

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki potensi besar terutama pada sektor perikanan. Udang merupakan salah satu komoditas perikanan di Indonesia yang menjadi andalan dalam komoditas ekspor. Udang yang dipelihara oleh petambak memiliki beberapa jenis diantaranya udang windu, udang *vaname*, udang api-api, udang putih dan udang galah. Budidaya udang yang dikaitkan dengan pasar ekspor Indonesia adalah udang windu dan udang *vaname*, sedangkan jenis udang lainnya digunakan untuk keperluan pasar dalam negeri (Kementerian Perdagangan, 2013).

Salah satu indikator penguatan daya saing produk perikanan dan kelautan Indonesia adalah meningkatnya nilai ekspor pada tahun 2019. Data nilai dan volume ekspor produk perikanan dan kelautan pada tahun 2019 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai dan volume ekspor hasil perikanan dan kelautan 2019.

Komoditi	Nilai (USD Juta)	Volume (Ribuan Ton)
Udang	770.94	94.42
Tuna	366.43	83.5
Cumi-cumi	249.81	64.31
Rajungan-Kepiting	201.81	13.32
Rumput laut	139.03	89.53
Total	1728.02	345.08

Keterangan: BPS diolah Kementerian Kelautan dan Perikanan RI, 2019

Berdasarkan data hasil rekapitulasi Badan Pusat Statistik pada tahun 2019 periode Januari – Juni menunjukkan bahwa komoditas yang unggul pada dalam ekspor produk perikanan dan kelautan adalah udang. Nilai ekspor udang menyumbang devisa sebesar USD 770 juta atau 44.61 % dari total nilai ekspor, sedangkan pada sisi volume udang menyumbang 27.36 % dari keseluruhan volume komoditas yang diekspor. Pasar utama produk udang yaitu USA, Tiongkok, Jepang, dan Eropa.

Udang dikenal sebagai sumber makanan yang memiliki kandungan protein dan memiliki kadar air tinggi, udang termasuk kedalam komoditi yang mudah rusak atau

busuk (*perishable food*) dan mudah untuk terkena bakteri sehingga udang cepat mengalami pembusukan. Kebutuhan pasar dunia yang mengharapkan udang dalam bentuk segar dan memenuhi standar mutu ekspor. Oleh karena itu, sebagian besar perusahaan di Indonesia mengekspor udang dalam bentuk dibekukan.

PT Centralpertiwi Bahari adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *aquaculture* yang menghasilkan produk berupa udang segar, udang beku, maupun udang olahan. Perusahaan tersebut terletak di Desa Bratasena Kecamatan Adiwarna Kabupaten Tulang Bawang. Pengolahan udang di PT Centralpertiwi Bahari telah mencapai pasar internasional dengan berbagai macam *brand* dan tipe produk sehingga pengolahan produk yang dilakukan dalam skala besar untuk tujuan ekspor. Perusahaan melakukan proses produksi berdasarkan jumlah dan jenis produk yang diminta oleh negara tujuan (*buyer*) atau *make to order*. Jumlah tingkat produksi beberapa jenis produk udang di PT Centralpertiwi Bahari dalam satu kali produksi selama Bulan April dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tingkat Produksi Udang di PT Centralpertiwi Bahari

No	Jenis Produk	Jumlah Produksi (kg)
1.	824	45.097
2.	958	3.373
3.	518	4.700
4.	592	9.190
5.	567	28.408

Tabel 2 menunjukkan bahwa produk udang 824 di Bulan April 2021 memiliki tingkat produksi paling tinggi, serta produk tersebut merupakan salah satu jenis produk yang diproduksi secara *continue* (terus-menerus). Produk 824 merupakan produk udang yang memiliki *brand Kirkland* dengan *buyer IFC Seafood*, diekspor ke Negara USA dan tipe produk PND (*Peeled and deveined*).

