

**ARTIKEL IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPERASIONAL PADA  
INDUSTRI MANUFAKTUR PT. JUBATUN AL – JAMIL  
DITUJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU TUGAS MATA KULIAH  
MANAJEMEN OPERASIONAL 1**

**DOSEN PENGAMPU : MIA KUSMIATI SE.,MM**



**DI SUSUN OLEH :**

**NAMA : MILA HASTUTI**

**NPM : 201100023**

**KELAS 4A MANAJEMEN REGULER A  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI ( STIE )  
YASA ANGGANA GARUT  
2022/ 2023**

# **Implementasi Manajemen Operasional pada Industri**

## **Manufaktur Mukena**

### **ABSTRAK**

PT. Jubatun Al-jamil berdiri sejak tahun 2022. perusahaan ini bergerak di bidang produksi mukena. Di zaman ini kebutuhan hidup sudah semakin meningkat. Kebutuhan sekunder sekarang sudah menjadi kebutuhan primer. Mengingat bahwa masyarakat Indonesia mayoritas adalah umat muslim, dalam hal ini PT. Jubatun Al-jamil menjual mukena dengan bahan rayon premium dengan brand “AVIMIA” bahan yang digunakan sangatlah lembut dan nyaman di gunakan saat beribadah. Mukena yang di produksi oleh PT. Jubatun Al-jamil memiliki nilai fashion yang sangat tinggi dengan kombinasi motif yang berbeda dan selaras antara atasan dan bawahan sehingga akan tetap terlihat cantik bagi penggunanya.

### **PENDAHULUAN**

Busana mukena adalah perlengkapan sholat perempuan muslim khas Indonesia ,sebenarnya dalam islam tidak ada kaidah terperinci perihal pakaian seperti apa yang seyogyanya digunakan untuk sholat yang ada hanyalah prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk sholat hendaknya menutup aurat dan bersih dari noda dan kotoran.

Mukena adalah komoditas budaya khas Indonesia konon merupakan hasil penyesuaian yang dilakukan oleh para wali zaman dahulu sesuai dengan prinsip dalam agama islam. Prinsip agama islam menerangkan bahwa seorang wanita muslimah harus berpakaian bersih, rapi,wajar,tidak berlebihan ,tidak menyerupai pakaian wanita kafir , tidak menyerupai laki-laki, kainnya harus tebal ,tidak diberi wewangian dan menutup aurat.

Dewasa ini mukena digunakan bukan sekedar penutup aurat wanita. Mukena dikenakan sebagai busana untuk mempercantik penampilan agar tampil modis dan menarik. Mukena semakin laris dijual di pusat-pusat pembelanjaan . Usaha mukena ini adalah salah satu usaha yang memiliki kemungkinan rugi sangat kecil karena mukena merupakan produk yang tidak mudah rusak dan tidak basi.

Segmen pasar dari usaha mukena cukup besar karena mayoritas penduduk Indonesia adalah islam. Seiring berkembangnya zaman motif warna dan model mukena juga semakin bervariasi, mulai dari mukena One piece(terusan) abaya dan Two pice.

Apabila dilihat dari segi konsumen maka konsumen tidak akan sibuk karena harus membuat terlebih dahulu, mukena yang akan digunakan nanti.Pembuatan mukena adalah symbol tradisional, sedangkan komodifikasi mukena adalah symbol modernitas

Praktis, dalam berbagai corak sangat beragam demikian pula dengan bahan yang dipakai sangat bervariasi mulai bahan katun, bahan sutra, samapai bahan parasit. Hali ini tergantung dari kenyamanan dari Kegiatan pembuatan mukena pada saat ini terutama yang menyangkut mukenayang pemekaian mukena tersebut sampai dengan penentuan harga jual ke konsumen.

