi juga telah membuat perusahaan kecil dan pedagang kecil ikut merasakan akibatnya. Banyak pengganggguran yang terjadi, dan sekian banyak produk yang tidak laku dijual.

Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik (turning point) yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
2. Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
3. Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
4. Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
5. Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
6. Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadipanik.
7. Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu Adanya orang yang lebih dari satu, adanya tujuan yang ingin dicapai dan orang yang bertanggung jawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Terdapat 3 Aspek Penting Manajemen Produksi, antara lain :

1. Perencanaan Produksi, bertujuan agar dilakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi Jenis barang yang diproduksi, kualitas barang, jumlah barang, bahan baku dan pengendalian produksi.
2. Pengendalian Produksi, tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya menyusun perencanaan, membuat penjadwalan kerja dan menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.
3. Proses Produksi, dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu
   Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :
   a. Proses produksi terus menerus (continuous Production) – dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang, walaupun terjadi perubahan bentuk barang-barang tetapi tidak mengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini menghasilkan produk yang standar (massal).
   b. Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production) – proses produksi ini dilakukan berdasaarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.

Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :

a. Proses Ekstraktif, yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya. Contohnya, perusahaan penambangan
b. Proses Analitis. dimana analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen
c. Proses Pengubahan, dimana pengubahan adalah proses, cara, perbuatan mengubah. Perubahan merupakan hasil interaksi kepentingan yang secara ketat dikontrol, ditentukan oleh posisi sosial atau kondisi materill elit yang terlibat.
d. Proses Sintesis, sintesis (berasal dari bahasa yunani syn= tambah dan theis=posisi) yang biasanya berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru.

SISTEM PRODUKSI

Pengertian Sistem Produksi Just In Time atau sering disingkat JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya. Tujuan Sistem Produksi JIT adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi, persediaan yang berlebihan dan juga pemborosan dalam waktu penungguan.

Istilah “Just In Time” sering disebut dengan Sistem Produksi Tepat Waktu. Tepat waktu disini berarti semua persediaan bahan baku yang akan di olah menjadi barang jadi harus tiba tepat waktunya dengan jumlah yang tepat juga. Semua barang jadi juga harus siap produksi sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu yang tepat pula.

Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

a. Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
b. Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
c. Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
d. Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
e. Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

Kelemahan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

a. Sistem Produksi Just In Time sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan. Hal ini dikarenakan tingkat persediaan bahan-bahan produksi dan produk yang sangat minimum.
b. Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalam kualitas maupun ketepatan pengiriman.

c. Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
d. Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. **DESIGN TO ORDER (DTO)** atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan dan baru akan melakukan proses produksi apabila ada permintaan yang pasti dari konsumen/pelanggan. Salah satu keuntungan dari strategi ini adalah perusahaan tidak mempunyai persediaan (inventory). Contohnya seperti jembatan, produk-produk militer, kapal, dan pesawat terbang.
2. **ASSEMBLY TO ORDER (ATO)**, pada strategi ATO perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Contohnyam ketika terima pesanan dari konsumen, perusahaan langsung melakukan perakitan semua modul yang bersangkutan menjadi 1 unit komputer yang lengkap. Perusahaan yang menerapkan strategi ATO ini memiliki resiko dalam menyimpan persediaan (inventory) modul-modul standar yang bersangkutan.
3. **MAKE TO ORDER (MTO)**, pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Perbedaan DTO dan MTO tidak dimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.
4. **MAKE TO STOCK (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Strategi MTS memiliki resiko yang tinggi karena mempunyai persediaan (inventory) yang banyak sehingga biaya-biaya yang berkaitan dengan persediaan juga menjadi tinggi. Strategi MTS ini sering digunakan oleh perusahaan yang membuat barang konsumen seperti peralatan rumah tangga.
5. **MAKE TO DEMAND (MTD**), strategi ini dikembangkan untuk memenuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Namun tantangan dalam MTD ini adalah bagaimana memperhitungkan dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam suatu inventory(persediaan).

Catatan : baca buku Manajemen Pemasaran by
Philip Kothler edisi 13 jid 1

Nama : SINTIA LORENZA
NIM : 202510019
MATKUL : MANAJEMEN PEMASARAN

MANAJEMEN PRODUKSI

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah situasi krisis yang melanda perusahaan. Implikasi dari permasalahan tersebut tidak hanya berpengaruh terhadap perusahaan besar, tetapi juga telah membuat perusahaan kecil dan pedagang kecil ikut merasakan akibatnya. Banyak pengganggguran yang terjadi, dan sekian banyak produk yang tidak laku dijual.

Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik (turning point) yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
2. Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
3. Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
4. Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
5. Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
6. Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadipanik.
7. Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu Adanya orang yang lebih dari satu, adanya tujuan yang ingin dicapai dan orang yang bertanggung jawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Terdapat 3 Aspek Penting Manajemen Produksi, antara lain :

1. Perencanaan Produksi, bertujuan agar dilakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi Jenis barang yang diproduksi, kualitas barang, jumlah barang, bahan baku dan pengendalian produksi.
2. Pengendalian Produksi, tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya menyusun perencanaan, membuat penjadwalan kerja dan menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.
3. Proses Produksi, dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu
   Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :
   a. Proses produksi terus menerus (continuous Production) – dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang, walaupun terjadi perubahan bentuk barang-barang tetapi tidak mengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini menghasilkan produk yang standar (massal).
   b. Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production) – proses produksi ini dilakukan berdasaarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.

Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :

a. Proses Ekstraktif, yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya. Contohnya, perusahaan penambangan
b. Proses Analitis. dimana analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen
c. Proses Pengubahan, dimana pengubahan adalah proses, cara, perbuatan mengubah. Perubahan merupakan hasil interaksi kepentingan yang secara ketat dikontrol, ditentukan oleh posisi sosial atau kondisi materill elit yang terlibat.
d. Proses Sintesis, sintesis (berasal dari bahasa yunani syn= tambah dan theis=posisi) yang biasanya berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru.

SISTEM PRODUKSI

Pengertian Sistem Produksi Just In Time atau sering disingkat JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya. Tujuan Sistem Produksi JIT adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi, persediaan yang berlebihan dan juga pemborosan dalam waktu penungguan.

Istilah “Just In Time” sering disebut dengan Sistem Produksi Tepat Waktu. Tepat waktu disini berarti semua persediaan bahan baku yang akan di olah menjadi barang jadi harus tiba tepat waktunya dengan jumlah yang tepat juga. Semua barang jadi juga harus siap produksi sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu yang tepat pula.

Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

a. Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
b. Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
c. Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
d. Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
e. Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

Kelemahan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

a. Sistem Produksi Just In Time sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan. Hal ini dikarenakan tingkat persediaan bahan-bahan produksi dan produk yang sangat minimum.
b. Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalam kualitas maupun ketepatan pengiriman.

c. Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
d. Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. **DESIGN TO ORDER (DTO)** atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan dan baru akan melakukan proses produksi apabila ada permintaan yang pasti dari konsumen/pelanggan. Salah satu keuntungan dari strategi ini adalah perusahaan tidak mempunyai persediaan (inventory). Contohnya seperti jembatan, produk-produk militer, kapal, dan pesawat terbang.
2. **ASSEMBLY TO ORDER (ATO)**, pada strategi ATO perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Contohnyam ketika terima pesanan dari konsumen, perusahaan langsung melakukan perakitan semua modul yang bersangkutan menjadi 1 unit komputer yang lengkap. Perusahaan yang menerapkan strategi ATO ini memiliki resiko dalam menyimpan persediaan (inventory) modul-modul standar yang bersangkutan.
3. **MAKE TO ORDER (MTO)**, pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Perbedaan DTO dan MTO tidak dimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.
4. **MAKE TO STOCK (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Strategi MTS memiliki resiko yang tinggi karena mempunyai persediaan (inventory) yang banyak sehingga biaya-biaya yang berkaitan dengan persediaan juga menjadi tinggi. Strategi MTS ini sering digunakan oleh perusahaan yang membuat barang konsumen seperti peralatan rumah tangga.
5. **MAKE TO DEMAND (MTD**), strategi ini dikembangkan untuk memenuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Namun tantangan dalam MTD ini adalah bagaimana memperhitungkan dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam suatu inventory(persediaan).

Catatan : baca buku Manajemen Pemasaran by
Philip Kothler edisi 13 jid 1

MANAJEMEN PEMASARAN

TUGAS 4

MERANGKUM MATERI MANAJEMEN PRODUKSI

OLEH :

NAMA : SITI ZAHARA

NIM : 202510002

PROGRAM PASCA SARJANA (S2)

MAGISTER MANAJEMEN

TAHUN 2020/2021

MANAJEMEN PRODUKSI

A. Krisis Perusahaan

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah situasi krisis yang melanda perusahaan. Isi nasional dan lelah melibatkan banyak pihak didalam penanganannya.Implikasi dari permasalahan tersebut tidak hanya berpengaruh terhadap perusahaan besar, tetapi juga telah membuat perusahaan kecil dan pedagang kecil ikut merasakan akibatnya. Banyak pengganggguran yang terjadi, dan sekian banyak produk yang tidak laku dijual.

Krisis adalahsituasi yang merupakan titik balik (turning point) yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Jika dipandang dari kaca mata bisnis. Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
2. Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
3. Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
4. Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
5. Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
6. Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadipanik.
7. Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

B. ManajemenProduksi

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalammengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :

1. Adanya orang yang lebih dari satu.
2. Adanya tujuan yang ingin dicapai.
3. Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu:

1. Perencanaan Produksi – bertujuan agar dlakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi :
    a. Jenis barang yang diproduksi.
    b. Kualitas barang.
    c. Jumlah barang.
    d. Bahan baku.
    e. Pengendalian produksi.
2. Pengendalian Produksi – tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya :
    a. Menyusun perencanaan.
    b. Membuat penjadwalan kerja.
    c. Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.
3. Proses Produksi – dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu :
    a. Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :
        1) Proses produksi terus menerus (continuous Production) – dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang, walaupun terjadi perubahan bentuk barang-barang tetapi tidakmengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini menghasilkan produk yang standar (massal).
        2) Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production) – proses produksi ini dilakukan berdasaarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.
    b. Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :
        1) Proses Ekstraktif. Dimana kegiatan produksi yang dilakukan pada perusahaan ekstraktif yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya.contohnya, perusahaan penambangan dan perusahaan penangkapan ikan di laut.
        2) Proses Analitis. Dimana analisis merupakan langkah pertama dari proses perencanaan. Analisis merupakan penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk

memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan. Analisis berarti melakukan evaluasi terhadap kondisi dari pos-pos atau ayat-ayat yang berkaitan dengan akuntansi dan alasan-alasan yang memungkinkan tentang perbedaan yang muncul. Analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.