Standar mutu merupakan salah satu faktor penting untuk menghasilkan suatu produk berkualitas yang sesuai dengan permintaan negara tujuan (*buyer*) dan menjadi penentu dalam pendistribusian produk. Standar berfungsi untuk membantu menghubungkan antara kepentingan *buyer* dengan kepentingan pelaku usaha atau

produsen, karena dengan cara menerapkan standar terhadap suatu produk yang tepat dapat memenuhi kepentingan dari kedua belah pihak (Resnia, 2015). Permintaan negara ekspor terhadap produk 824 dengan berbagai standar kriteria produk dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kriteria produk udang 824

Kriteria	Keterangan
Standar bahan baku	Udang <i>vaname</i>
Size udang	50-70
Penggunaan <i>treatment</i>	3% garam (direndam 30 menit)
Kupas belah	Dibelah 2-5 segmen
Warna	Minimal 22
Daging terpotong ( <i>Hanging meat</i> )	$\leq \frac{1}{2}$ segmen

Tabel 3 merupakan standar produk ekspor Negara USA yang digunakan sebagai acuan proses produksi dalam memenuhi permintaan *buyer*. Permintaan oleh pelanggan yang terjadi secara *fluktuatif* menjadi salah satu persoalan yang harus dihadapi oleh PT Centralpertiwi Bahari dalam mempertahankan kualitas produk. Apabila produk yang akan diekspor tidak sesuai dengan permintaan maka produk tidak dapat didistribusikan atau produk tersebut tidak akan terjual. Persoalan ini dapat menyebabkan perusahaan mengalami kerugian diantaranya waktu, biaya dan tenaga.

Proses produksi tergantung pada kebijakan perusahaan dalam mengatur karyawan dari awal proses produksi hingga produk akhir (*finish product*). Kualitas produk dan proses produksi memiliki peranan penting dalam proses pemenuhan permintaan *buyer* terhadap produk 824. Oleh sebab itu, perusahaan akan berusaha melakukan pengendalian kualitas dengan melakukan pengawasan secara intensif terhadap bahan baku, proses produksi dan produk akhir dalam menjamin kualitas produk. Pengendalian kualitas dilakukan agar dapat menekan jumlah produk yang tidak sesuai, menjaga agar produk akhir yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas perusahaan dan menghindari lolosnya produk yang tidak sesuai ke tangan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil judul Tugas Akhir yaitu “Pengendalian Proses Produksi dalam Memenuhi Kualitas Ekspor Produk Udang 824 di PT Centralpertiwi Bahari”

