

Inovasi packaging pada industri manufaktur komponen otomotif studi kasus : PT. KLM

Hutasoit, Pandapotan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461143&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Setiap perusahaan dalam menjalankan operasi bisnisnya pasti selalu menginginkan agar sumber daya yang dimiliki bisa dipergunakan untuk memproduksi dengan cara yang paling efisien dan seefektif mungkin bisa memenuhi harapan pelanggan dan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan sendiri. Karena itulah maka perusahaan principal di Jepang menetapkan strategi pembagian produk berdasarkan potensi sumber daya dan kemampuan masing masing perusahaan di kawasan ASEAN, mengikuti kebijakan yang diambil oleh pelanggannya industri kendaraan bermotor.

Produk yang ditetapkan menjadi core bagi kawasan ASEAN yang diproduksi oleh pabrik Indonesia adalah Spark Plug, Compressor, Bus Air Conditioner, ISCV dan Radiator. Karena sudah memiliki Core product, maka aktifitas ekspor dan impor akan meningkat sejalan dengan adanya kebutuhan untuk saling melengkapi produk antar anggota grup di wilayah ASEAN.

Untuk memperoleh laba yang lebih tinggi secara finansial, manajemen perusahaan menetapkan kebijakan Cost reduction program yaitu menurunkan biaya dan meningkatkan efisiensi operasional pada semua aspek baik itu produksi ataupun non produksi dalam lingkungan perusahaan. Secara serentak se mua departemen melakukan analisis biaya berdasarkan aktifitas (Activities Based Cost), penghematan terutama dalam hal pemakaian fasilitas sehari-hari seperti energi listrik, air, gas, kertas, alat keselamatan kerja, alat kebersihan, pemakaian perkakas dan peralatan (consumable tools) pemakaian material (consumable material), atau menggabungkan dua proses atau lebih menjadi satu dan lain-lainnya.

Program tersebut dijalankan secara terns menerus dan membawa dampak yang baik bagi perusahaan. Sehingga p ada t ahun 2 001 ada s ebuah i de u ntuk m elakukan p enghematan biaya dari pemakaian Packaging.

Pada mulanya ide tersebut kurang diperhatikan karena dianggap akan menimbulkan masalah yang cukup serius hanya karena perusahaan tidak memiliki pengetahuan atau pengalaman yang cukup dalam hal Packaging. Tetapi karena yakin akan meperoleh manfaat maka ide tersebut dilaksanakan dengan cara yang belum pernah dilakukan oleh perusahaan ini sebelumnya.

Perusahaan mewujudkan ide ini menjadi sebuah inovasi packaging dengan cara:

1. Melibatkan kekuatan suplayer Packaging dan kedinamisan supply market-nya untuk menjadikannya sebagai bagian dari keunggulan daya saingnya.
2. Meyakinkan pihak yang menyangsikan kemampuan packaging dengan cara menguji berdasarkan literatur

dan mempresentasikannya secara nyata

3. Mejalin hubungan vertikal yang baik antara suplayer, perusahaan dan pelanggan dalam hal tukar menukar pengetahuan, informasi tentang proses yang terkait dalam masalah packaging ini agar bisa didapatkan hasil yang optimal.

Setelah lebih dari setahun ide ini bisa terwujud dan memberikan manfaat yang sangat besar bagi sup layer, perusahaan dan pelanggan yang terlibat dalam aktifitas ini.

Untuk masa ke depannya adalah mengembalikan posisi packaging ini pada porsinya karena packaging harus mendapatkan perhatian yang serius, karena ia merupakan elemen penting dalam Realization Processes bagi QS 9000 sebagai suatu sistim manajemen mutu untuk industri otomotif yang dibentuk oleh The Big Three, dan harus diterapkan oleh suplayer-suplayemya.

Perusahaan bisa melakukan perbaikan dengan segera melalui perbaikan struktur organisasi dan pembuatan job description yang lebih detail untuk setiap anggota fungsionalnya Langkah yang perlu diambil oleh perusahaan adalah untuk melanjutkan aktifitas inovasinya kepada aspek lingkungan seperti

1. Mengurangi pemakaian produk sumber daya alam yang kurang perlu (Reduce)
2. Memakai ulangpackaging yang sudah ada bilamana memungkinkan (Reuse)
3. Sedapat mungkin menggunakan material Packaging yang bisa didaur ulang (Recycle)