3) Proses Pengubahan, dimana pengubahan adalah proses, cara, perbuatan mengubah. Perubahan merupakan suatu kekuatan yang sangat hebat, yang dapat memotivasi atau mendemotivasi. Perubahan juga adalah hasil suatu masyarakat yang mencari cara memecahkan masalah yang diciptakan oleh perubahan dalam lingkungannya. Perubahan merupakan hasil interaaksi kepentingan yang secara ketat dikontrol, ditentukan oleh posisi sosial atau kondisi materill elit yang terlibat.

4) Proses Sintesis, sintesis (berasal dari bahasa yunani syn= tambah dan theis=posisi) yang biasanya berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru. Istilah ini mempunyai arti luas dan dapat digunakan ke fisika, ideologi dan fenomenologi.

C. Sistem Produksi

Sistem Produksi Just In Time (JIT) – Just In Time atau sering disingkat JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.

Tujuan Sistem Produksi Just In Time (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting).

Adanya sistem JIT, kita telah dapat mengatasi 3 pemborosan (over production, excess inventory dan waiting) diantara 7 pemborosan (7 Waste) yang harus dihindari dalam sistem produksi Toyota. Istilah “Just In Time” jika diterjemahkan langsung kedalam bahasa indonesia adalah tepat waktu, jadi Sistem Produksi Just In Time atau JIT ini dalam bahasa indonesia sering disebut dengan Sistem Produksi Tepat Waktu. Tepat waktu disini berarti semua persediaan bahan baku yang akan di olah menjadi barang jadi harus tiba tepat waktunya dengan jumlah yang tepat juga. Semua barang jadi juga harus siap produksi sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu yang tepat pula.

Stock Level atau tingkat persediaan bahan baku, bahan pendukung, komponen, bahan semi jadi (WIP atau Work In Progress) dan juga barang jadi akan dijaga pada tingkat atau

jumlah yang paling minimum. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan Cash Flow dan menghindari biaya-biaya yang akan terjadi akibat kelebihan bahan baku dan barang jadi.

Sistem Produksi Just In Time atau Sistem Produksi JIT ini, diperlukan ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi.

Perusahaan-perusahaan manufakturing modern saat ini menggunakan berbagai perangkat lunak (Software) yang canggih dalammerencanakan jadwal produksi yang didalamnya juga termasuk mengeluarkan pesanan pembelian (purchase order) dan pengendalian jumlah persediaan (inventory). Software produksi tersebut juga dapat melakukan penukaran informasi mulai dari pemasok (vendor) hingga ke pelanggan (customer) melalui Electronic Data Interchange (EDI) untuk memastikan kebenaran sampai ke data-data yang paling rinci (detail).

Kebenaran dan ketepatan waktu pengiriman bahan-bahan produksi sangat diperlukan dalam Sistem Produksi Just In Time ini. Contoh pada sebuah perusahaan manufaktur Handphone,perusahaan tersebut harus dapat menerima model LCD display yang benar dan dalam jumlah yang dibutuhkan untuk satu hari produksi, pemasok LCD Display tersebut diharapkan dapat mengirimkan dan tiba digudang produksi dalam batas waktu yang sangat singkat.

Sistem permintaan bahan-bahan produksi demikian biasanya disebut dengan “Pull System” atau “Sistem Tarik”. Keberhasilan Sistem Produksi Just In Time sangat tergantung pada komitmen seluruh karyawan perusahaan mulai dari level yang terendah hingga pada level yang tertinggi.

Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

1. Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
2. Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
3. Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
4. Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
5. Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.
6. Sistem Produksi Just In Time tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau “Zero Tolerance for Mistakes” sehingga akan sangat sulit untuk melakukan

perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan. Hal ini dikarenakan tingkat persediaan bahan-bahan produksi dan produk jadi yang sangat minimum.

7. Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalamkualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Keterlambatan pengiriman oleh satu pemasok akan mengakibatkan terhambatnya semua jadwal produksi yang telah direncanakan.
8. Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
9. Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

D. Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

Jenis-Jenis Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut

1. Design to Order (DTO),

yang dimaksud DTO atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.

Perusahaan manufakturing yang bersangkutan baru akan melakukan proses produksi apabila ada permintaan yang pasti dari konsumen/pelanggan. Salah satu keuntungan dari strategi ini adalah perusahaan tidak mempunyai persediaan (inventory) sehingga biaya persediaan boleh dikatakan hampir tidak ada. Strategi DTO ini cocok untuk perusahaan-perusahaan manufakturing yang memproduksi produk-produk yang baru ataupun produk yang unik. Contohnya seperti jembatan, produk-produk militer, kapal, pesawat terbang, peralatan khusus industri dan gedung

2. Assembly to Order (ATO),

Strategi ATO ini perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Apabila konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan, perusahaan akan merakit modul atau sub-assembly tersebut sesuai dengan permintaan yang dibutuhkan

oleh pelanggan/konsumen. Contoh strategy ATO adalah pada produk komputer, perusahaan akan membuat modul-modul standar seperti modul RAM, hard disk, motherboard, prosessor dan DVD drive

Begitu terima konfirmasi pesanan dari konsumen, perusahaan tersebut langsung melakukan perakitan semua modul yang bersangkutan menjadi 1 unit komputer yang lengkap. Perusahaan yang menerapkan strategi ATO ini memiliki resiko dalam menyimpan persediaan (inventory) modul-modul standar yang bersangkutan.

3. Make to Order (MTO)

Strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Konsumen/pelanggan biasanya bersedia untuk menunggu produsen (perusahaan manufakturing) untuk menyelesaikan produksinya. Perbedaan DTO dan MTO tidakdimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.

4. Make to Stock (MTS)

Strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan.

Strategi MTS memiliki resiko yang tinggi karena mempunyai persediaan (inventory) yang banyak sehingga biaya-biaya yang berkaitan dengan persediaan juga menjadi tinggi. Kelebihannya adalah dapat dengan cepat merespon permintaan konsumen sehingga konsumen ataupun pelanggan tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan produknya.

Strategi MTS ini sering dgunakan oleh perusahaan manufakturing yang mebuat barang konsumen seperti peralatan rumah tangga, bahan-bahan pokok, produk makanan, mainan anak-anak. Umumnya perusahaan ini memiliki sistem peramalan akurat dalam mengurangi resiko yang dihadapinya.

5. Make to Demand (MTD)

Suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memnuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Pada strategi MTD ini, perusahaan dapat menyerahkan jumlah yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/konsumen.

Strategi ini pada dasarnya adalah gabungan dari beberapa strategi yang disebutkan diatas. Design (rancangan), bahan-bahan baku,modul atau sub-assembly, ataupun produk dapat

disimpan sebagi inventory (persediaan). Namun tantangan dalam MTD ini adalah bagaimana memperhitungkan dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam suatu inventory(persediaan).

Strategi demand ini pada umunya meliputi penerapan beberapa sistem produksi modern seperti Sistem Just In Time (JIT), Lean Manufakturing dan Sistem Pengendalian Kualitas Sigma.

Manajemen Pemasaran
Dr.Ir.Ratu Mutialela Caropeboka.M.S
Tugas pertemuan ke 4
Rangkuman materi pertemuan ke 4
Nama : Tiara Amiroh
NIM : 182510013

MANAJEMEN PRODUKSI

Dalam kenyataannya krisis perusahaan berdampak sistemik pada beberapa aspek diluar perusahaan itu sendiri. Krisis merupakan titik balik yang dapat memnbuat keadaan menjadi lebih baik atau bahkan lebih buruk. Untuk mengatisipasi hal buruk terjadi, maka dapat digunakan konsep manajemen produksi. Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalammengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :

1.Adanya orang yang lebih dari satu.

2.Adanya tujuan yang ingin dicapai.

3.Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu:

1. Perencanaan Produksi – bertujuan agar dlakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi :

-Jenis barang yang diproduksi.

-Kualitas barang.

-Jumlah barang.

-Bahan baku.

-Pengendalian produksi.

2. Pengendalian Produksi – tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya :

-Menyusun perencanaan.

-Membuat penjadwalan kerja.

-Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.

3. Proses Produksi – dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu :

a. Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :

-Proses produksi terus menerus (continuous Production) – dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang, walaupun terjadi perubahan bentuk barang-barang tetapi tidakmengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini menghasilkan produk yang standar (massal).

-Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production) – proses produksi ini dilakukan berdasaarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.

b. Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :

- Proses Ekstraktif. Yaitu kegiatan produksi yang dilakukan pada perusahaan ekstraktif yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya.
- Proses Analitis. Yaitu analisis merupakan langkah pertama dari proses perencanaan. Analisis merupakan penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.
- Proses Pengubahan, dimana pengubahan adalah proses, cara, perbuatan mengubah. Perubahan merupakan suatu kekuatan yang sangat hebat, yang dapat memotivasi atau mendemotivasi.

SISTEM PRODUKSI

- Pengertian Sistem Produksi Just In Time (JIT) – Just In Time atau sering disingkat JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.
- Tujuan Sistem Produksi Just In Time (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting).

Kelemahan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Sistem Produksi Just In Time tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau “Zero Tolerance for Mistakes” sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang

mengalami kecacatanBiaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.

- Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

Jenis-Jenis Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

- **DESIGN TO ORDER (DTO),** yang dimaksud DTO atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.
- **ASSEMBLY TO ORDER (ATO),** pada strategi ATO ini perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan.
- **MAKE TO ORDER (MTO)**, pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu.
- **MAKE TO STOCK (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan.
- **MAKE TO DEMAND (MTD**), merupakan suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memnuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Pada strategi MTD ini, perusahaan dapat menyerahkan jumlah

yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/konsumen.

Nama : Yossi Adriati
NIM : 202510012
Prodi : Magister Manajemen
Tugas Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Rangkuman Materi Manajemen Produksi

I. Pengertian Manajemen Produksi

Manajemen produksi adalah salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang berperan dalam pengkoordinasian berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan.

Manajemen produksi menjadi sesuatu yang penting, karena dalam perjalanannya, perusahaan akan dihadapkan pada berbagai situasi tidak terduga. Situasi di luar perusahaan sesperti sosial, politik, kesehatan dan lain- lain dapat mengakibatkan krisis pada perusahaan. Salah satu masalah yang ditimbulkan oleh krisis perusahaan adalah masalah produksi dan pemasaran. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu manajemen produksi yang tepat untuk menghadapi krisis tersebut.