## **1.2 Tujuan**

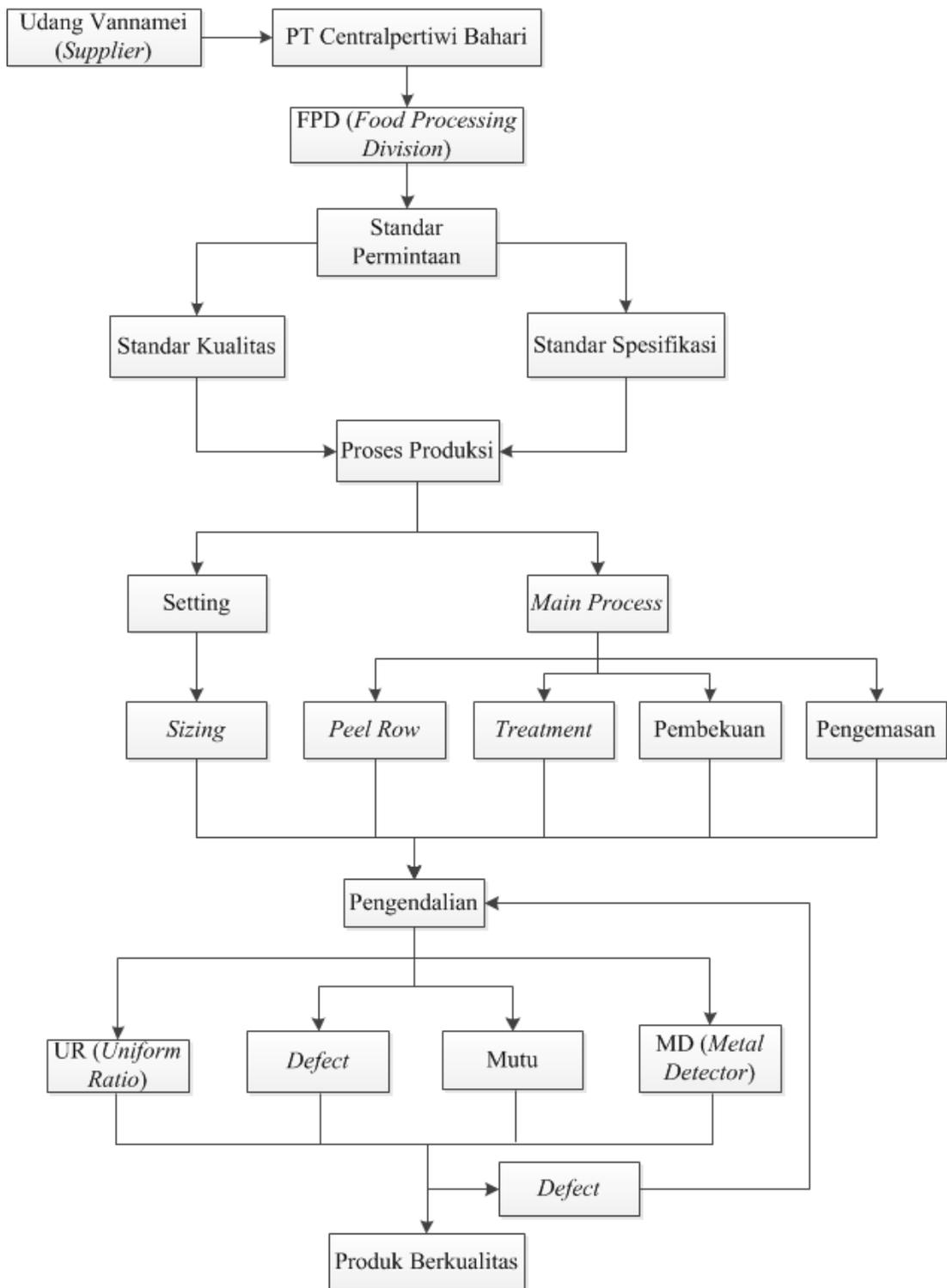
Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah:

1. Menjelaskan standar kualitas ekspor produk udang 824
2. Menganalisis pengendalian proses produksi produk udang 824

## **1.3 Kerangka Pemikiran**

Kegiatan proses produksi PT Centralpertiwi Bahari menerapkan sistem BRC Global (*British Retail Consortium Global Standard for Food Safety*) dan HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*), hal ini dilakukan agar menghasilkan produk yang memiliki mutu dan kualitas yang baik, serta untuk menjamin keamanan produk. Selain menerapkan sistem BRC dan HACCP, perusahaan juga melakukan pengendalian proses produksi. Pengendalian proses produksi dilakukan agar dapat menghasilkan produk akhir yang berkualitas dan permintaan negara tujuan (*buyer*) dapat terpenuhi. Pengendalian proses produksi merupakan rangkaian prosedur yang diarahkan pada semua elemen dalam proses produksi, diantaranya bahan baku udang (*raw material*), karyawan, standar kualitas produksi, dan proses produksi.

Langkah awal yang dilakukan dalam pengendalian proses produksi ini adalah menguraikan proses produksi dengan memperhatikan standar kualitas dan spesifikasi, serta menganalisis pengendalian proses produksi yang akan dilakukan apabila terdapat kecacatan pada produk (*defect*). Laporan ini hanya mengkaji kegiatan yang dilakukan pada bagian *Processing*. Kerangka pemikiran pengendalian proses produksi udang 824 dalam memenuhi permintaan negara tujuan (*buyer*) di PT Centralpertiwi Bahari disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran

#### **1.4 Kontribusi**

Laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Politeknik Negeri Lampung

Laporan Tugas Akhir ini sebagai bahan referensi pada mata kuliah yang berhubungan.