## PENGEMBANGAN USAHA

Pengembangan usaha adalah ” Tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha “

### Strategi Dan Cara Pengembangan Usaha

Suatu usaha yang telah dikenal baik oleh banyak masyarakat dan menghasilkan laba disebut dengan usaha yang telah berkembang, usaha seperti itu yang ingin dicapai oleh semua pelaku usaha. Kita menyadari bahwa ketika kita telah berhasil dalam membangun/memulai suatu usaha baru, tantangan berikutnya adalah bagaimana strategi dan cara mengembangkan usaha yang kita miliki agar menghasilkan sesuatu sesuai dengan yang kita harapkan. Inti dan garis besar dari pengembangan usaha adalah pemasaran dan maksimalnya laba, ada beberapa hal yang bisa dilakukan dalam pemasaran dan pemaksimalan laba, berikut ini adalah strategi dan cara yang dapat kita lakukan dalam upaya untuk mengembangkan usaha :

- a. Strategi dan cara yang pertama ini adalah dengan melakukan pengolahan terhadap produk yang dimiliki, kita bisa melakukan inovasi terhadap produk agar berbeda dan terlihat lebih menarik dari produk yang lainnya, ataupun kita bisa melakukan perbaikan terhadap produk agar dapat bersaing dengan produk-produk lain. Inti dari strategi dan cara mengembangkan usaha yang pertama ini adalah produk yang kita miliki tidak boleh kalah dan harus bisa bersaing dengan produk lainnya
- b. Strategi dan cara yang kedua ini adalah melakukan pengembangan dengan melakukan promosi/iklan secara konsisten, jika kita mengenalkan produk kita secara terus-menerus atau konsisten alhasil para konsumen tidak akan mudah melupakan merk produk yang kita tawarkan, dan diharapkan produk kita dapat menjadi pertimbangan para konsumen.
- c. Strategi dan cara mengembangkan usaha yang ketiga adalah dengan memberikan harga yang terjangkau dan kompetitif, serta memberikan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen/pelanggan. Jangan memberikan harga yang terlalu mahal, jangan terlalu rakus. Kita hanya perlu memastikan bahwa kita tidak mengalami kerugian, dan berikanlah pelayanan semaksimal mungkin kepada para konsumen maupun pelanggan agar mereka dapat menilai langsung keunggulan kinerja kita.
- d. Strategi dan cara yang keempat adalah mencoba menjalin hubungan yang harmonis kepada para pihak internal maupun eksternal perusahaan. Pihak eksternal dapat meliputi para distributor, pemasok, ataupun para pelanggan, sedangkan pihak internal seperti para karyawan. Bisa kita bayangkan jika hubungan kita dengan mereka tidak harmonis, apa bisa urusan kita dapat berjalan lancar yang ujung-ujungnya menyangkut urusan usaha kita, saya rasa tidak
- e. Strategi dan cara mengembangkan usaha yang kelima adalah dengan berusaha keras, bersungguh-sungguh dan mau belajar. Ini yang harus kita lakukan jika ingin usaha yang telah kita rintis dengan susah payah dapat berkembang.

### Tingkat Komersial

Dalam contoh bentuk pengembangan usaha di tingkat komersial berarti berburu pelanggan baru di segmen pasar yang baru. Dengan demikian pekerjaan ini memerlukan individu yang secara psikologis kuat dan mampu menangani banyak masalah. Tingkat berikutnya dari pengembangan usaha komersial adalah saluran atau organisasi penjualan. Saluran atau organisasi penjualan dapat terdiri dari mitra dan agen seperti, distributor, pemegang lisensi, franchisee, atau cabang sendiri baik di nasional atau

internasional. Pengembangan usaha komersial adalah tingkat rantai nilai. Pada pengembangan rantai nilai tingkat usaha adalah tentang mengembangkan penawaran produk secara keseluruhan. Pengembangan usaha /bisnis di perusahaan–perusahaan teknologi yang telah mengembangkan platform yang harus diintegrasikan atau dikombinasikan dengan teknologi lain atau platform untuk membentuk seluruh produk. Seluruh produk umumnya terdiri dari beberapa teknologi untuk membuatnya menjadi hidup. Sebuah teknologi pada umumnya tidak dikembangkan oleh satu perusahaan tapi bersumber dari orang lain yang bertujuan untuk menghemat waktu dalam proses usaha .