Unsur penting dalam manajemen produksi adalah:

a. Ada lebih dari 1 orang
b. Ada tujuan yang ingin dicapai
c. Orang-orang yang ada bertanggungjawab terhadap pencapaian tujuan yang ingin dicapai bersama

Aspek penting manajemen produksi yaitu

1. Perencanaan Produksi

   Perencanaan produksi disusun agar adanya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan. Perencanaan itu meliputi jenis barang yang diproduski, kualitas barang, jumlah barang, bahan baku dan pengendalian produksi.

2. Pengendalian Produksi

   Pengendalian produksi dilakukan guna mencapai hasil yang maksimal. Usaha yang dilakukan untuk menggapai tujuan ini diantaranya:

   - Menyusun perencanaan

- Membuat penjadwalan kerja
- Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan

3. Proses Produksi

   Proses produksi dapat dilihat dari segi kelangsungan hidup dan teknik produksi.

   a. Berdasarkan kelangsungan hidup

      Proses produksi dilihat dari segi kelangsungan hidup dibagi lagi menjadi 2 proses, yaitu proses produksi terus menerus *(continuous production)* dan proses produksi yang terputus-putus *(intermiten production)*.

      - Proses produksi terus menerus *(continuous production)*

        Merupakan proses untuk mengubah bentuk barang-barang tanpa mengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses seperti ini menghasilkan produk-produk standar (massal)

      - proses produksi yang terputus-putus *(intermiten production)*

        Merupakan proses produksi yang dilakukan berdasarkan pesanan, hal ini menyebabkan pengaturan alat-alat dan penyesuaian lainnya harus dilakukan secara terus menerus.

   b. Berdasarkan teknik

      Proses ini dibagi kembali menjadi 4 bagian, yaitu:

      1) Proses Ekstraktif

         Proses produksi dilakukan dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan masnusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya. Contoh: perusahaan tambang emas.

      2) Proses Analitis

         Proses ini dimulai dengan melakukan penelaahan terhadap komponen-komponen suatu produk. Penelaahan ini mencakup identifikasi komponen, fungsinya, dan hubungan satu sama lain.

      3) Proses Pengubahan

         Dalam proses ini bahan baku dirubah menjadi produk baru

      4) Proses Sintesis

         Suatu proses penggabungan beberapa bahan menjadi suatu produk. Proses ini juga dikenal dengan istilah perakitan.

II. Sistem Produksi

Sistem produksi dibuat oleh perusahaan agar tujuan perusahaan dapat dicapat. Sistem produksi Just in Time (JIT) merupakan sistem produksi yang bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya sesuai dengan jumlah yang dikehendakinya. Dengan sistem ini, kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi *(over production)*, persediaan yang berlebihan *(excess inventory)* dan juga pemborosan dalam waktu penungguan *(waiting)* dapat dihindari. Pemborosan *(waste)* adalah segala sesuatu yang berlebih, diluar kebutuhan minimum atas peralatan, bahan, komponen, tempat dan waktu kerja.

Sistem Produksi Just In Time (JIT), memerlukan ketelitian dalam perencanaan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi. Pada perusahaan modern saat ini, penggunaan aplikasi untuk memantau perencanaan di atas sudah menjadi keharusan. Keberhasilan Sistem Produksi Just In Time sangat tergantung pada komitmen seluruh karyawan perusahaan mulai dari level yang terendah hingga pada level yang tertinggi.

Kelebihan sistem JIT:

1. Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
2. Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
3. Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
4. Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
5. Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

Kelemahan sistem JIT:

1. Sistem Produksi Just In Time tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau "Zero Tolerance for Mistakes" sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan. Hal ini dikarenakan tingkat persediaan bahan-bahan produksi dan produk jadi yang sangat minimum.
2. Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalam kualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Keterlambatan pengiriman oleh satu pemasok akan mengakibatkan terhambatnya semua jadwal produksi yang telah direncanakan.
3. Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
4. Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

III. Strategi Respon Produksi terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadap permintaan konsumen adalah respon suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

Terdapat 5 jenis strategi respon produksi terhadap permintaan konsumen:

1. *Design to Order (DTO)* atau *Enggineering to Order (ETO)*

   Pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.

   Keuntungan startegi ini biaya persediaan hampir tidak ada, karena perusahaan tidak memiliki persediaan *(inventory)*.

   Strategi ini cocok untuk perusahaan yang memproduksi produk baru, seperti jembatan, pesawat.

2. *Assembly to Order (ATO)*

   Startegi ini adalah dapat digunakan ketika produsen sudah memiliki modul operasional dan desain standar, sehingga dapat merespon dengan cepat setiap

permintaan konsumen/ pelanggan. Contoh penerapan strategi ini adalah pada perusahaan produk komputer. Perusahaan memiliki modul RAM, dll. Terdapat resiko dalam menyimpan persediaan *(inventory)* modul-modul standar yang bersangkutan.

3. *Make to Order (MTO)*

   Proses produksi dilakukan apabila perusahaan menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Perbedaannya dengan DTO, pad a MTO proses produksi tidak dimulai dari perancangan karena produk yang diminta konsumen/pelanggan sudah pernah diproduksi sebelumnya.

4. *Make to Stock (MTS)*

   Strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi dan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan.

   Strategi ini memeliki resiko yang tinggi karena mempunyai persediaan *(inventory)* yang banyak sehingga biaya yang terkait dengan persediaan menjadi tinggi.

   Kelebihan startegi ini, perusahaan dapat dengan cepat memberikan respon atas permintaan konsumen dan konsumen tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan produknya. Strategi ini biasa digunakan oleh perusahaan yang memproduksi peralatan rumah tangga.

5. *Make to Demand (MTD)*

   Strategi ini dikembangkan untuk memenuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Tantangan dalam MTD adalah bagaimana memperhitungkan dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam suatu persediaan *(inventory)*.

MANAJEMEN PRODUKSI

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah situasi krisis yang melanda perusahaan. Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik (turning point) yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Jika dipandang dari kaca mata bisnis, suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

- Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
- Masalah akan di sorotan publik baik melalui media massa, atau informasi dari mulut ke mulut.
- Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
- Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
- Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
- Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadi panik.
- Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :

- Adanya orang yang lebih dari satu.
- Adanya tujuan yang ingin dicapai.
- Orang yang bertanggung jawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu:

1. Perencanaan Produksi, bertujuan agar dlakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi :

- Jenis barang yang diproduksi.
- Kualitas barang.
- Jumlah barang.
- Bahan baku.
- Pengendalian produksi.

2. Pengendalian Produksi, tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya :

- Menyusun perencanaan.
- Membuat penjadwalan kerja.
- Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.

Proses Produksi – dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu :

a. Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :

- Proses produksi terus menerus (continuous Production)

Dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang, walaupun terjadi perubahan bentuk barang-barang tetapi tidak mengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini menghasilkan produk yang standar (massal).

- Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production)
Proses produksi ini dilakukan berdasaarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.

b. Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :

- Proses Ekstraktif, dimana kegiatan produksi yang dilakukan pada perusahaan ekstraktif yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya.contohnya, perusahaan penambangan dan perusahaan penangkapan ikan di laut.
- Proses Analitis, dimana analisis merupakan langkah pertama dari proses perencanaan. Analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.
- Proses Pengubahan, dimana pengubahan adalah proses, cara, perbuatan mengubah. Perubahan merupakan suatu kekuatan yang sangat hebat, yang dapat memotivasi atau mendemotivasi. Perubahan merupakan hasil interaaksi kepentingan yang secara ketat dikontrol, ditentukan oleh posisi sosial atau kondisi materill elit yang terlibat.
- Proses Sintesis, sintesis (berasal dari bahasa yunani syn= tambah dan theis=posisi) yang biasanya berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru. Istilah ini mempunyai arti luas dan dapat digunakan ke fisika, ideologi dan fenomenologi.

SISTEM PRODUKSI

- Pengertian Sistem Produksi Just In Time (JIT) – Just In Time atau sering disingkat JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.

  Tujuan Sistem Produksi Just In Time (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting).

  Adanya sistem JIT, kita telah dapat mengatasi 3 pemborosan (over production, excess inventory dan waiting) diantara 7 pemborosan (7 Waste) yang harus dihindari dalam sistem produksi Toyota. Istilah "Just In Time" jika diterjemahkan langsung kedalam bahasa indonesia adalah tepat waktu, jadi Sistem Produksi Just In Time atau JIT ini dalam bahasa indonesia sering disebut dengan Sistem Produksi Tepat Waktu. Tepat waktu disini berarti semua persediaan bahan baku yang akan di olah menjadi barang jadi harus tiba tepat waktunya dengan jumlah yang tepat juga. Semua barang jadi juga harus siap produksi sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu yang tepat pula.

  Stock Level atau tingkat persediaan bahan baku, bahan pendukung, komponen, bahan semi jadi (WIP atau Work In Progress) dan juga barang jadi akan dijaga pada tingkat atau jumlah yang paling minimum. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan Cash Flow dan menghindari biaya-biaya yang akan terjadi akibat kelebihan bahan baku dan barang jadi.

  Sistem Produksi Just In Time atau Sistem Produksi JIT ini, diperlukan ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi. Contoh pada sebuah perusahaan manufaktur Handphone,perusahaan tersebut harus dapat menerima model LCD display yang benar dan dalam jumlah yang dibutuhkan untuk satu hari produksi, pemasok LCD Display tersebut diharapkan dapat mengirimkan dan tiba digudang produksi dalam batas waktu yang sangat singkat.

  Sistem permintaan bahan-bahan produksi demikian biasanya disebut dengan "Pull System" atau "Sistem Tarik". Keberhasilan Sistem Produksi Just In Time sangat tergantung pada komitmen seluruh karyawan perusahaan mulai dari level yang terendah hingga pada level yang tertinggi.

Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
- Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.

- Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
- Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
- Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

Kelemahan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Sistem Produksi Just In Time tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau "Zero Tolerance for Mistakes" sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan.
- Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalam kualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan.
- Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
- Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

Jenis-Jenis Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. **DESIGN TO ORDER (DTO),** yang dimaksud DTO atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.

   Salah satu keuntungan dari strategi ini adalah perusahaan tidak mempunyai persediaan (inventory) sehingga biaya persediaan boleh dikatakan hampir tidak adaStrategi DTO ini cocok untuk perusahaan-perusahaan manufakturing yang memproduksi produk-produk yang baru ataupun produk yang unik. Contohnya seperti jembatan, produk-produk militer, kapal, pesawat terbang, peralatan khusus industri dan gedung.

2. **ASSEMBLY TO ORDER (ATO),** pada strategi ATO ini perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan.. Contoh strategy ATO adalah pada produk komputer, perusahaan akan membuat modul-modul standar seperti modul RAM, hard disk, motherboard, prosessor dan DVD drive.Perusahaan yang menerapkan strategi ATO ini memiliki resiko dalam menyimpan persediaan (inventory) modul-modul standar yang bersangkutan.
3. **MAKE TO ORDER (MTO)**, pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Perbedaan DTO dan MTO tidak dimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.

