

LOGO



**Daya saing, strategi,
dan Produktifitas**



Daya Saing

❖ **Firman Allah SWT artinya :**

"Sesungguhnya kehidupan dunia hanyalah permainan dan senda gurau. Dan jika kamu beriman serta bertakwa, Allah akan memberikan pahala kepadamu dan Dia tidak akan meminta harta-hartamu." (Surah Muhammad ayat 36)

Daya Saing

Nama Permainan :



Lapangan :



Daya Saing

Selama Permainan Berlangsung



PROFIT



GAGAL

Komponen yg Berpengaruh

Fungsi

Pemasaran

survey konsumen,
iklan, promosi,
penentuan harga
dll

Fungsi Operasi

desain
produk/jasa, biaya
produksi, lokasi,
kualitas, dll

Daya Saing

Konsep Kunci Mendapatkan Daya Saing Tinggi

Pemasaran

Mengetahui harapan dan keinginan pelanggan (respon yang cepat thdp perubahan selera pelanggan)

Operasi

Menjalankan sistem terbaik (efektif, efisien dan kualitas) untuk memenuhi selera pelanggan

Produk yang update dan sesuai selera pasar

Meningkatkan omzet penjualan dan profit



Sumber Kegagalan yg hrs dihindari

- ❖ Mengabaikan strategi operasi
- ❖ Gagal dalam memanfaatkan potensi dan peluang serta menghindari ancaman kompetitif
- ❖ Gagal dalam membangun komunikasi dan kerjasama internal yang baik
- ❖ Gagal mengenali dan merespon keinginan dan harapan pelanggan
- ❖ Mengabaikan investasi pada modal dan SDM
- ❖ Kurang memperhatikan desain dan perbaikan proses operasi



MISI, STRATEGI, DAN TAKTIK

Mengembangkan Misi dan Strategi

Misi menerangkan akan ke mana arah tujuan perusahaan/organisasi

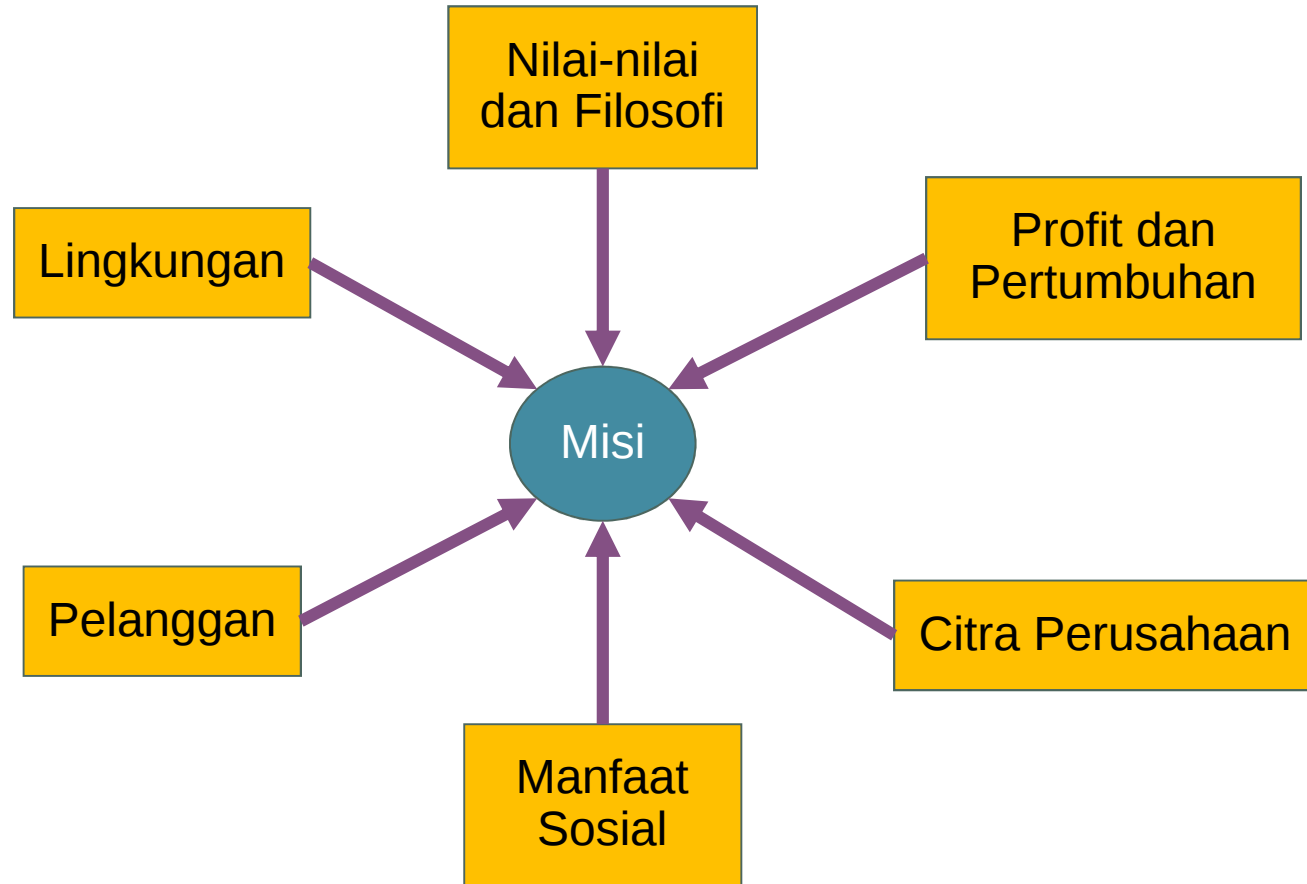
Strategi menerangkan bagaimana caranya untuk mencapainya

