



BUKU AJAR

MANAJEMEN PRODUKSI

Syakia Muflihat, S.T., M.T., CSCA



Editor: Siti Ruqaiyah Baharuddin, S.T., M.T

BUKU AJAR
MANAJEMEN PRODUKSI

Syakia Muflihat, S.T.,M.T.,CSCA



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

- Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
- Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**BUKU AJAR
MANAJEMEN PRODUKSI**

Penulis:
Syakia Muflihat, S.T., M.T., CSCA

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Siti Ruqaiyah Baharuddin, S.T., M.T

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
vii, 102, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-634-262-225-4

Cetakan Pertama:
Juli 2026

Hak Cipta 2026, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2026 by Tahta Media Group
All Right Reserved

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP

Perumahan Mitra Utama Residence 3 Blok A no 1, Sawahan, Tempel,
Kec. Gatak, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57557

email: tahtaliterasimedia@gmail.com

website: <http://store.tahtamedia.co.id/>

Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, buku ajar *Manajemen Produksi* ini dapat diselesaikan dengan baik.

Manajemen produksi merupakan bidang yang penting dalam proses pembelajaran di perguruan tinggi karena membekali mahasiswa dengan pemahaman mengenai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian proses produksi. Penguasaan materi ini menjadi dasar bagi mahasiswa untuk memahami bagaimana sumber daya dikelola secara efektif dan efisien guna menghasilkan produk atau jasa yang bernilai tambah.

Sebagai bagian dari pengembangan pembelajaran di bidang manajemen operasi, saya menilai buku ajar ini telah disusun secara sistematis dan relevan dengan kebutuhan akademik. Materi yang dibahas mencakup konsep dasar manajemen produksi, perencanaan dan pengendalian produksi, pengelolaan persediaan, tata letak fasilitas, produktivitas, serta pengendalian mutu. Penyajian yang terstruktur diharapkan dapat membantu mahasiswa memahami keterkaitan antar konsep sekaligus mendorong kemampuan analitis dalam memecahkan persoalan nyata di bidang produksi.

Kehadiran buku ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa, dosen, maupun pembaca lainnya dalam mendukung proses pembelajaran serta pengembangan ilmu manajemen produksi.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, buku ajar *Manajemen Produksi* ini dapat diselesaikan dengan baik.

Buku ini disusun sebagai bahan ajar yang memberikan pemahaman dasar mengenai konsep, prinsip, dan penerapan manajemen produksi. Materi yang dibahas mencakup konsep dasar manajemen produksi, perencanaan dan pengendalian produksi, pengelolaan persediaan, tata letak fasilitas, dan produktivitas. Penyajian materi diupayakan secara sistematis agar memudahkan pembaca memahami keterkaitan antara konsep teoritis dengan penerapannya dalam kegiatan operasional.

Melalui buku ini, pembaca diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai pentingnya pengelolaan proses produksi yang efektif dan efisien dalam menciptakan nilai tambah bagi organisasi. Buku ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu sumber belajar yang mendukung proses pembelajaran, memperluas wawasan, serta menumbuhkan kemampuan analitis dalam menghadapi berbagai persoalan di bidang produksi.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada para pembaca yang telah meluangkan waktu untuk menggunakan buku ini sebagai bahan belajar dan referensi. Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan, sehingga saran dan masukan yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan pada masa yang akan datang. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan proses pembelajaran.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB 1 PEMAHAMAN MANAJEMEN PRODUKSI	1
A. Tujuan Pembelajaran.....	1
B. Pengertian Manajemen Produksi	1
C. Ruang Lingkup Manajemen Produksi	4
D. Fungsi Manajemen Produksi dalam Industri Otomotif.....	5
E. Rangkuman	7
F. Evaluasi / Soal Latihan.....	7
BAB 2 PERENCANAAN PRODUKSI	8
A. Tujuan Pembelajaran.....	8
B. Perencanaan Produk	8
C. Teknik Peramalan.....	14
D. Rangkuman	19
E. Evaluasi / Soal Latihan.....	20
BAB 3 PERENCANAAN FASILITAS.....	21
A. Tujuan Pembelajaran.....	21
B. Definisi Perencanaan Fasilitas	21
C. Lokasi Pabrik.....	23
D. Metode Penentuan Lokasi Pabrik	27
E. Tata Letak Pabrik.....	30
F. Rangkuman	40
G. Evaluasi / Soal Latihan.....	40
BAB 4 ANALISIS BIAYA.....	42
A. Tujuan Pembelajaran.....	42
B. Teori Biaya.....	42