4. **MAKE TO STOCK (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi dan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan.
   Strategi MTS memiliki resiko yang tinggi karena mempunyai persediaan (inventory) yang banyak sehingga biaya-biaya yang berkaitan dengan persediaan juga menjadi tinggi. Kelebihannya adalah dapat dengan cepat merespon permintaan konsumen sehingga konsumen ataupun pelanggan tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan produknya. Strategi MTS ini sering dgunakan oleh perusahaan manufakturing yang mebuat barang konsumen seperti peralatan rumah tangga, bahan-bahan pokok, produk makanan, mainan anak-anak.

5. **MAKE TO DEMAND (MTD**), merupakan suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memnuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Pada strategi MTD ini, perusahaan dapat menyerahkan jumlah yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/konsumen.
   Design (rancangan), bahan-bahan baku,modul atau sub-assembly, ataupun produk dapat disimpan sebagi inventory (persediaan). Namun tantangan dalam MTD ini adalah bagaimana memperhitungkan dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam suatu inventory(persediaan). Strategi demand ini pada umunya meliputi penerapan beberapa sistem produksi modern seperti Sistem Just In Time (JIT), Lean Manufakturing dan Sistem Pengendalian Kualitas Sigma.

RANGKUMAN
MANAJEMEN PRODUKSI
DOSEN PENGAMPU DR.Ir.Ratu Mutialela Caropeboka.M.S

A. Krisis Perusahaan

Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik (turning point) yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk.

1. Dampak Krisis
   a. Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
   b. Menjadi sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
   c. Mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
   d. Mengganggu nama baik perusahaan.
   e. Dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
   f. Membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadi panik.
   g. Pemerintah ikut melakukan intervensi.
2. Unsur Manajemen produksi

   Manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :
   a. Adanya orang yang lebih dari satu;
   b. Adanya tujuan yang ingin dicapai;
   c. Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapai tujuan tersebut.
3. Aspek Penting Manajemen Produksi
   a. Perencanaan Produksi

      Perencanaan Produksi meliputi :
      - Jenis barang yang diproduksi.
      - Kualitas barang.
      - Jumlah barang.
      - Bahan baku.
      - Pengendalian produksi.

   b. Pengendalian Produksi

      Kegiatan Pengendalian Produksi berupa:
      - Menyusun perencanaan;
      - Membuat penjadwalan kerja;
      - Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.

   c. Proses Produksi
      1. Proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu:
         a) Berdasarkan kelangsungan hidup

terbagi kedalam 2 bagian :

- Proses produksi terus menerus (Continuous Production)

  Mengubah bentuk barang-barang tetapi tidak mengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini menghasilkan produk yang standar (massal).

- Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production)

  Dilakukan berdasarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.

b) Berdasarkan teknik

terbagi kedalam 4 bagian:

- Proses Ekstraktif

  Dilakukan dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya.contohnya, perusahaan penambangan dan perusahaan penangkapan ikan di laut.

- Proses Analitis

  Melakukan evaluasi terhadap kondisi dari pos-pos atau ayat-ayat yang berkaitan dengan akuntansi dan alasan-alasan yang memungkinkan tentang perbedaan yang muncul. Analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.

- Proses Pengubahan

  Proses, cara, perbuatan mengubah hasil inter aksi kepentingan yang secara ketat dikontrol, ditentukan oleh posisi sosial atau kondisi materil elit yang terlibat.

- Proses Sintesis

  Sintesis (berasal dari bahasa yunani syn= tambah dan theis=posisi) yang biasanya berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru.

B. SISTEM PRODUKSI

1. Sistem Produksi Just In Time (JIT)

   JIT adalah suatu sistem produksi digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.

2. Tujuan Sistem Produksi Just In Time (JIT)

   a. Menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting).

b. Mengatasi 3 pemborosan (over production, excess inventory dan waiting) diantara 7 pemborosan (7 Waste) yang harus dihindari dalam sistem produksi Toyota.
c. Stock Level atau tingkat persediaan bahan baku, bahan pendukung, komponen, bahan semi jadi (WIP atau Work In Progress) dan juga barang jadi akan dijaga pada tingkat atau jumlah yang paling minimum.
d. Ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi. Perusahaan-perusahaan manufakturing modern saat ini menggunakan berbagai perangkat lunak (Software) yang canggih dalam merencanakan jadwal produksi yang didalamnya juga termasuk mengeluarkan pesanan pembelian (purchase order) dan pengendalian jumlah persediaan (inventory). Software produksi tersebut juga dapat melakukan penukaran informasi mulai dari pemasok (vendor) hingga ke pelanggan (customer) melalui Electronic Data Interchange (EDI) untuk memastikan kebenaran sampai ke data-data yang paling rinci (detail).
e. Kebenaran dan ketepatan waktu pengiriman bahan-bahan produksi.

   Contoh pada sebuah perusahaan manufaktur Handphone,perusahaan tersebut harus dapat menerima model LCD display yang benar dan dalam jumlah yang dibutuhkan untuk satu hari produksi, pemasok LCD Display tersebut diharapkan dapat mengirimkan dan tiba digudang produksi dalam batas waktu yang sangat singkat.

   Sistem permintaan bahan-bahan produksi demikian biasanya disebut dengan “Pull System” atau “Sistem Tarik”.

3. Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :
   - Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
   - Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
   - Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
   - Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
   - Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

4. Kelemahan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau “Zero Tolerance for Mistakes” sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan.
- Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalam kualitas maupun ketepatan pengiriman.
- Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
- Sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

C. STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

Strategi respon produksi terhadap permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

1. Jenis-Jenis Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadap permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut:

a. DESIGN TO ORDER (DTO)

DTO sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.

Salah satu keuntungan dari strategi ini adalah perusahaan tidak mempunyai persediaan (inventory) sehingga biaya persediaan boleh dikatakan hampir tidak ada. Strategi DTO ini cocok untuk perusahaan-perusahaan manufakturing yang memproduksi produk-produk yang baru ataupun produk yang unik. Contohnya seperti jembatan, produk-produk militer, kapal, pesawat terbang, peralatan khusus industri dan gedung.

b. ASSEMBLY TO ORDER (ATO)

ATO akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Apabila konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan, perusahaan akan merakit modul atau sub-assembly tersebut sesuai dengan permintaan yang dibutuhkan oleh pelanggan/konsumen. Contoh strategy ATO adalah pada produk komputer, perusahaan akan membuat modul-modul standar seperti modul RAM, hard disk, motherboard, prosessor dan DVD drive.

c. MAKE TO ORDER (MTO)

MTO hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Konsumen/pelanggan biasanya bersedia untuk menunggu produsen (perusahaan manufakturing) untuk menyelesaikan produksinya. Perbedaan

DTO dan MTO tidak dimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.

d. **MAKE TO STOCK (MTS)**

Produsen telah melakukan proses produksi dan produk telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan.

MTS memiliki resiko yang tinggi karena mempunyai persediaan (inventory) yang banyak sehingga biaya-biaya yang berkaitan dengan persediaan juga menjadi tinggi. Kelebihannya adalah dapat dengan cepat merespon permintaan konsumen sehingga konsumen ataupun pelanggan tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan produknya.

Strategi MTS digunakan oleh perusahaan manufakturing yang membuat barang konsumen seperti peralatan rumah tangga, bahan-bahan pokok, produk makanan, mainan anak-anak.

e. **MAKE TO DEMAND (MTD**)

Strategi ini untuk memenuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Strategi MTD dapat menyerahkan jumlah yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/konsumen.

Mahasiswa

dto

Ahmad Fauzi
NIM 202510015

Nama : Ahmad Mardhotillah

NIM : 202510016

Mata Kuliah : Manajemen Produksi

Tugas : Ke 4

Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Berangkat dari hal tersebut kita dapat mempelajari salah satunya manajemen produksi untuk mengatasi krisinis tersebut.

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalammengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :

1. Adanya orang yang lebih dari satu.
2. Adanya tujuan yang ingin dicapai.
3. Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu

1. Perencanaan Produksi
2. Pengendalian Produksi
3. Proses Produksi

SISTEM PRODUKSI

Adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya

Tujuan untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting)

STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

Jenis-Jenis Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. **DESIGN TO ORDER (DTO)**

   Strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.

2. **ASSEMBLY TO ORDER (ATO)**

   akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan.

3. **MAKE TO ORDER (MTO)**, pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu.

4. **MAKE TO STOCK (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan.

5. **MAKE TO DEMAND (MTD**), merupakan suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memnuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel.

Nama : Apriansyah

Nim : 202510003

Manajemen Produksi

- Krisis perusahaan

  Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk, Jika dipandang dari kaca mata bisnis.

  Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

  - Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
  - Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
  - Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
  - Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
  - Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
  - Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadi panik.
  - Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

- Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan.

- Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :
  1. Adanya orang yang lebih dari satu
  2. Adanya tujuan yang ingin dicapai
  3. Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapai tujuan tersebut

- Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu:
  1. Perencanaan Produksi – bertujuan agar dlakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi :
     - Jenis barang yang diproduksi
     - Kualitas barang
     - Jumlah barang
     - Bahan baku
     - Pengendalian produksi

  2. Pengendalian Produksi – tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya :
     - Menyusun perencanaan
     - Membuat penjadwalan kerja
     - Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan

  3. Proses Produksi – dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu :

     a. Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :

        - Proses produksi terus menerus (continuous Production)
        - Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production)

     b. Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :
        - Proses Ekstraktif
        - Proses Analitis
        - Proses Pengubahan
        - Proses Sintesis

SISTEM PRODUKSI

- Pengertian Sistem Produksi Just In Time (JIT) – Just In Time atau sering disingkat JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.

- Tujuan Sistem Produksi Just In Time (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/ jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting).

- Adanya sistem JIT, kita telah dapat mengatasi 3 pemborosan (over production, excess inventory dan waiting)

- Stock Level atau tingkat persediaan bahan baku, bahan pendukung, komponen, bahan semi jadi (WIP atau Work In Progress) dan juga barang jadi akan dijaga pada tingkat atau jumlah yang paling minimum. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan Cash Flow dan menghindari biaya-biaya yang akan terjadi akibat kelebihan bahan baku dan barang jadi

- Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :
  - Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
  - Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
  - Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
  - Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.

- Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

- Kelemahan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :
  - Sistem Produksi Just In Time tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau “Zero Tolerance for Mistakes” sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan. Hal ini dikarenakan tingkat persediaan bahan-bahan produksi dan produk jadi yang sangat minimum.
  - Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalamkualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Keterlambatan pengiriman oleh satu pemasok akan mengakibatkan terhambatnya semua jadwal produksi yang telah direncanakan.
  - Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
  - Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

- **STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN**
  - Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.