2. PT Cental Pertiwi Bahari

Laporan Tugas Akhir ini sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

3. Pembaca

Laporan Tugas Akhir ini sebagai tempat referensi dalam kegiatan praktik kerja lapang di tahun yang akan datang, khususnya mengenai pengendalian proses produksi dalam memenuhi kualitas.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Udang *Vaname* dan Klasifikasi

Udang putih *vaname* (*Litopenaeus vannamei*) merupakan salah satu jenis udang yang memiliki pertumbuhan cepat dan nafsu makan yang tinggi, ukuran udang yang dihasilkan pada saat dewasa lebih kecil dibandingkan dengan udang windu (*Penaeus monodon*). Habitat aslinya di perairan samudera pasifik, tetapi udang spesies ini dapat di budidayakan dengan baik di Indonesia (Sukadi, 2004).

Secara garis besar morfologi udang *vaname* (*Litopenaeus vannamei*) terdiri dari dua bagian utama yaitu kepala (*cephalothorax*) dan perut (*abdomen*). Pada bagian kepala udang *vaname* (*Litopenaeus vannamei*) dibungkus oleh lapisan kitin yang dapat berfungsi sebagai pelindung, terdiri 10 dari *antennulae*, *antenna*, *mandibula*, dan dua pasang *maxillae*. Kepala udang *vaname* (*Litopenaeus vannamei*) juga dilengkapi dengan tiga pasang *maxiliped* dan lima pasang kaki jalan (*peripoda*) atau kaki sepuluh (*decapoda*) (Nadhif, 2016).

### 2.2 Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk merupakan serangkaian proses yang mengungkapkan detail-detail yang tepat dan terukur mengenai apa yang harus dilakukan produk. Spesifikasi merupakan pernyataan beberapa hal yang memberitahukan bagaimana memenuhi kebutuhan pelanggan dan menampilkan pernyataan tentang hal yang harus dilakukan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Spesifikasi produk menjelaskan tentang hal-hal yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk pembuatan sebuah produk. Spesifikasi terdiri dari metrik dan nilai metrik. Metrik dan nilai bersama-sama membentuk spesifikasi. Spesifikasi produk adalah kumpulan dari spesifikasi-spesifikasi individual (Ulrich dkk, 2001).

Spesifikasi didefinisikan sebagai uraian yang terperinci mengenai persyaratan kinerja (*performance*) barang dan jasa atau uraian yang terperinci mengenai persyaratan kualitas material dan pekerjaan yang diberikan penyedia (*conformance*) barang dan jasa. Uraian spesifikasi untuk dapat memenuhi 5 W + 1 H yaitu: *What*

mengandung unsur kualitas dan kuantitas barang dan jasa, *when* waktu untuk proses produksi dan pengiriman suatu barang, *where* mengandung unsur lokasi, *who* menyangkut target kelompok penyedia yang dapat mengadakan barang dan jasa, *why* mewakili keterikatan barang/jasa dengan sasaran kegiatan, *how* menunjukkan cara yang tepat untuk menjamin *value* barang/jasa yang didapatkan. Terdapat dua jenis spesifikasi dalam pemenuhan untuk permintaan produksi yaitu:

a. Spesifikasi *performance*

Spesifikasi *performance* ditandai dengan penggunaan kriteria kinerja. Misalnya kebutuhan pendingin ruangan maka ditetapkan spesifikasi kinerja berupa suhu terendah ruangan 20°C dan suhu tertinggi pada kondisi kapasitas penuh 22°C, maka perusahaan akan memenuhi dengan adanya penyedia keahlian dalam menjamin kinerja yang dibutuhkan. Spesifikasi *performance* lebih dianjurkan karena memiliki kelebihan yaitu mudah disusun dan mampu menjamin tercapainya kebutuhan. Kriteria *performance* berorientasi pada kinerja tampilan fisik dari barang dan jasa.

b. Spesifikasi *conformance*

Spesifikasi *conformance* mudah dikenali melalui adanya kriteria detail. Ketentuan sesuai dengan kebutuhan yang diminta, spesifikasi tidak diperbolehkan mengandung unsur rekayasa yang menghalangi persaingan seperti mengarah kepada produk tertentu, kecuali untuk memenuhi komponen untuk perbaikan atau penggantian suatu barang yang mengalami kerusakan. Kelebihan spesifikasi *conformance* adalah mampu menjelaskan secara rinci persyaratan teknis dan fisik dalam dokumen pemilihan dan kontrak *customer* yang memiliki keahlian atau spesialisasi pada barang dan jasa yang diadakan, spesifikasi ini dapat mengendalikan resiko dan memastikan barang dan jasa yang didapat sesuai dengan yang diminta. Evaluasi teknis akan menjadi lebih mudah karena kriterianya rinci.