C. Break Even Point.....	46
D. Rangkuman	51
E. Evaluasi / Soal Latihan.....	51
BAB 5 PERENCANAAN AGREGAT	53
A. Tujuan Pembelajaran.....	53
B. Perencanaan Agregat	53
C. Strategi Perencanaan Agregat.....	57
D. Rangkuman	63
E. Evaluasi / Soal Latihan.....	63
BAB 6 MANAJEMEN PENJADWALAN	66
A. Tujuan Pembelajaran.....	66
B. Penjadwalan Produksi	66
C. Penjadwalan Produksi Induk	67
D. <i>Rough Cut Capacity Planning</i>	73
E. Rangkuman	76
F. Evaluasi / Soal Latihan.....	77
BAB 7 MANAJEMEN PERSEDIAAN.....	79
A. Tujuan Pembelajaran.....	79
B. Lot Sizing	79
C. <i>Material Requirement Planning</i>	87
D. Rangkuman	98
E. Evaluasi / Soal Latihan.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
INDEKS.....	101
PROFIL PENULIS.....	102

BAB 1

PEMAHAMAN MANAJEMEN PRODUKSI

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Pada Bab ini mahasiswa diharapkan dapat:

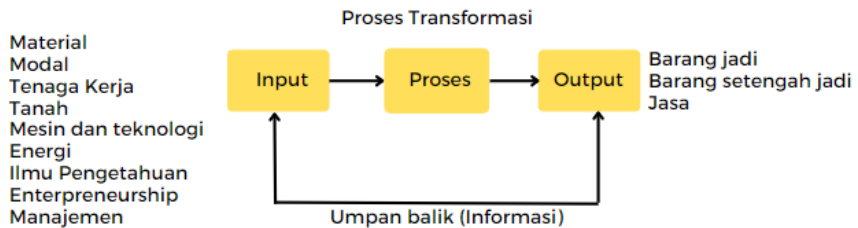
1. Mahasiswa menjelaskan pengertian manajemen produksi
2. Mahasiswa menjelaskan ruang lingkup manajemen produksi
3. Mahasiswa menjelaskan fungsi manajemen produksi

B. PENGERTIAN MANAJEMEN PRODUKSI

Manajemen berasal dari Bahasa Prancis kuno *management*, yang memiliki arti seni melakukan dan mengatur. (Griffin, Shaw and Stacey, 1998) mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai tujuan sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal dengan biaya seminimal mungkin.

Produksi adalah kegiatan merubah bahan baku, bahan pembantu, tenaga kerja menjadi suatu barang atau jasa yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan. Produksi juga untuk menghasilkan atau

menambah nilai suatu barang atau jasa sehingga memiliki kemampuan lebih untuk dapat digunakan (Heizer, Render and Munson, 2020). Kegiatan produksi merupakan bagian dari kegiatan organisasi yang melakukan proses transformasi dari masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*). Masukan berupa sumber daya yang diperlukan (misalnya material, modal, tenaga kerja, mesin atau peralatan) sedangkan keluaran berupa barang jadi, barang setengah jadi atau jasa. Proses ini biasanya dilengkapi dengan kegiatan umpan balik untuk memastikan bahwa keluaran yang diperoleh sesuai dengan yang diinginkan.



Gambar 1.1 Sistem Produksi

Keluaran atau output dari proses produksi adalah barang atau jasa. Barang dan jasa adalah 2 elemen kunci dalam manajemen produksi yang dikelola secara berbeda namun keduanya saling berhubungan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Barang dan jasa tentunya memiliki perbedaan karakteristik, yaitu:

Barang	Jasa
Berwujud, memiliki sifat tertentu	Tidak berwujud dan tidak memiliki fisik
Dapat disimpan	Tidak dapat disimpan
Proses produksinya banyak menggunakan mesin	Proses produksinya lebih banyak menggunakan factor manusia
Proses produksi dan konsumsi tidak berlangsung dalam waktu yang sama	Proses produksi dan konsumsi berlangsung di waktu yang sama
Kontak dengan konsumen rendah	Kontak dengan konsumen atau pengguna jasa tinggi
Kualitas produk objektif, karena ada ukuran-ukurannya	Kualitas produk bersifat subjektif, diantara pengguna jasa
Atribut, seperti harga, kemasan dll lebih jelas.	Atribut produk seringkali tidak jelas
Pasar lebih mudah diperluas.	Pasar sulit diperluas (lebih bersifat lokal)

Gambar 1.2 Karakteristik Barang dan Jasa

Tujuan utama dari manajemen produksi adalah menghasilkan produk atau jasa dengan kualitas dan kuantitas yang tepat dan biaya yang terjangkau. Menurut (Stevenson and Sum, 2014) tujuan lain dari manajemen produksi:

1. *Right Quality* yaitu produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas yang tepat tidak selalu berarti kualitas tertinggi atau kualitas terbaik. Kualitas dicerminkan dari biaya produk dan spesifikasi teknis yang sesuai dengan keinginan konsumen.
2. *Right quantity* yaitu perusahaan harus memproduksi dalam jumlah yang tepat. Jika perusahaan memproduksi lebih dari permintaan, maka modal akan tertahan dalam bentuk inventory di gudang dan jika kurang dari permintaan maka menyebabkan shortage atau kekurangan produk.
3. *Right time*, salah satu faktor terpenting adalah ketepatan dalam pengiriman. Ketepatan waktu ini mempengaruhi efektivitas dari departemen produksi. Oleh karena itu, departemen produksi harus memanfaatkan segala sumber daya untuk menciptakan efektivitas dan efisiensi produksi.

4. *Right manufacturing*, biaya manufaktur atau biaya produksi ditetapkan sebelum produksi dilakukan. Sehingga, segala aktivitas produksi harus menyesuaikan dengan biaya yang telah ditetapkan sebelumnya.

C. RUANG LINGKUP MANAJEMEN PRODUKSI

Ruang lingkup manajemen produksi antara satu perusahaan dan perusahaan lainnya bisa saja berbeda, namun secara garis besar hampir sama. Menurut (Stevenson and Sum, 2014) ruang lingkup manajemen produksi mencakup banyak kegiatan seperti desain produk, proses dan pemilihan teknologi, pemilihan lokasi fasilitas dan tata letak pabrik, penanganan material, perencanaan dan pengendalian produksi, pengendalian kualitas, peramalan, perencanaan kapasitas, penjadwalan, pengendalian persediaan. Aktivitas tersebut dapat digambarkan pada gambar dibawah.



Gambar 1.3 Ruang Lingkup Manajemen Produksi

D. FUNGSI MANAJEMEN PRODUKSI DALAM INDUSTRI OTOMOTIF

Fungsi manajemen produksi dalam setiap aktivitas usaha mulai dari perencanaan pengadaan barang untuk dijual termasuk penyusunan barang dalam etalase-etalase, aktivitas penjualan sampai pelaksanaan fungsi dengan cara mengevaluasi jenis barang apa yang laku setiap hari, setiap minggu sampai setiap bulan secara kuantitas. Ada banyak fungsi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli, dalam modul ini akan dibahas fungsi manajemen yang dikemukakan oleh (Stevenson and Sum, 2014) meliputi:

1. Perencanaan Produksi

Perencanaan adalah langkah pertama yang harus dilakukan sebelum memulai produksi. Perencanaan dibuat sebagai petunjuk agar produksi berjalan lancar. Dalam perencanaan produksi akan ditentukan apa yang akan diproduksi, kapan produksi dimulai, berapa banyak yang diproduksi dan bagaimana cara memproduksinya. Perencanaan yang baik membantu mengurangi biaya dan dapat memaksimalkan hasil produksi.

2. Pengorganisasian

Langkah selanjutnya setelah melakukan perencanaan adalah pengorganisasian sumber daya. Dalam fungsi ini, sumber daya yang digunakan baik itu manusia, mesin, material diatur agar berjalan sesuai rencana produksi yang telah dibuat. Pengorganisasian penting untuk mencegah adanya tumpang tindih pekerjaan, sehingga proses produksi bisa berjalan lebih efisien.

3. Pengawasan dan Pengendalian

Setelah proses produksi berjalan, pengawasan diperlukan untuk memantau dan mengendalikan jalannya produksi. Pengawasan ini memastikan semuanya sesuai dengan rencana, baik dari segi

kualitas, kuantitas, hingga waktu produksi. Pengendalian juga penting dalam mengatasi masalah yang tak terduga yang mungkin muncul selama produksi.

4. Evaluasi

Setelah produksi selesai, evaluasi perlu dilakukan untuk melihat apakah produksi telah berjalan dengan baik dan hal apa yang perlu ditingkatkan. Ini menjadi peluang untuk melakukan perbaikan berkelanjutan, baik dengan meningkatkan efisiensi mesin, mengurangi limbah atau meningkatkan keterampilan tenaga kerja. Fungsi ini membantu perusahaan tetap kompetitif di pasar yang terus berubah.

Contoh:

Berikut adalah contoh kegiatan produksi (*input-proseses-output*) dalam pembuatan velg kendaraan.