- **Jenis-Jenis Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen**
  - Strategi respon produksi terhadap permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :
    1. **DESIGN TO ORDER (DTO),** yang dimaksud DTO atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan

konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.

2. **ASSEMBLY TO ORDER (ATO),** pada strategi ATO ini perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Apabila konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan, perusahaan akan merakit modul atau sub-assembly tersebut sesuai dengan permintaan yang dibutuhkan oleh pelanggan/ konsumen.
3. **MAKE TO ORDER (MTO)**, pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Konsumen/pelanggan biasanya bersedia untuk menunggu produsen (perusahaan manufakturing) untuk menyelesaikan produksinya.
4. **MAKE TO STOCK (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/ pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan.
5. **MAKE TO DEMAND (MTD**), merupakan suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memenuhi permintaan konsumen/ pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Pada strategi MTD ini, perusahaan dapat menyerahkan jumlah yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/ konsumen.

Tugas Mandiri ke 4

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Dosen : Ibu Dr.Ir.Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, M.S
Nama Mahasiswa : Arief Widodo
NIM : 202510004
Program Studi : S2 Magister Manajemen
Institusi : Universitas Bina Darma Palembang

Tugas Rangkuman Manajemen Produksi

- ***Istilah Krisis*** merupakan titik balik yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk, apabila dipandang dari kacamata bisnis.
- ***Manajemen Produksi*** merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan.
- ***Ada 3 aspek penting manajemen produksi yaitu***

1. Perencanaan Produksi

   Bertujuan agar dilakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalaninya, yang meliputi

   - ✓ Jenis barang yang diproduksi
   - ✓ Kualitas barang
   - ✓ Jumlah barang
   - ✓ Bahan baku
   - ✓ Pengendalian produksi

2. Pengendalian Produksi

   Bertujuan agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatannya yang dilakukan diantaranya :

   - ✓ Menyusun perencanaan

- ✓ Membuat penjadwalan kerja
- ✓ Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan

3. Proses Produksi

Dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu :

a. Berdasarkan kelangsungan hidup

b. Berdasarkan teknik

- ***Sistem Produksi Just In Time*** yaitu sistem yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.
- ***Tujuan Sistem Produksi Just In Time*** adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi, persedian yang berlebihan dan juga pemborosan dalam waktu penungguan.
- ***Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT***)

1. Adanya tingkat persediaan atau stock level
2. Bahan bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja
3. Menghindari penumpukkan produk
4. Dengan tingkat persediaan yang rendah kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman

- ***Kelemahan Sistem Produksi Just In Time (JIT)***

1. Sistem produksi just in time tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan, sehingga akan sulit untuk melakukan perbaikan atau pengerjaan ulang.
2. Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalam kualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umumnya di luar lingkup perusahaan.

- ***Strategi respon produksi*** terhadap permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufacturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya.
- ***Jenis-jenis strategi respon produksi terhadap permintaan konsumen ada 5 jenis yaitu :***
    1. Design to Order
    2. Assembly to Order
    3. Make To Order
    4. Make To Stock
    5. Make To Demand

Terima Kasih

TUGAS

MANAJEMEN PEMASARAN

“RANGKUMAN MATERI MANAJEMEN PRODUKSI”

Dosen :

Dr. Ir. Hj Ratu Mutialela Caropeboka., MS

Disusun Oleh :

Desti Oktiani

202510005

Universitas Bina Darma Palembang

Program Study Magister Manajemen

Tahun Ajaran 2020-2021

RANGKUMAN MATERI

MANAJEMEN PRODUKSI

Manajemen produksi adalah sebuah penataan dari proses pengubahan bahan mentah menjadi suatu produk atau jasa yang memiliki nilai jual. Manajemen produksi juga merupakan bagain dari bidang manajemen yang memiliki peran untuk melakukan koordinasi beragam kegiatan agar tujuan bisnis bisa tercapai. Untuk mengatur produksi, perlu adanya keputusan yang ada hubungannya dengan suaha mencapai tujuan. Sehingga, barang dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang sudah direncanakan. Manajemen produksi sangat terkait dengan keputusan mengenai proses produksi sehingga tujuan organisasi dapat tercapai.

A. Krisis Perusahaan

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah situasi krisis yang melanda perusahaan. Isi nasional dan telah melibatkan banyak pihak didalam penanganannya. Implikasi dari permasalahan tersebut tidak hanya berpengaruh terhadap perusahaan besar, tetapi juga telah membuat perusahaan kecil dan pedagang kecil ikut merasakan akibatnya. Banyak pengganggguran yang terjadi, dan sekian banyak produk yang tidak laku dijual.

Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik *(turning point)* yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Jika dipandang dari kaca mata bisnis. Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
2. Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
3. Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
4. Masalah mengganggu nama baik perusahaan.

5. Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
6. Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadipanik.
7. Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalammengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :

1. Adanya orang yang lebih dari satu.
2. Adanya tujuan yang ingin dicapai.
3. Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu:

1. Perencanaan Produksi – bertujuan agar dlakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi :
   a. Jenis barang yang diproduksi.
   b. Kualitas barang.
   c. Jumlah barang.
   d. Bahan baku.
   e. Pengendalian produksi.
2. Pengendalian Produksi – tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya :
   a. Menyusun perencanaan.
   b. Membuat penjadwalan kerja.
   c. Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.

3. Proses Produksi – dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu :

a. Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :
    1) Proses produksi terus menerus (continuous Production) – dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang, walaupun terjadi perubahan bentuk barang-barang tetapi tidakmengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini menghasilkan produk yang standar (massal).
    2) Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production) – proses produksi ini dilakukan berdasaarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.
b. Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :
    1) Proses Ekstraktif. Dimana kegiatan produksi yang dilakukan pada perusahaan ekstraktif yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya.contohnya, perusahaan penambangan dan perusahaan penangkapan ikan di laut.
    2) Proses Analitis. Dimana analisis merupakan langkah pertama dari proses perencanaan. Analisis merupakan penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan. Analisis berarti melakukan evaluasi terhadap kondisi dari pos-pos atau ayat-ayat yang berkaitan dengan akuntansi dan alasan-alasan yang memungkinkan tentang perbedaan yang muncul. Analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.
    3) Proses Pengubahan, dimana pengubahan adalah proses, cara, perbuatan mengubah. Perubahan merupakan suatu kekuatan yang sangat hebat, yang dapat memotivasi atau mendemotivasi. Perubahan juga adalah hasil suatu masyarakat yang mencari cara memecahkan masalah yang diciptakan oleh perubahan dalam lingkungannya.

Perubahan merupakan hasil interaaksi kepentingan yang secara ketat dikontrol, ditentukan oleh posisi sosial atau kondisi materill elit yang terlibat.

4) Proses Sintesis, sintesis (berasal dari bahasa yunani syn= tambah dan theis=posisi) yang biasanya berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru. Istilah ini mempunyai arti luas dan dapat digunakan ke fisika, ideologi dan fenomenologi.

B. Sistem Produksi

Pengertian sistem produksi *just in time* (JIT) adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya. Tujuan Sistem Produksi *just in time* (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi *(over production),* persediaan yang berlebihan *(excess inventory)* dan juga pemborosan dalam waktu penungguan *(waiting).* Adanya sistem JIT, kita telah dapat mengatasi 3 pemborosan *(over production, excess inventory dan waiting)* diantara 7 pemborosan *(7 Waste)* yang harus dihindari.

Istilah *just in time* jika diterjemahkan langsung kedalam bahasa indonesia adalah tepat waktu, jadi sistem produksi *just in time* atau JIT ini dalam bahasa indonesia sering disebut dengan sistem produksi tepat waktu. Tepat waktu disini berarti semua persediaan bahan baku yang akan di olah menjadi barang jadi harus tiba tepat waktunya dengan jumlah yang tepat juga. Semua barang jadi juga harus siap produksi sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu yang tepat pula.

Stock Level atau tingkat persediaan bahan baku, bahan pendukung, komponen, bahan semi jadi *work in progress* (WIP) dan juga barang jadi akan dijaga pada tingkat atau jumlah yang paling minimum. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan *cash flow* dan menghindari biaya-biaya yang akan terjadi akibat kelebihan bahan baku dan barang jadi. Sistem produksi *just in time* atau Sistem Produksi JIT ini, diperlukan ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal

pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi.

Perusahaan-perusahaan *manufakturing modern* saat ini menggunakan berbagai perangkat lunak *(Software)* yang canggih dalam merencanakan jadwal produksi yang didalamnya juga termasuk mengeluarkan pesanan pembelian *(purchase order)* dan pengendalian jumlah persediaan *(inventory)*. Software produksi tersebut juga dapat melakukan penukaran informasi mulai dari pemasok *(vendor)* hingga ke pelanggan *(customer)* melalui *Electronic Data Interchange* (EDI) untuk memastikan kebenaran sampai ke data-data yang paling rinci.

Kebenaran dan ketepatan waktu pengiriman bahan-bahan produksi sangat diperlukan dalam sistem produksi *just in time* ini. Contoh pada sebuah perusahaan manufaktur Handphone, perusahaan tersebut harus dapat menerima model LCD display yang benar dan dalam jumlah yang dibutuhkan untuk satu hari produksi, pemasok LCD Display tersebut diharapkan dapat mengirimkan dan tiba digudang produksi dalam batas waktu yang sangat singkat.

Sistem permintaan bahan-bahan produksi demikian biasanya disebut dengan *Pull System* atau Sistem Tarik. Keberhasilan sistem produksi *just in time* sangat tergantung pada komitmen seluruh karyawan perusahaan mulai dari level yang terendah hingga pada level yang tertinggi

Kelebihan sistem produksi *just in time* (JIT) :

1. Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
2. Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
3. Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
4. Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
5. Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

Kelemahan sistem produksi *just in time* (JIT) :

1. Sistem produksi *just in time* tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau *Zero Tolerance for Mistakes* sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan. Hal ini dikarenakan tingkat persediaan bahan-bahan produksi dan produk jadi yang sangat minimum.
2. Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalamkualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Keterlambatan pengiriman oleh satu pemasok akan mengakibatkan terhambatnya semua jadwal produksi yang telah direncanakan.
3. Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
4. Perusahaan *manufakturing* yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk yang lebih.

C. Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan *manufakturing* dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya. Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. *Design To Order* (DTO)

   Design To Order (DTO) atau sering disebut dengan *Enggineering to Order* (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.