Kelemahan spesifikasi *conformance* terletak pada seberapa jauh penguasaan detail spesifikasi dari *customer*. Pengguna yang tidak ahli dalam barang dan jasa yang diadakan maka kontrol sepenuhnya ada pada penyedia. Tidak jarang spesifikasi yang disusun justru mengulang hal-hal yang sudah sangat dipahami oleh penyedia. Sering

terjadi spesifikasi yang digunakan adalah spesifikasi lama tanpa melakukan penyesuaian terkait lokasi dan waktu (Raqheelcaze, 2012).

### **2.3 Atribut Produk**

Kotler (1991) menyatakan bahwa setiap produk memiliki atribut produk yang memiliki wujud, misalnya mutu, ciri-ciri dan model. Semua atribut tersebut berbentuk dalam proses realisasi, konsep produk dan prototipe produk. Setelah perusahaan memperkenalkan produk ke pasar, maka perusahaan akan menyempurnakan atribut produk agar dapat diminati konsumen dan bertahan dalam menghadapi tantangan dalam setiap siklus hidup produk. Suatu perusahaan yang menginginkan hasil penjualan dengan keuntungan yang tinggi, maka mutu produk harus ditingkatkan. Berikut uraian mengenai permasalahan yang berhubungan dengan atribut produk:

#### **1. Mutu produk**

Proses pengembangan suatu produk yang mengharuskan sebuah perusahaan menetapkan mutu tertentu dalam produk karena hal tersebut dapat mempengaruhi penampilan ketika dipasarkan. Mutu merupakan satu cara pokok dalam penempatan produk dimata konsumen. Berdasarkan uraian tersebut yang dimaksud dengan mutu adalah kemampuan yang dapat dinilai dari suatu merek dalam menjalankan fungsinya, sehingga mutu merupakan gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan dan perbaikan dari segala atribut produk. Atribut produk dapat diukur secara subjektif, karena dari segi pemasaran mutu diukur dari pengelihatian dan persepsi konsumen terhadap mutu dari suatu produk. Mutu produk yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk memberikan harga jual yang tinggi untuk suatu produk.

Perusahaan harus mengambil keputusan tentang cara menangani kualitas produk dari waktu ke waktu. Terdapat tiga strategi dalam mengambil keputusan yaitu, strategi pertama dilakukan dengan cara menambah modal dan mengembangkan produk dengan tujuan agar dapat menghasilkan keuntungan yang lebih maksimal dan dapat menguasai pasar. Strategi kedua yaitu, mempertahankan kualitas produk yang ada, dan strategi

ketiga adalah penurunan kualitas produk bertujuan untuk mananggulangi naiknya biaya produksi.

## 2. Ciri-ciri produk

Ciri-ciri produk dalam ilmu pemasaran merupakan salah satu cara memenangkan persaingan karena hal ini merupakan alat untuk membedakan antara produk perusahaan dengan produk pesaing. Inovasi dalam menciptakan ciri baru dari suatu produk sangat diperlukan dalam perusahaan. Perusahaan yang memperkenalkan produk dengan ciri-ciri baru akan memiliki keunggulan dalam hal menarik minat konsumen dan strategi efektif dalam pemasaran karena membedakan dengan produk pesaing.

## 3. Gaya produk

Cara lain yang dapat membedakan suatu produk dengan pesaing adalah melalui gaya, corak, dan desain produk. Produk yang mempunyai gaya menarik tentunya akan mendapat perhatian lebih dari konsumen jika dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki gaya atau gaya produk lebih sederhana. Desain suatu produk merupakan karakter dari produk tersebut yang memiliki wujud serta nilai tambah.

## 2.4 Kualitas Produk

Produk merupakan inti dari sebuah kegiatan pemasaran karena produk merupakan *output* atau hasil dari suatu kegiatan atau aktivitas perusahaan yang dapat dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada dasarnya dalam membeli suatu produk, seorang konsumen tidak hanya membeli produk, akan tetapi konsumen juga membeli manfaat atau keunggulan yang dapat diperoleh dari produk tersebut. Suatu produk harus memiliki keunggulan tersendiri atau memiliki keunikan dari produk-produk yang lain, salah satunya dari segi kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas produk merupakan salah satu keunggulan yang harus dimiliki suatu perusahaan untuk menawarkan suatu produk karena kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen salah satunya terletak pada kualitas produk tersebut. Kualitas produk adalah sebuah totalitas dalam pemenuhan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan pelaku usaha memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diinginkan (Kotler dan Keller 2016).

Kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan keinginan seorang pembeli. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan (Kotler dan Armstrong, 2015).

Kualitas produk memiliki indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut Fandy Tjiptono (2016) kualitas produk memiliki delapan indikator sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. Fitur atau ciri-ciri tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Reliabilitas (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
6. Kemampuan melayani (*serviceability*) meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi serta penanganan keluhan secara memuaskan.
7. Estetika (*esthetics*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Kualitas makanan atau *food quality* adalah karakteristik kualitas dari suatu produk makanan yang diterima oleh konsumen seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Kualitas produk merupakan salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam menarik minat *customer* (Potter dan Hotchkiss 2012).

Dimensi pada kualitas produk terdapat beberapa tolak ukur untuk kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2012) sebagai berikut:

1. Bentuk (*form*)

Bentuk sebuah produk dapat meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.

2. Fitur (*feature*)

Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.

3. Penyesuaian (*Customization*)

Pemasar dapat mendiferensiasikan produk dengan menyesuaikan produk tersebut dengan keinginan konsumen.

4. Kualitas Kinerja (*Performance Quality*)

Tingkat karakteristik utama produk beroperasi. Kualitas menjadi dimensi yang semakin penting untuk pembedaan agar lebih menarik ketika perusahaan menerapkan sebuah model, nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan biaya yang relatif lebih rendah.

5. Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*)

Tingkat semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang telah diberikan oleh *customer* dan diterima oleh pihak perusahaan.

6. Ketahanan (*Durability*)

Merupakan ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.

7. Keandalan (*Reliability*)

Perkiraan untuk kemungkinan produk tidak akan mengalami kerusakan atau kegagalan dalam periode waktu tertentu.

8. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)

kemudahan untuk perbaikan produk ketika produk tersebut tidak sesuai atau gagal.

9. Gaya (*Style*)

Menggambarkan penampilan dan rasa produk yang ditujukan pada konsumen.

10. Desain (*Design*)

Desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

## 2.5 Pengendalian Proses Produksi

Setiap perusahaan dalam melaksanakan proses produksi menginginkan kegiatan yang dilakukan dapat berjalan lancar sesuai rencana dan memperoleh produk dengan kualitas yang baik, jumlah permintaan terpenuhi, tepat waktu dengan biaya yang efisien. Hal ini dapat diperoleh dengan adanya sistem produksi di perusahaan yang baik dan pengendalian proses produksi yang tepat. Proses produksi terdiri atas tahapan-tahapan yang berurutan, saling terkait dan masing-masing tahapan dapat mempengaruhi hasil akhir proses produksi dari produk yang diolah. Apabila adanya kendala pada salah satu tahap kegiatan dapat menghentikan proses produksi. Pengendalian proses produksi dapat menjamin proses produksi terlaksana sesuai rencana. Semua tahapan dalam proses produksi dilaksanakan mengikuti standar operasional prosedur, dan dilakukan tindakan korektif apabila terdapat kesalahan dalam kegiatan produksi.

