

ABSTRAK

PT. 'X' adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri perhiasan emas yang berlokasi di Surabaya. Departemen produksi Hollow PT. 'X' sebagaimana perusahaan lainnya tidak terlepas dari proses pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan banyak aspek/faktor di dalam prosesnya.

Departemen produksi perlu menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan, baik langsung maupun tidak langsung, beserta tingkat kepentingan (bobot) dan pengaruh hubungan antar faktor-faktor tersebut, sehingga dapat membantu perusahaan terutama dalam pengambilan keputusan di departemen produksi Hollow. Keputusan yang tepat melalui strategi-strategi yang digunakan perusahaan akan mempengaruhi kinerja dan keberhasilan perusahaan.

Data-data dan informasi yang diperoleh untuk menunjang analisis bobot faktor yaitu visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, *job description*, proses produksi dan prosedur kerja. Berdasarkan data dan informasi ini kemudian disusun hirarki faktor dan subfaktor yang mempengaruhi kinerja departemen produksi. Dari hirarki tersebut ditentukan bobot *direct effect* (pengaruh secara langsung) oleh pengambil keputusan. Adapun tujuh faktor yang menyusun hirarki beserta bobot *direct effect*nya yaitu *financial* (15%), fasilitas produksi (10%), bahan baku (20%), tenaga kerja (10%), jadwal produksi (25%), *quality control* (15%) dan perancangan model baru (5%).

Bobot *direct effect* yang umumnya dijadikan dasar dalam menentukan kebijakan departemen produksi sebenarnya tidak menggambarkan besar realita pengaruh dari setiap faktor, sehingga perlu untuk menentukan *bobot combine effect* (pengaruh gabungan). *Combine effect* ditentukan berdasarkan hirarki faktor dan subfaktor, bobot *direct effect* dan pengaruh hubungan antar faktor. Bobot *combine effect* ini menggambarkan pengaruh sebenarnya dalam suatu keputusan manajemen. Adapun hasil *combine effect* adalah *financial* (15.19%), fasilitas produksi (12.97%), bahan baku (21.84%), tenaga kerja (11.18%), jadwal produksi (20.69%), *quality control* (12.94%) dan perancangan model baru (5.22%). Gap terbesar antara *direct effect* dan *combine effect* terhadap *direct effect* terdapat pada faktor fasilitas produksi (29.6920%), jadwal produksi (17.2468%), *quality control* (13.7169%) dan tenaga kerja (11.8000%).

Dari hasil *combine effect* tersebut dilakukan analisis SWOT terhadap enam faktor dominan yang akhirnya dihasilkan beberapa usulan strategi perbaikan yang dapat diterapkan perusahaan. Strategi itu antara lain menjalin hubungan baik dengan pelanggan, mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan, memilih dan menjalin kerja sama dengan beberapa supplier, meningkatkan pangsa pasar dan mencapai tingkat penjualan yang ditargetkan, meningkatkan kualitas produk dan mengurangi cacat tiap proses, meningkatkan efektivitas jadwal produksi, memperbaiki dan meningkatkan sistem informasi, meningkatkan teknologi mesin dan peralatan yang digunakan, menjadwalkan dan meningkatkan pemeliharaan mesin dan peralatan, meningkatkan ketrampilan karyawan, dan meningkatkan loyalitas, motivasi dan meminimalkan *turn over* karyawan.