   Perusahaan *manufakturing* yang bersangkutan baru akan melakukan proses produksi apabila ada permintaan yang pasti dari konsumen/pelanggan. Salah satu keuntungan dari strategi ini adalah perusahaan tidak mempunyai persediaan *(inventory)* sehingga biaya persediaan boleh dikatakan hampir tidak ada.

   Strategi DTO ini cocok untuk perusahaan-perusahaan *manufakturing* yang memproduksi produk-produk yang baru ataupun produk yang unik. Contohnya seperti jembatan, produk-produk militer, kapal, pesawat terbang, peralatan khusus industri dan gedung.

2. *ASSEMBLY TO ORDER* (ATO)

   Pada strategi ATO ini perusahaan *manufakturing* akan membuat modul-modul standar atau *sub-assembly* yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Apabila konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan, perusahaan akan merakit modul atau *sub-assembly* tersebut sesuai dengan permintaan yang dibutuhkan oleh pelanggan/konsumen. Contoh strategi ATO adalah pada produk komputer, perusahaan akan membuat modul-modul standar seperti modul RAM, hard disk, motherboard, prosessor dan DVD drive. Begitu terima konfirmasi pesanan dari konsumen, perusahaan tersebut langsung melakukan perakitan semua modul yang bersangkutan menjadi 1 unit komputer yang lengkap. Perusahaan yang menerapkan strategi ATO ini

memiliki resiko dalam menyimpan persediaan *(inventory)* modul-modul standar yang bersangkutan.

3. *Make To Order* (MTO)

   Pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Konsumen/pelanggan biasanya bersedia untuk menunggu produsen (perusahaan manufakturing) untuk menyelesaikan produksinya. Perbedaan DTO dan MTO tidak dimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.

4. *Make To Stock* (MTS)

   Make To Stock (MTS) yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Strategi MTS memiliki resiko yang tinggi karena mempunyai persediaan *(inventory)* yang banyak sehingga biaya-biaya yang berkaitan dengan persediaan juga menjadi tinggi. Kelebihannya adalah dapat dengan cepat merespon permintaan konsumen sehingga konsumen ataupun pelanggan tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan produknya.

   Strategi MTS ini sering digunakan oleh perusahaan manufakturing yang membuat barang konsumen seperti peralatan rumah tangga, bahan-bahan pokok, produk makanan, mainan anak-anak. Umumnya perusahaan ini memiliki sistem peramalan akurat dalam mengurangi resiko yang dihadapinya.

5. *Make To Demand* (MTD)

   Make To Demand (MTD) merupakan suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memnuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Pada strategi MTD ini, perusahaan dapat menyerahkan jumlah yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/konsumen. Strategi ini pada dasarnya

adalah gabungan dari beberapa strategi yang disebutkan diatas. *Design* (rancangan), bahan-bahan baku, modul atau *sub-assembly*, ataupun produk dapat disimpan sebagi *inventory* (persediaan). Namun tantangan dalam MTD ini adalah bagaimana memperhitungkan dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam suatu *inventory* (persediaan). Strategi MTD ini pada umunya meliputi penerapan beberapa sistem produksi modern seperti Sistem *Just In Time* (JIT), *Lean Manufakturing* dan Sistem Pengendalian Kualitas Sigma.

Tugas Pertemuan Keempat Manajemen Pemasaran

Manajemen Produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan dari proses pengubahan bahan mentah menjadi suatu produk atau jasa yang memiliki nilai jual.

3 (Tiga) aspek penting Manajemen Produksi yaitu :

1. Perencanaan Produksi, agar proses produksi yang dilaksanakan berjalan secara sistematis dengan memerhatikan hal berikut :
   - Jenis barang yang diproduksi
   - Kualitas barang
   - Jumlah barang
   - Bahan baku
   - Pengendalian produksi
2. Pengendalian Produksi, sangat diperlukan agar proses produksi berjalan sesuai dengan perencanaan yang ditentukan dengan biaya yang optimal dengan melakukan hal berikut :
   - Menyusun perencanaan
   - Membuat penjadwalan kerja
   - Menentukan target market produk
3. Proses Produksi, dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu
   a. Berdasarkan kelangsungan hidup, terbagi menjadi 2 bagian :
   - Proses produksi terus menerus, menghasilkan produk standard dan dalam jumlah besar/massal
   - Proses produksi yang terputus-putus, proses sesuai pesanan sehingga ada penyesuaian dan biasanya diproduksi dalam jumlah terbatas
   b. Berdasarkan teknik terbagi menjadi 4 bagian
   - Proses ekstraktif, mengambil kekayaan alam tanpa mengubah sifat dan bentuk
   - Proses analitis, menguraikan keseluruhan menjadi komponen-komponen
   - Proses pengubahan, mengubah suatu hal menjadi hal lainnya yang baru
   - Proses sintesis, suatu integritas dari dua elemen atau lebih menghasilkan suatu hasil yang baru.

Sistem produksi Just In Time (JIT), suatu system produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendaki.

Tujuan Sistem Produksi JIT, menghindari terjadinya kelebihan kuantitas dalam produksi, persediaan yang berlebihan dan pemborosan dalam waktu penungguan

Sistem Produksi Just In Time atau Sistem Produksi JIT ini, diperlukan ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi.

Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi
- Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah
- Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah
- Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan

- Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

Kelemahan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Sistem Produksi Just In Time tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau "Zero Tolerance for Mistakes" sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan. Hal ini dikarenakan tingkat persediaan bahan-bahan produksi dan produk jadi yang sangat minimum
- Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalamkualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Keterlambatan pengiriman oleh satu pemasok akan mengakibatkan terhambatnya semua jadwal produksi yang telah direncanakan
- Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi
- Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

Strategi respon produksi terhadap permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu:

1. **DESIGN TO ORDER (DTO),** yang dimaksud DTO atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.
2. **ASSEMBLY TO ORDER (ATO),** pada strategi ATO ini perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Apabila konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan, perusahaan akan merakit modul atau sub-assembly tersebut sesuai dengan permintaan yang dibutuhkan oleh pelanggan/konsumen.
3. **MAKE TO ORDER (MTO)**, pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Konsumen/pelanggan biasanya bersedia untuk menunggu produsen (perusahaan manufakturing) untuk menyelesaikan produksinya. Perbedaan DTO dan MTO tidakdimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.
4. **MAKE TO STOCK (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan.
5. **MAKE TO STOCK (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan.

Nama	**:**	**ELLY FARIDAH**
NIM	**:**	**202510001**
Mata Kuliah	**:**	**MANAJEMEN PEMASARAN**
Dosen Pengasuh	**:**	**DR.Ir.Ratu Mutialela Caropeboka.M.S.**

MANAJEMEN PRODUKSI

Produksi adalah suatu proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi atau menambah nilai suatu produk agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Dimana produksi tersebut bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan dari kegiatan tersebut.

Ada dua jenis dalam penjadwalan produksi yaitu :

a. Forward scheduling (penjadwalan maju)
b. Backward scheduling (penjadwalan mundur)

Manajemen Produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan yang terdiri dari tiga unsur penting yaitu :

a. Adanya orang yang lebih dari satu
b. Adanya tujuan yang dicapai
c. Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapaian tersebut

Ada 3 aspek penting Manajemen Produksi yaitu :

A. Berdasarkan kelangsungan hidup
    1. Perencanaan Produksi yang bertujuan agar dilakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi meliputi : Jenis barang, kualitas, jumlah, bahan baku, dan pengendalian produksi.
    2. Pengendalian Produksi yang bertujuan agar mencapai hasil yang maksimal yang meliputi :
        - menyusun perencanaan
        - membuat penjadwalan kerja

- menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan

3. Proses Produksi dimana proses produksi dilihat dari 2 sisi :
   - Proses produksi terus menerus
   - Proses produksi terputus putus

B. Berdasarkan Teknik
   1. Proses Ekstraktif yang mana produksi dialkukan dengan mengambil kekayaan alam tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya.contoh perusahaan tambang.
   2. Proses Analitis yaitu analisis merupakan penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri atau kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen.
   3. Proses pengubahan dimana perubahan tersebut merupakan suatu kekuatan yang sangat hebat yang dapat memotivasi atau mendemotivasi.
   4. Proses Sintesis berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru

Dalam sebuah perusahaan juga ada banyak sekali hal penting yang harus dilakukan salah satunya adalah kegiatan produksi. Karena dengan kegiatan produksi ini maka tujuan perusahaan bisa tercapai sesuai dengan keinginan. Untuk kegiatan produksi itu sendiri sudah tidak terlepas dari teknologi. Meskipun begitu setiap proses nya akan lebih baik jika dilandasi dengan system produksi.

Hal ini dikarenakan system produksi diciptakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk memastikan bahwa produksi tetap berjalan dengan baik sampai mencapai tujuan akhirnya.

Sistem Produksi merupakan satu susunan kegiatan ataupun elemen yang semuanya saling berhubungan untuk mencapai tujuan akhir. Adapun Sistem Produksi Just In Time

(JIT) yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.

Tujuan dari JIT adalah untuk untuk dapat memproduksi produk dengan kulaitas terbaik, ongkos termurah, dan pengiriman pada saat yang tepat. Tujuan dapat dicapai apabila ketiga unsur dapat dilaksanakan terpadu yaitu melakukan pengendalian kuantitas dengan baik..

Dalam Sistem Produksi JIT ini diperlukan ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai dari jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, kesiapan produk hingga jadwal pengiriman barang jadi. Intinya kebenaran dan tepat waktu sangat diperlukan dalam Sitem Produksi JIT ini.

Kelebihan Sistem Produksi JIT Ini adalah :

a. Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan.
b. Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan sehingga modal kerja rendah
c. Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadi pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa, rusak, atau usangakan semakin rendah.

Kelemahan Sistem Produksi JIT ini adalah :

a. Sistem JIT tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan sehingga sulit untuk melakukan perbaikan atau pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi .
b. Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dari dalam kualitas maupun ketepatan pengiriman.
c. Biaya transaksi akan relative tinggi
d. Perusahaan manufacturing akan sulit memenuhi permintaan mendadak.

JIT memiliki proses yang sederhana, perusahaan tidak mengeluarkan biaya lebih untuk persediaan barang untuk kemudian sekedar menumpuknya selama berminggu minggu

di pabrik. JIT berprinsipkan motonya “buatlah produk yang diminta, ketika dimnta, dan dalam jumlah yang diminta”.