### Tingkat Korporasi

Fokusnya adalah bukan pada produk maupun komersial tetapi pada korporasi tingkatan usaha. Dan pada intinya tingkat pengembangan usaha ini adalah tentang merger & akuisisi (M & A), usaha patungan (JV), saham langsung investasi (DEI) dan aliansi strategis. Ini berkaitan dengan analisa bisnis portofolio, keuangan perusahaan, hukum kontrak, hukum pajak, hukum sosial, anti kepercayaan hukum, manajemen perubahan , dan manajemen budaya Unsur – Unsur Dalam Mengembangkan Usaha. Adapun unsur – unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 yaitu : Unsur yang berasal dari dalam ( pihak internal ) :

- a) Adanya niat dari si pengusaha / wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
- b) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi , cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang / produk , dan lain – lain.
- c) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukkan dan pengeluaran produk .

Unsur dari pihak luar ( Pihak eksternal) :

- a) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
- b) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
- c) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik / kondusif untuk usaha

### Aspek – Aspek Yang Diperhatikan Dalam Mengembangkan Usaha

Pengembangan usaha terdiri dari beberapa aspek seperti aspek strategi , manajemen pemasaran, dan penjualan, seperti :

Aspek strategi contohnya :

- a) Meneliti jenis usaha baru dengan penekanan pada mengidentifikasi kesenjangan (yang ada dan / atau diharapkan) oleh konsumen .
- b) Menciptakan pasar baru
- c) Menciptakan produk baru dengan karakteristik yang menarik konsumen.

Aspek manajemen pemasaran contohnya :

- a) Menembus dan menguasai pangsa pasar .
- b) Mengolah situasi / peluang pasar yang ada dengan teliti.
- c) Memasarkan produk dengan jaringan yang luas seperti impor produk ke luar negeri.
- d) Membuat strategi pemasaran yang dapat membuat konsumen membeli produk kita , seperti memasang iklan , brosur, dan lain-lain

Aspek penjualan contohnya :

- a) Memberikan saran tentang perancangan dan menegakkan kebijakan penjualan dan proses tindak lanjut penjualan
- b) Banyak volume produk yang akan dijual.
- c) Tingkat keamanan dalam proses penjualan barang.
- d) Menjual produk dengan harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang baik.

## **PEMBAHASAN**

Adapun analisa masalahnya adalah

- a) Faktor kurangnya permodalan.

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UKM, karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

- b) Kesulitan dalam pemasaran produk .

Kesulitan memasarkan produk dapat berakibat berlebihnya penyimpanan produk di gudang atau over produk. Sehingga tidak ada pemasukkan bagi si pengusaha.

- c) Persaingan usaha yang semakin ketat .

Persaingan usaha yang semakin ketat mendesak para pengusaha bersaing dengan pengusaha lainnya , hal ini jika tidak diantisipasi maka pengusaha yang kalah bersaing akan mengalami gagal produk .

- d) Kesulitan bahan baku .

Kesulitan dalam bahan baku adalah faktor yang sangat vital dalam proses pengembangan usaha. Jika tidak ada bahan baku maka akan dipastikan perusahaan tidak bisa melakukan kegiatan usahanya.

- e) Kurangnya keahlian teknis dan tenaga ahli.

Adapun solusinya adalah

- Modal dapat diperoleh bukan hanya dari dalam tetapi bisa juga dari luar seperti dari pinjaman bank , hibah , dan sebagainya.
- Membuat saluran pemasaran yang luas seperti memasarkan barang tidak hanya di dalam negeri saja tetapi jika bisa diekspor ke luar negeri. Dengan begitu produk kita akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat .

- Menerapkan strategi usaha diantaranya seperti yang telah dibahas sebelumnya seperti menerapkan strategi penjualan contohnya membuat diversifikasi produk, menemukan produk baru dan sebagainya.
- Membuat lokasi usaha dengan mempertimbangkan mudahnya memperoleh suatu bahan baku untuk mengembangkan usaha atau dengan kata lain memilih lokasi yang strategis dalam usaha.
- Merekrut tenaga ahli dengan cara melakukan seleksi yang ketat kepada calon pelamar di perusahaan anda, dengan demikian anda bisa mendapatkan tenaga yang benar – benar ahli dibidangnya.

Target luaran dari kegiatan ini adalah berkembangnya sentra produksi mukenadi Kota Bandung. