

STRATEGI OPERASI DI LINGKUNGAN GLOBAL

PANDANGAN GLOBAL

- Dewasa ini manajer operasi harus memiliki pandangan global tentang strategi operasi → adanya peningkatan integrasi ekonomi dan keterikatan antar negara di dunia dalam bentuk globalisasi
- Organisasi harus segera memperluas operasinya melalui strategi inovatif.

Contoh:

1. Boeing dapat bersaing karena penjualan dan produksinya di seluruh dunia
2. Benetton Italia memiliki persediaan di seluruh dunia lebih banyak dan lebih cepat dari pesaingnya karena mempunyai fleksibilitas dalam desain, produksi dan distribusi
3. Sony membeli komponen-komponen produknya dari supplier di Thailand, Malaysia, dan berbagai negara di dunia untuk dirakit menjadi produk elektronik
4. Volvo, perusahaan mobil Swedia, saat ini diawasi oleh perusahaan AS, Ford. Tetapi untuk Volvo S40 dibuat di Belgia bekerjasama dengan Mazda 3 (dibuat di Jepang) dan Ford Focus (dibuat dan dijual di Eropa)
5. Haier Cina, saat ini memproduksi compact refrigerators (1/3 pasar AS) dan wine cabinet refrigerator (1/2 pasar AS) di Carolina Selatan

ALASAN OPERASI BISNIS MENJADI INTERNASIONAL OPERASI

1. Menurunkan biaya (tenaga kerja, pajak, tarif, dll)
2. Meningkatkan rantai pasokan
3. Menyediakan barang dan jasa dengan lebih baik
4. Memahami pasar
5. Meningkatkan operasi
6. Menarik dan mempertahankan global talent

MENGEMBANGKAN MISI DAN STRATEGI OPERASI

- MISI: MERUPAKAN SUATU PERNYATAAN MENGENAI APA YANG MENJADI SASARAN PERUSAHAAN.

PERNYATAAN MISI PADA DASARNYA BERUSAHA MENJAWAB PERTANYAAN DASAR AL:

- APA BISNIS KITA ? AKAN BERADA DIMANA PADA 10 TAHUNYAD
- SIAPA PELANGGAN KITA?
- KOMPETENSI APA YANG DIMILIKI?

Contoh Misi

MERCK:

The mission of Merck is to provide society with superior products and services-innovations and solutions that improve the qualitative of life and satisfy customer needs-to provide employees with meaningful work and advancement opportunities and investors with a superior rate of return

HARD ROCK CAFE:

Our mission: to spread the spirit of Rock n' Roll by delivering an exceptional entertainment and dining experience. We are committed to being important, contributing member of our community and offering the Hard Rock family a fun, healthy, and nurturing work environment while ensuring our long-term success.

ARNOLD PALMER HOSPITAL:

Arnold Palmer Hospital for Children provides state of the art, family-centered healthcare focused in restoring the joy of childhood in an environment of compassion, healing and hope.

STRATEGI

- ➔ Adalah rencana aksi organisasi untuk mencapai misi.
- ➔ Setiap bidang fungsional memiliki strategi untuk mencapai misinya dan untuk membantu organisasi mencapai seluruh misinya.

Strategi yang umum digunakan perusahaan untuk mencapai MISI:

1. DIFFERENTIATION
2. COST LEADERSHIP
3. RESPONSE

Karenanya manajer operasi harus mampu menghasilkan barang dan jasa yang:

1. Lebih BAIK atau setidaknya BERBEDA
2. Lebih MURAH
3. Lebih RESPONSIF

DIFERENSIASI:

- Membedakan penawaran organisasi yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan
- Diferensiasi berhubungan dengan KEUNIKAN

COST LEADERSHIP:

Bersaing berdasarkan KEUNGGULAN BIAYA

COMPETING ON RESPONSE:

Sejumlah nilai yang terkait dengan kecepatan, fleksibilitas, dan kinerja yang andal

KEUNGGULAN BERSAING MELALUI OPERASI

KOMPETENSI INTI (CORE COMPETENCE) ⇒
KEKUATAN DAN KEUNIKAN SUMBERDAYA YANG
DIMILIKI PERUSAHAAN. HAL INI PERLU DIPERHATIKAN
MANAJEMEN PADA SAAT MEMFORMULASI STRATEGI.

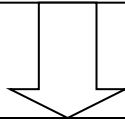
SUMBER KOMPETENSI INTI ANTARA LAIN:

- SUMBER DAYA MANUSIA (WORK FORCE)
- FASILITAS (FACILITIES)
- KEAHLIAN DARI SISI PASAR DAN KEUANGAN
- SISTEM DAN TEKNOLOGI

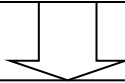
10 KEPUTUSAN STRATEGIS DALAM MANAJEMEN OPERASI

1. Desain barang dan jasa
2. Kualitas
3. Desain proses dan kapasitas
4. Pemilihan Lokasi
5. Desain Layout
6. Desain kerja dan SDM
7. Manajemen Rantai Pasokan (SCM)
8. Persediaan
9. Skeduling
10. Pemeliharaan

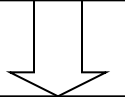
ANALISIS LINGKUNGAN
Mengidentifikasi tantangan, peluang, kelemahan, dan kekuatan (SWOT)Memahami lingkungan, pelanggan, industri dan pesaing



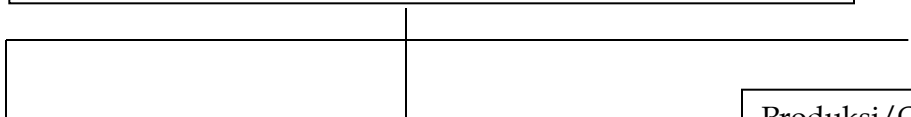
MENENTUKAN MISI PERUSAHAAN
Menyatakan latar belakang keberadaan perusahaan dan mengidentifikasi nilai yang diciptakannya



MEMBENTUK STRATEGI
Membangun keunggulan kompetitif seperti harga rendah, fleksibilitas, desain atau volume, mutu, pengiriman yang cepat, bisa diandalkan, layanan purna jual, lini produk yang luas



MENERAPKAN STRATEGI UTAMA DAN MEMBENTUK STRATEGI BIDANG FUNGSIONAL



PEMASARAN
Pelayanan
Distribusi
Promosi
Harga
Saluran Distribusi
Penentuan Posisi
Produk (citra, fungsi)

Keuangan/ Akuntansi
Leverage
Biaya Modal
Modal kerja
Piutang
Utang
Kontrol Keuangan
Jalur Kredit

Produksi/Operasi
Mutu
Produk
Proses
Lokasi
Sumberdaya manusia
Tata Letak
Persediaan
Pembekalan
Jadwal
Pemeliharaan

PILIHAN STRATEGI OPERASI GLOBAL

1. STRATEGI INTERNASIONAL (INTERNATIONAL STRATEGY)
2. STRATEGI MULTIDOMESTIK (MULTIDOMESTIC STRATEGY)
3. STRATEGI GLOBAL (GLOBAL STRATEGY)
4. STRATEGI TRANSNASIONAL (TRANSNATIONAL STRATEGY)