Misi

- ☑ ***Misi – Anda mau kemana?***
 - ☑ ***Tujuan akan keberadaan organisasi?***
 - ☑ ***Jawaban dari “Apa yang kita sajikan untuk masyarakat?”***
 - ☑ ***Batasan-batasan dan fokus organisasi***



Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Misi



Contoh Misi

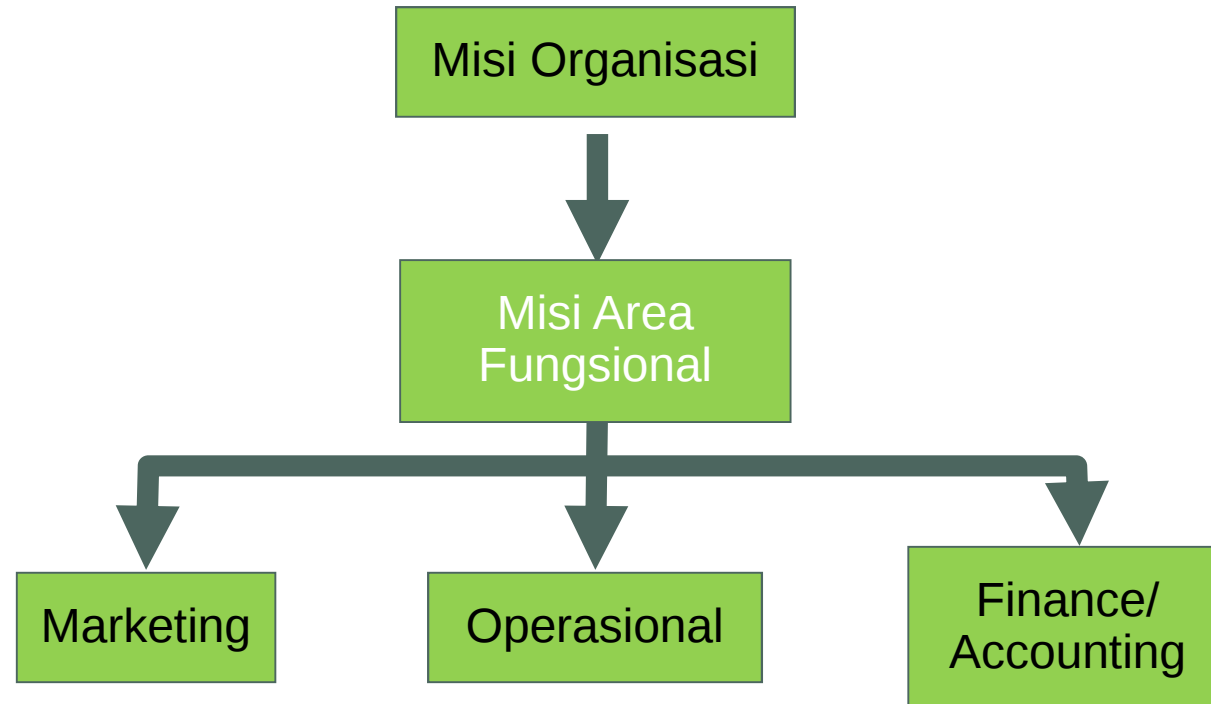
Contoh Misi Perusahaan

Untuk memproduksi dan layanan bisnis komunikasi microwave di seluruh dunia yang inovatif, tumbuh, dan menguntungkan yang melebihi harapan pelanggan kami.

Contoh Misi Manajemen Operasional

Untuk menghasilkan produk yang konsisten dengan misi perusahaan sebagai low-cost produsen dunia.

Proses Strategi



Strategi

- ❑ *Rencana untuk mencapai misi*
- ❑ *Area fungsional menyusun strategi*
- ❑ *Strategi memanfaatkan peluang dan kekuatan, menetralsir ancaman, dan menghindari kelemahan*



Strategi Untuk Mencapai Keuntungan Kompetitif

- ❑ **Diferensiasi – lebih baik, atau memiliki fitur pembeda**
- ❑ **Menjadi leader pada biaya operasi yang murah**
- ❑ **Respon lebih cepat**

Bersaing Pada Aspek Diferensiasi

Keunikan baik berupa karakteristik fisik maupun atribut layanan untuk mencakup segala sesuatu yang berdampak pada persepsi pelanggan

Hard Rock Cafe – pengalaman bersantap

Bersaing Pada Aspek Biaya

Memberikan nilai maksimum seperti yang dirasakan oleh pelanggan. Tidak berarti kualitas rendah.

- ☐ Southwest Airlines - bandara sekunder, tanpa embel-embel layanan, pemanfaatan peralatan yang efisien.
- ☐ Wal-Mart - overhead kecil, biaya distribusi rendah.
- ☐ Franz Colruyt – tidak menyediakan tas, cahaya rendah, tidak ada musik, freezer dengan pintu

Bersaing Pada Aspek Respon

- ❑ **Fleksibilitas menyesuaikan perubahan pasar pada aspek desain, inovasi dan jumlah produksi**
- ❑ **Reliabilitas : skedul tepat waktu, handal**
- ❑ **Timeliness : cepat dalam hal desain, produksi dan pengiriman**

10 Keputusan Strategis dalam Manajemen Operasional

1. *Desain barang dan jasa*
2. *Kualitas*
3. *Desain proses dan kapasitas produksi*
4. *Memilih lokasi*
5. *Desain layout*
6. *Desain kerja dan sdm*
7. *Manajemen rantai pasokan*
8. *Persediaan*
9. *Skeduling*
10. *Pemeliharaan*

LOGO



Thank You !