Adapun strategi respon produksi terhadap permintaan konsumen terbagi dalam berbagai jenis yaitu :

a. Design To Order (DTO) atau disebut Engineering To Order (ETO) adalah strategi yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai sepsifikasi yang dibutuhkan konsumen hingga diproduksi sampai ke tangan konsumen. Contohnya : Jembatan, produk-produk militer, kapal, pesawat terbang, peralatan khusus industry dan gedung,
b. Assembly To Order (ATO) adalah perusahaan akan membuat modul modul standard atau sub-assembly yang standard sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Apabila ada pemesananan perusahaab akan merakit modul modul tersebut sesuai permintaan. Contohnya :Produk computer perusahaan akan membuat modul-modul standard seperti RAM, hard disk, motherboard, prosessor dan DVD drive. Strategi ini menyimpan resiko dalam menyimpan persediaan modul-modul standard yang bersangkutan.
c. Make To Order (MTO) adalah strategi dimana perusahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen untuk produk tertentu. Perbedaan dengan DTO yaitu MTO tidak dimulai dari proses perancangan atau design karena pada dasarnya produk yang diminta oleh konsumen sudah pernah diproduksi sebelumnya.
d. Make TO Stock (MTS) yaitu startegi dimana perusahaan telah melakukan proses produksi dan telah berbentuk barang jadi sebelum ada pesanan dari konsumen. Strategi ini memiliki resiko tinggi karena persediaan yang banyak sehingga biaya lebuh tinggi. Sedangkan kelebihannya dapat cepat merespon permintaan pelanggan tanpa harus menunggu lama. Contohnya :peralatan rumah tangga, bahan-bahan poko, produk makanan, mainan anak-anak.
e. Make To Demand (MTD) yaitu strategi yang dikembangkan untuk memenuhi permintaan konsumen dengan lebih cepat dan fleksibel. Strategi ini lebih ke

gabungan strategi yang lain namun perusahaan harus dapat memperhitungkan efisiensi dan efektivitas dalam suatu inventory (persediaan).

TUGAS

MANAJEMEN PEMASARAN

"RANGKUMAN MATERI MANAJEMEN PRODUKSI"

Dosen :

Dr. Ir. Hj Ratu Mutialela Caropeboka., MS

Disusun Oleh :

Fadhillah Adhariani

202510006

Universitas Bina Darma Palembang

Program Study Magister Manajemen

Tahun Ajaran 2020-2021

RANGKUMAN MATERI MANAJEMEN PRODUKSI

A. Krisis Perusahaan

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah situasi krisis yang melanda perusahaan. Isi nasional dan telah melibatkan banyak pihak didalam penanganannya. Implikasi dari permasalahan tersebut tidak hanya berpengaruh terhadap perusahaan besar, tetapi juga telah membuat perusahaan kecil dan pedagang kecil ikut merasakan akibatnya. Banyak pengganggguran yang terjadi, dan sekian banyak produk yang tidak laku dijual.

Krisis adalah situasi yang merupakan titik balik *(turning point)* yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk. Jika dipandang dari kaca mata bisnis. Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
2. Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
3. Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
4. Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
5. Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
6. Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadipanik.
7. Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalammengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :

1. Adanya orang yang lebih dari satu.
2. Adanya tujuan yang ingin dicapai.
3. Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu:

1. Perencanaan Produksi – bertujuan agar dlakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi :
   a. Jenis barang yang diproduksi.
   b. Kualitas barang.
   c. Jumlah barang.
   d. Bahan baku.
   e. Pengendalian produksi.
2. Pengendalian Produksi – tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya :
   a. Menyusun perencanaan.
   b. Membuat penjadwalan kerja.
   c. Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.
3. Proses Produksi – dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu :
   a. Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :
      1) Proses produksi terus menerus (continuous Production) – dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang, walaupun terjadi perubahan bentuk barang-barang tetapi tidakmengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin, proses ini menghasilkan produk yang standar (massal).
      2) Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production) – proses produksi ini dilakukan berdasaarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.
   b. Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :
      1) Proses Ekstraktif. Dimana kegiatan produksi yang dilakukan pada perusahaan ekstraktif yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengubah sifat maupun bentuk barangnya.contohnya, perusahaan penambangan dan perusahaan penangkapan ikan di laut.
      2) Proses Analitis. Dimana analisis merupakan langkah pertama dari proses perencanaan. Analisis merupakan penguraian suatu pokok atas

berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan. Analisis berarti melakukan evaluasi terhadap kondisi dari pos-pos atau ayat-ayat yang berkaitan dengan akuntansi dan alasan-alasan yang memungkinkan tentang perbedaan yang muncul. Analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.

3) Proses Pengubahan, dimana pengubahan adalah proses, cara, perbuatan mengubah. Perubahan merupakan suatu kekuatan yang sangat hebat, yang dapat memotivasi atau mendemotivasi. Perubahan juga adalah hasil suatu masyarakat yang mencari cara memecahkan masalah yang diciptakan oleh perubahan dalam lingkungannya. Perubahan merupakan hasil interaaksi kepentingan yang secara ketat dikontrol, ditentukan oleh posisi sosial atau kondisi materill elit yang terlibat.
4) Proses Sintesis, sintesis (berasal dari bahasa yunani syn= tambah dan theis=posisi) yang biasanya berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru. Istilah ini mempunyai arti luas dan dapat digunakan ke fisika, ideologi dan fenomenologi.

B. Sistem Produksi

Pengertian sistem produksi *just in time* (JIT) adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya. Tujuan Sistem Produksi *just in time* (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi *(over production)*, persediaan yang berlebihan *(excess inventory)* dan juga pemborosan dalam waktu penungguan *(waiting)*. Adanya sistem JIT, kita telah dapat mengatasi 3 pemborosan *(over*

production, excess inventory dan waiting) diantara 7 pemborosan *(7 Waste)* yang harus dihindari.

Istilah *just in time* jika diterjemahkan langsung kedalam bahasa indonesia adalah tepat waktu, jadi sistem produksi *just in time* atau JIT ini dalam bahasa indonesia sering disebut dengan sistem produksi tepat waktu. Tepat waktu disini berarti semua persediaan bahan baku yang akan di olah menjadi barang jadi harus tiba tepat waktunya dengan jumlah yang tepat juga. Semua barang jadi juga harus siap produksi sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu yang tepat pula.

Stock Level atau tingkat persediaan bahan baku, bahan pendukung, komponen, bahan semi jadi *work in progress* (WIP) dan juga barang jadi akan dijaga pada tingkat atau jumlah yang paling minimum. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan *cash flow* dan menghindari biaya-biaya yang akan terjadi akibat kelebihan bahan baku dan barang jadi. Sistem produksi *just in time* atau Sistem Produksi JIT ini, diperlukan ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi.

Perusahaan-perusahaan *manufakturing modern* saat ini menggunakan berbagai perangkat lunak *(Software)* yang canggih dalam merencanakan jadwal produksi yang didalamnya juga termasuk mengeluarkan pesanan pembelian *(purchase order)* dan pengendalian jumlah persediaan *(inventory)*. Software produksi tersebut juga dapat melakukan penukaran informasi mulai dari pemasok *(vendor)* hingga ke pelanggan *(customer)* melalui *Electronic Data Interchange* (EDI) untuk memastikan kebenaran sampai ke data-data yang paling rinci.

Kebenaran dan ketepatan waktu pengiriman bahan-bahan produksi sangat diperlukan dalam sistem produksi *just in time* ini. Contoh pada sebuah perusahaan manufaktur Handphone, perusahaan tersebut harus dapat menerima model LCD display yang benar dan dalam jumlah yang dibutuhkan untuk satu hari produksi, pemasok LCD Display tersebut diharapkan dapat mengirimkan dan tiba digudang produksi dalam batas waktu yang sangat singkat.

Sistem permintaan bahan-bahan produksi demikian biasanya disebut dengan *Pull System* atau Sistem Tarik. Keberhasilan sistem produksi *just in time* sangat tergantung

pada komitmen seluruh karyawan perusahaan mulai dari level yang terendah hingga pada level yang tertinggi.

Kelebihan sistem produksi *just in time* (JIT) :

1. Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
2. Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
3. Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
4. Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.
5. Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

Kelemahan sistem produksi *just in time* (JIT) :

1. Sistem produksi *just in time* tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau *Zero Tolerance for Mistakes* sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan. Hal ini dikarenakan tingkat persediaan bahan-bahan produksi dan produk jadi yang sangat minimum.
2. Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalamkualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Keterlambatan pengiriman oleh satu pemasok akan mengakibatkan terhambatnya semua jadwal produksi yang telah direncanakan.
3. Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
4. Perusahaan *manufakturing* yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

C. Strategi Respon Produksi Terhadap Permintaan Konsumen

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan *manufakturing* dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya. Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. *Design To Order* (DTO)

   Design To Order (DTO) atau sering disebut dengan *Enggineering to Order* (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.

   Perusahaan *manufakturing* yang bersangkutan baru akan melakukan proses produksi apabila ada permintaan yang pasti dari konsumen/pelanggan. Salah satu keuntungan dari strategi ini adalah perusahaan tidak mempunyai persediaan *(inventory)* sehingga biaya persediaan boleh dikatakan hampir tidak ada.

   Strategi DTO ini cocok untuk perusahaan-perusahaan *manufakturing* yang memproduksi produk-produk yang baru ataupun produk yang unik. Contohnya seperti jembatan, produk-produk militer, kapal, pesawat terbang, peralatan khusus industri dan gedung.

2. *ASSEMBLY TO ORDER* (ATO)

   Pada strategi ATO ini perusahaan *manufakturing* akan membuat modul-modul standar atau *sub-assembly* yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan. Apabila konsumen atau pelanggan melakukan pemesanan, perusahaan akan merakit modul atau *sub-assembly* tersebut sesuai dengan permintaan yang dibutuhkan oleh pelanggan/konsumen. Contoh strategi ATO adalah pada produk komputer, perusahaan akan membuat modul-modul standar seperti modul RAM, hard disk, motherboard, prosessor dan DVD drive. Begitu terima konfirmasi pesanan dari konsumen, perusahaan tersebut langsung melakukan perakitan semua modul yang bersangkutan menjadi 1 unit komputer yang lengkap. Perusahaan yang menerapkan strategi ATO ini

memiliki resiko dalam menyimpan persediaan *(inventory)* modul-modul standar yang bersangkutan.

3. *Make To Order* (MTO)

   Pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu. Konsumen/pelanggan biasanya bersedia untuk menunggu produsen (perusahaan manufakturing) untuk menyelesaikan produksinya. Perbedaan DTO dan MTO tidak dimulai dari proses perancangan atau design karena produk yang diminta oleh konsumen/pelanggan pada dasarnya sudah pernah diproduksi sebelumnya atau perancangannya sudah siap sebelumnya.