Gambar 1.4 Contoh kasus sistem produksi

E. RANGKUMAN

- Proses perencanaan, pengorganisasian, pengordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk menghasilkan barang dan jasa secara efektif dan efisien.
- Ruang lingkup manajemen produksi mencakup banyak kegiatan seperti desain produk, proses dan pemilihan teknologi, pemilihan lokasi fasilitas dan tata letak pabrik, penanganan material, perencanaan dan pengendalian produksi, pengendalian kualitas, peramalan, perencanaan kapasitas, penjadwalan, pengendalian persediaan.
- Fungsi manajemen produksi dalam setiap aktivitas usaha mulai dari perencanaan produksi, pengorganisasian sumber daya, pengawasan dan pengendalian dan evaluasi.

F. EVALUASI / SOAL LATIHAN

Gambarkan contoh sistem produksi (input-proses-output) pada bengkel perawatan kendaraan!

BAB 2

PERENCANAAN PRODUKSI

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Mahasiswa mampu membuat perencanaan dan pengembangan produk
2. Mahasiswa mampu meramalkan permintaan

B. PERENCANAAN PRODUK

Perencanaan produk adalah perencanaan tentang produk apa yang akan diproduksi, berapa jumlahnya dan bagaimana cara memproduksinya. Disamping itu, pertimbangan teknis lainnya yang perlu diperhatikan seperti misalnya mengenai desain dan bentuk produk, kegunaan produk, fungsi teknis produk, standar bahan yang digunakan, baik dalam kualitas maupun kuantitasnya dan lain sebagainya. Perencanaan produk juga terkait menentukan produk apa yang akan diproduksi, barang jadi, barang setengah jadi atau jasa. Tahapan perencanaan produk yaitu:

1. Identifikasi kebutuhan

Tahap pertama adalah melakukan riset pasar untuk mencari peluang dan kebutuhan pasar. Untuk mengetahui kebutuhan pasar dan peluang dilakukan dengan menentukan target pasar terlebih dahulu. Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar

yang luas menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik yang berbeda, sehingga perusahaan dapat menargetkan produk atau layanan secara efektif. Tujuan dari segmentasi pasar adalah untuk memahami kebutuhan konsumen yang berbeda dan menyesuaikan strategi pemasaran agar lebih relevan dengan setiap kelompok. Klasifikasi segmentasi pasar, yaitu:

- a. Demografis: Pembagian pasar berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, Pendidikan, pekerjaan, agama dan kelas sosial masyarakat.
Contoh: Produk kosmetik yang ditujukan khusus untuk perempuan dengan rentang usia tertentu.
- b. Psikografis: Pembagian pasar berdasarkan nilai – nilai, minat, sikap, kepribadian dan gaya hidup masyarakat.
Contoh: Produk olahraga yang dipasarkan untuk konsumen dengan gaya hidup aktif dan sehat.
- c. Geografis: Pembagian pasar berdasarkan wilayah geografis, negara, kota dan desa atau iklim.
Contoh: Produk pakaian musim dingin yang dipasarkan di negara – negara cuaca dingin.
- d. Etnis: Pembagian pasar berdasarkan suku, ras atau kelompok budaya yang berbeda. Contoh: Layanan perbankan Syariah yang dirancang untuk segmen etnis muslim yang mengikuti prinsip Syariah dalam mengelola keuangan, seperti larangan riba (bunga) dan kegiatan ekonomi yang tidak halal.
- e. Perilaku: Pembagian pasar berdasarkan perilaku konsumen terkait produk, seperti frekuensi penggunaan, loyalitas, manfaat yang dicari atau tingkat keterlibatan.

Setelah melakukan segmentasi pasar, perusahaan memilih satu atau beberapa segmen yang dianggap paling potensial untuk produk atau layanan yang ditawarkan. Target pasar ditentukan terlebih dahulu untuk menangkap masalah yang ada pada pasar tersebut. Ketika ada masalah maka kita dapat menawarkan solusi berupa barang atau jasa.

2. Sumber Ide Pengembangan Produk

Ada berbagai sumber atau ide yang bisa digunakan untuk pengembangan produk baru. Mengidentifikasi dan memanfaatkan sumber-sumber ini sangat penting untuk menciptakan produk yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Berikut adalah beberapa sumber utama ide pengembangan produk baru.

a. Sumber internal:

1) Bagian penelitian dan pengembangan

Perusahaan memiliki bagian penelitian dan pengembangan yang secara aktif bertugas untuk melakukan riset mengenai produk apa yang akan dibuat atau dikembangkan, mengeksplorasi bahan, teknologi atau proses baru untuk mengembangkan produk inovatif.