Pengendalian produksi merupakan kegiatan pengendalian yang dilakukan untuk menjamin apa yang telah ditetapkan dalam rencana produksi dan operasi dapat terlaksana, dan bila terjadi penyimpangan dapat segera dikoreksi sehingga tidak mengganggu pencapaian target produksi dan operasi (Assauri 2008). Pengendalian proses produksi ini akan menyangkut beberapa masalah tentang perencanaan dan pengawasan dari proses produksi dalam suatu perusahaan. Produk apa dan berapa yang akan diproduksi pada suatu periode yang akan datang (Ahyari 2002).

Pengendalian proses produksi merupakan kegiatan untuk menjamin agar pelaksanaan proses produksi sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan terdapat tindakan perbaikan atau koreksi jika terjadinya ketidaksesuaian terhadap produk. Pengendalian proses produksi dilaksanakan sebelum proses, saat proses, dan setelah proses yaitu hingga hasil akhir produksi diketahui atau *output* produk. Oleh karena itu pengendalian proses produksi mempunyai peranan penting untuk dapat memastikan kelancaran, keefektifan dan keefisienan proses produksi pada perusahaan, sehingga produk yang diperoleh dari hasil produksi telah sesuai dengan yang direncanakan.

Tujuan pengendalian proses produksi adalah merencanakan dan mengendalikan aliran material ke dalam, dan keluar pabrik sehingga posisi keuntungan optimal yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai (Kusuma 2009).

Ahyari (2002) menyatakan di dalam pelaksanaan proses produksi terdapat unsur-unsur sistem pengendalian produksi. Unsur-unsur dalam sistem pengendalian produksi, yaitu sebagai berikut:

a. Pengendalian proses produksi

Pengendalian proses produksi merupakan perencanaan dan pengawasan dari proses produksi di perusahaan. Hal ini perlu diperhatikan dalam pengendalian proses produksi yaitu perencanaan proses produksi, penentuan urutan dalam proses produksi, evaluasi dan tindak lanjut dari pelaksanaan kegiatan produksi.

b. Pengendalian bahan baku

Bahan baku merupakan faktor yang sangat penting dalam perusahaan. Ketiadaan bahan baku dalam suatu perusahaan, akan berarti terhentinya proses produksi perusahaan. Oleh karena itu, tersedianya persediaan bahan baku untuk keperluan proses produksi merupakan suatu hal yang penting atau sangat diperlukan. Namun, apabila bahan baku terlalu besar jumlahnya akan menimbulkan adanya pemborosan pada perusahaan seperti membengkaknya biaya-biaya persediaan, meningkatnya biaya tenaga kerja, yang harus ditanggung oleh perusahaan.

c. Pengendalian tenaga kerja

Tenaga kerja langsung yang menangani pelaksanaan produksi dalam suatu perusahaan mempunyai peranan yang cukup penting dalam penentuan baik dan buruknya kualitas produk perusahaan. Pelaksanaan pengendalian tenaga kerja yang baik, dapat memperlancar kegiatan proses produksi berjalan dengan baik, produk yang dihasilkan sesuai rencana yang telah ditetapkan baik dari segi kuantitas maupun kualitas.

d. Pengendalian biaya produksi

Biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan dalam melaksanakan proses produksi perlu untuk direncanakan dan dikendalikan sebaik-baiknya. Tingginya biaya

produksi akan mengakibatkan sulitnya pemasaran. Oleh karena itu, biaya produksi perlu perencanaan dan pengendalian yang baik.

e. Pengendalian kualitas

Kualitas suatu produk mempunyai peranan yang cukup penting bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan usaha. Kegiatan pengolahan yang dilakukan tanpa memperhatikan kualitas hasil produksi, akan berakibat pada perusahaan. Semakin banyaknya produk serupa yang ditawarkan maka konsumen akan lebih kritis dalam membeli produk dan selalu mempertimbangkan kualitas produk.

f. Pemeliharaan

Penggunaan sarana dan fasilitas produksi secara terus-menerus, akan mengakibatkan timbulnya kerusakan pada peralatan yang digunakan untuk proses produksi, apabila tidak adanya pemeliharaan fasilitas yang memadai. Pemeliharaan yang baik dan teratur untuk sarana dan fasilitas produksi dalam perusahaan, akan dapat menunjang kelancaran pelaksanaan proses produksi.