4. *Make To Stock* (MTS)

   Make To Stock (MTS) yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan. Barang-barang jadi tersebut siap-siap dikirim ke konsumen atau pelanggan begitu pesanan dari pelanggan diterima oleh perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Strategi MTS memiliki resiko yang tinggi karena mempunyai persediaan *(inventory)* yang banyak sehingga biaya-biaya yang berkaitan dengan persediaan juga menjadi tinggi. Kelebihannya adalah dapat dengan cepat merespon permintaan konsumen sehingga konsumen ataupun pelanggan tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan produknya.

   Strategi MTS ini sering digunakan oleh perusahaan manufakturing yang membuat barang konsumen seperti peralatan rumah tangga, bahan-bahan pokok, produk makanan, mainan anak-anak. Umumnya perusahaan ini memiliki sistem peramalan akurat dalam mengurangi resiko yang dihadapinya.

5. *Make To Demand* (MTD)

   Make To Demand (MTD) merupakan suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memnuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel. Pada strategi MTD ini, perusahaan dapat menyerahkan jumlah yang dibutuhkan pelanggan/konsumen pada waktu yang tepat sesuai dengan permintaan pelanggan/konsumen. Strategi ini pada dasarnya

adalah gabungan dari beberapa strategi yang disebutkan diatas. *Design* (rancangan), bahan-bahan baku, modul atau *sub-assembly*, ataupun produk dapat disimpan sebagi *inventory* (persediaan). Namun tantangan dalam MTD ini adalah bagaimana memperhitungkan dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam suatu *inventory* (persediaan). Strategi MTD ini pada umunya meliputi penerapan beberapa sistem produksi modern seperti Sistem *Just In Time* (JIT), *Lean Manufakturing* dan Sistem Pengendalian Kualitas Sigma.

Nama : Muhammad Taufan Dwi Putra
Kelas : MM 36
NIM : 202510018

MANAJEMEN PRODUKSI

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah situasi krisis yang melanda perusahaan. Suatu krisis akan menimbulkan hal-hal sebagai berikut :

- Intensitas permasalahan bertambah, baik produksi maupun pemasaran.
- Masalah akan di sorotan publik baik melalui media masa, atau informasi dari mulut ke mulut.
- Masalah akan mengganggu kelancaran bisnis sehari-hari.
- Masalah mengganggu nama baik perusahaan.
- Masalah dapat merusak sistim kerja dan menggoncangkan perusahaan secara keseluruhan.
- Masalah yang dihadapi disamping membuat perusahaan menjadi panik, juga tidak jarang membuat masyarakat menjadipanik.
- Masalah akan membuat pemerintah ikut melakukan intervensi.

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen pemasaran yang mempunyai peran dalammengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Pengertian manajemen produksi mencakup 3 unsur penting yaitu :

- Adanya orang yang lebih dari satu.
- Adanya tujuan yang ingin dicapai.
- Orang yang bertanggungjawab terhadap pencapai tujuan tersebut.

Ada 3 Aspek Penting Manajemen Produksi yaitu:

1) Perencanaan Produksi – bertujuan agar dlakukannya persiapan yang sistematis bagi produksi yang akan dijalankan, yaitu meliputi :
   - Jenis barang yang diproduksi.
   - Kualitas barang.
   - Jumlah barang.
   - Bahan baku.
   - Pengendalian produksi.

2) Pengendalian Produksi – tujuannya agar mencapai hasil yang maksimal, kegiatan yang dilakukan diantaranya :
   - Menyusun perencanaan.
   - Membuat penjadwalan kerja.
   - Menentukan kepada siapa barang akan dipasarkan.
3) Proses Produksi – dimana proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi yaitu :
   a. Berdasarkan kelangsungan hidup terbagi kedalam 2 bagian :
      - Proses produksi terus menerus (continuous Production) – dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang,
      - Proses produksi yang terputus-putus (intermiten production) – proses produksi ini dilakukan berdasaarkan pesanan sehingga harus mengatur kembali alat-alat dan penyesuaian terus-menerus.

b. Berdasarkan teknik terbagi kedalam 4 bagian :

- Proses Ekstraktif. Dimana kegiatan produksi yang dilakukan pada perusahaan ekstraktif yaitu dengan cara mengambil kekayaan alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia
- Proses Analitis. Dimana analisis merupakan langkah pertama dari proses perencanaan
- Proses Pengubahan, dimana pengubahan adalah proses, cara, perbuatan mengubah
- Proses Sintesis, sintesis (berasal dari bahasa yunani syn= tambah dan theis=posisi) yang biasanya berarti suatu integrasi dari dua atau lebih elemen yang ada yang menghasilkan suatu hasil baru.

SISTEM PRODUKSI

A. Pengertian Sistem Produksi Just In Time (JIT)
   JIT adalah suatu sistem produksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tepat pada waktunya dengan jumlah yang dikehendakinya.
B. Tujuan Sistem Produksi Just In Time (JIT) adalah untuk menghindari terjadinya kelebihan kuantitas/jumlah dalam produksi (over production), persediaan yang berlebihan (excess inventory) dan juga pemborosan dalam waktu penungguan (waiting).
C. Adanya sistem JIT, kita telah dapat mengatasi 3 pemborosan (over production, excess inventory dan waiting) diantara 7 pemborosan (7 Waste)

Stock Level atau tingkat persediaan bahan baku, bahan pendukung, komponen, bahan semi jadi (WIP atau Work In Progress) dan juga barang jadi akan dijaga pada tingkat atau jumlah yang paling minimum. Untuk Memaksimalkan Cash Flow. Sistem Produksi Just In Time atau Sistem Produksi JIT ini, diperlukan ketelitian dalam merencanakan jadwal-jadwal produksi mulai jadwal pembelian bahan produksi, jadwal penerimaan bahan produksi, jadwal jalannya produksi, jadwal kesiapan produk hingga ke jadwal pengiriman barang jadi.

Sistem permintaan bahan-bahan produksi demikian biasanya disebut dengan “Pull System” atau “Sistem Tarik”. Keberhasilan Sistem Produksi Just In Time sangat tergantung pada komitmen seluruh karyawan perusahaan mulai dari level yang terendah hingga pada level yang tertinggi

Kelebihan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Tingkat persediaan atau stock level yang rendah sehingga menghemat tempat penyimpanan dan biaya-biaya terkait seperti biaya sewa tempat dan biaya asuransi.
- Bahan-bahan produksi hanya diperoleh saat diperlukan saja sehingga hanya memerlukan modal kerja yang rendah.
- Dengan tingkat persediaan yang rendah, kemungkinan terjadinya pemborosan akibat produk yang ketinggalan zaman, lewat kadaluarsa dan rusak atau usang akan menjadi semakin rendah.
- Menghindari penumpukkan produk jadi yang tidak terjual akibat perubahan mendadak dalam permintaan.

- Memerlukan penekanan pada kualitas bahan-bahan produksi yang dipasok oleh supplier (pemasok) sehingga dapat mengurangi waktu pemeriksaan dan pengerjaan ulang.

Kelemahan Sistem Produksi Just In Time (JIT) :

- Sistem Produksi Just In Time tidak memiliki toleransi terhadap kesalahan atau "Zero Tolerance for Mistakes" sehingga akan sangat sulit untuk melakukan perbaikan/pengerjaan ulang pada bahan-bahan produksi ataupun produk jadi yang mengalami kecacatan.
- Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemasok baik dalamkualitas maupun ketepatan pengiriman yang pada umunya diluar lingkup perusahaan manufakturing yang bersangkutan. Keterlambatan pengiriman oleh satu pemasok akan mengakibatkan terhambatnya semua jadwal produksi yang telah direncanakan.
- Biaya transaksi akan relatif tinggi akibat frekuensi transaksi yang tinggi.
- Perusahaan manufakturing yang bersangkutan akan sulit untuk memenuhi permintaan yang mendadak tinggi karena pada kenyataannya tidak ada produk jadi yang lebih.

STRATEGI RESPON PRODUKSI TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN

Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen adalah respon atau tanggapan suatu perusahaan manufakturing dalam merealisasikan permintaan konsumen sesuai dengan waktu dan jumlah yang diperlukannya. Strategi respon produksi terhadadp permintaan konsumen ini terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut :

1. **DESIGN TO ORDER (DTO),** yang dimaksud DTO atau sering disebut dengan Enggineering to Order (ETO) adalah strategi respon pemenuhan permintaan konsumen yang dimulai dari proses perancangan produk sesuai spesifikasi yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan hingga diproduksi dan dikirimkan ke tangan konsumen/pelanggan.
2. **ASSEMBLY TO ORDER (ATO),** pada strategi ATO ini perusahaan manufakturing akan membuat modul-modul standar atau sub-assembly yang standar sehingga dapat merespon dengan cepat setiap permintaan konsumen/pelanggan.
3. **MAKE TO ORDER (MTO)**, pada strategi MTO perusaahaan hanya akan melaksanakan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen/pelanggan untuk produk tertentu.
4. **MAKE TO STOCK (MTS),** yaitu strategi dimana produsen telah melakukan proses produksi daan produk-produk mereka telah berbentuk barang jadi sebelum menerima pesanan dari konsumen/pelanggan.
5. **MAKE TO DEMAND (MTD**), merupakan suatu strategi respon yang relatif baru, strategi ini dikembangkan untuk memnuhi permintaan konsumen/pelanggan dengan cepat dan lebih fleksibel.

Perencanaan Produksi

- Ide Produk
- Seleksi Produk
- Design Produk
- Prototype
- Testing

- Desing Akhir
- Implementasi

Pengendalian Produksi
- Perencanaan
- Routing
- Scheduling
- Dispatching

Pengawasan Produksi
- Acceptance Good (Produk sesuai kualitas dan kuantitas)
- On Time (tepat waktu)
- Economically (biaya seimbang dan efisien)

Faktor Produksi

Secara sederhana, pengertian factor produksi adalah semua hal yang dibutuhkan oleh produsen agar dapat melakukan kegiatan produksi dengan baik dan lancar.
Saat ini, ada 5 hal yang dianggap sebagai factor produksi, yaitu:
- Sumber daya Manusia
- Sumber daya manusia
- Modal
- Kewirausahaan
- Sumber daya informasi

Faktor memperngaruhi peningkatan produktivitas
- Pembagian kerja dan tugas
- Bahan baku
- Revolusi industri

Kesimpualan

Pentingnya mempelajari manajemen produksi adalah topik-topik yang dipelajari dalam manajemen produksi berkaitan dengan desain operasi dan pengawasan sisi penawaran organisasi. Proses pembuatan keputusan diawali dengan perumusan masalah yang dilakukan dengan menguji hubungan sebab akibat, mencari penyimpangann-penyimpangan, dan yang paling penting adalah berkonsultasi dengan pihak lain.