2) Konsultan pemasaran

Perusahaan dapat menyewa jasa konsultan pemasaran untuk memberikan pendapat mengenai kondisi pasar dan produk yang dibutuhkan konsumen.

3) Tenaga penjual (*sales*)

Tenaga penjual atau *sales* adalah orang yang paling banyak berinteraksi dengan konsumen sehingga sales tentunya paling mengetahui apa yang diinginkan konsumen dan apa yang dikeluhkan konsumen. Sales

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, J.S. (2001) *Principles of forecasting: a handbook for researchers and practitioners*. Springer.
- BNPB (2008) 'Pedoman Komando Tanggap Darurat Bencana Nomor 10 Tahun 2008', pp. 2--3.
- Griffin, D., Shaw, P. and Stacey, R. (1998) 'Speaking of complexity in management theory and practice', *Organization*, 5(3), pp. 315–339.
- Heizer, J., Render, B. and Munson, C. (2020) 'Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management Thirteenth Edition, Global Edition Chapter 1 Operations and Productivity'.
- Jacobs, F.R. *et al.* (2011) *Manufacturing planning and control for supply chain management*. McGraw-Hill New York.
- Kotler, P. *et al.* (2014) *Marketing management 14/e*. pearson.
- Stevenson, W.J. and Sum, C.C. (2014) *Operations management*. McGraw-Hill/Irwin New York, NY.

INDEKS

A
agregat planning, 58
analisis biaya, 58

B
bahan baku, 58
biaya produksi, 58
BOM, 58
break even point, 58

E
efektif, 58
efisien, 58
EOQ, 58

I
inventory, 58

K
kapasitas, 58

L
layout, 58
lot sizing, 58

M
MPS, 58
MRP, 58

P
pabrik, 58
pelanggan, 58
peramalan, 58
perencanaan, 58
persediaan, 58
peta proses operasi, 58
pola aliran, 58
produk, 58
Produksi, 58

R
RCCP, 58

S
sistem, 58

T
tata letak, 58

PROFIL PENULIS



Syakia Muflihat, S.T., M.T., CSCA

Penulis lahir di Bulukumba, 9 September 1996 Sulawesi Selatan. Penulis adalah dosen tetap pada Jurusan Pendidikan Teknik Otomotif, Universitas Negeri Makassar. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Teknik Industri di Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, kemudian melanjutkan S2 Teknik Industri di Universitas Hasanuddin, Makassar. Penulis memiliki sertifikasi sebagai analis dalam bidang supply chain, penulis juga cukup aktif menulis dengan melakukan penelitian dan publikasi ilmiah dalam bidang teknik industri.

Email: syakia.muflihat@unm.ac.id

BUKU AJAR

MANAJEMEN PRODUKSI

Buku ajar ini menyajikan rangkaian konsep dan praktik penting dalam manajemen produksi yang dirancang untuk memberikan pemahaman menyeluruh bagi pembaca utamanya mahasiswa untuk mendukung proses belajar mengajar. Dimulai dari **pemahaman manajemen produksi** untuk memberikan pemahaman tentang manajemen produksi. Bab **perencanaan produksi** membahas bagaimana inovasi, kebutuhan pasar, serta aspek teknis dan ekonomis menjadi fondasi utama dalam merancang produk yang kompetitif dan berkelanjutan. Proses desain tidak hanya mencakup estetika, tetapi juga fungsionalitas, efisiensi produksi, serta dampaknya terhadap lingkungan.

Selanjutnya, pembahasan berlanjut ke **perencanaan fasilitas**, dua aspek strategis yang memengaruhi efisiensi operasional jangka panjang. Lokasi yang tepat akan meminimalkan biaya logistik dan distribusi, serta memperkuat akses terhadap tenaga kerja dan bahan baku. Perencanaan fasilitas menekankan pentingnya tata letak pabrik yang optimal untuk mendukung aliran kerja yang efisien, mengurangi waktu tunggu, serta meningkatkan produktivitas dan keselamatan kerja.

Bab-bab berikutnya fokus **perencanaan agregat** dan **analisis biaya** untuk menentukan kapasitas produksi dan biayanya. Selanjutnya **manajemen persediaan**, **penjadwalan produksi** yang menjadi tulang punggung kelancaran operasional. Di sini dibahas berbagai metode dan pendekatan dalam mengelola persediaan agar tetap seimbang antara ketersediaan dan biaya penyimpanan. Penjadwalan produksi dibahas sebagai upaya menyelaraskan kapasitas dengan permintaan pasar.



IKAPI
INSTITUT KEMAHIRUAN
INDONESIA

CV. Tahta Media Group

Sukoharjo, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.co.id
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896 5427 3996



9

786342

622254