

Formulasi strategi manufaktur dengan analytic network process (anp) di PT. X = Formulation of manufacturing strategy with analytic network process (ANP) in PT. X

Darmi Setyaningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=97665&lokasi=lokal>

Abstrak

Di berbagai negara dan industri, manajemen manufaktur dari sudut strategi hanya memainkan peranan pembantu dibandingkan dengan fungsi pemasaran dan keuangan. Kebanyakan perusahaan tidak mempunyai strategi manufaktur formal dan tidak diarahkan sama sekali untuk mencapai sasaran perusahaan. Padahal tanpa strategi yang berarti, perusahaan dapat membuat keputusan jangka pendek yang bisa kontradiksi dengan tujuan jangka panjang, dengan hasil yang tidak sesuai antara aktivitas manufaktur dan strategi perusahaan.

PT. X sebagai suatu perusahaan yang bergerak dalam industri farmasi juga tidak terlepas dari kebutuhannya untuk mengelola operasi manufakturnya agar dapat mendukung strategi perusahaan untuk dapat bersaing dalam pasar farmasi. Penelitian ini menggambarkan bagaimana manajemen operasi di PT. X menggunakan pendekatan audit manufaktur sebagai elemen dalam formulasi strategi manufaktur yang sejalan dengan strategi perusahaan. Formulasi strategi manufaktur menggunakan model dari Menda (2004) dan dilakukan untuk produk obat A dan B yang diproduksi sendiri oleh PT. X. Alternatif strategi manufaktur yang diperoleh adalah strategi penekanan biaya dan variasi rasa produk untuk produk A, serta strategi penekanan biaya untuk produk B.

Dari kedua alternatif strategi manufaktur produk A, kemudian dipilih strategi yang paling sesuai untuk kebutuhan perusahaan saat ini dengan menggunakan metode Analytic Network Process (ANP). Kriteria kinerja yang digunakan meliputi biaya, kualitas, pengantaran, dan fleksibilitas. Strategi manufaktur yang dipilih adalah alternatif strategi yang mempunyai skor akhir paling besar, yaitu strategi variasi rasa produk baik untuk metode rata-rata responden dengan bobot yang berbeda maupun bobot yang sama.

In many countries and industries, manufacturing management is still subordinate in strategy making to the marketing and financial functions. Many firms have no formal manufacturing strategy and manufacturing is simply not geared to a business's corporate strategy. Without a meaningful strategy, firms often make short-term decisions that are in conflict with their long-term goals, which invariably results in a poor match between manufacturing activities and the firm's overall strategy.

PT. X as a pharmaceutical company also has the need to manage their manufacturing operations in line with corporate strategy to leverage their competitive advantage in pharmaceutical market. This research describes how operation management in PT. X using manufacturing audit approach as key element to formulate manufacturing strategy that fit the corporate strategy. The formulation of manufacturing strategy proposed by Menda (2004) has applied in PT. X. The formulation is particularly used for medicine product A and B. Manufacturing strategy alternatives adopted include production cost reduction and variations of flavor for product A. For product B, manufacturing strategy adopted is only production cost reduction.

From both manufacturing strategy alternatives of product A, the most suitable strategy for current condition of the company is selected using Analytic Network Process (ANP) method. Performance criteria used include cost, quality, delivery, and flexibility. The selected manufacturing strategy is variations of flavor that has the highest final score, for different or same weighted average of respondents? methods.</i>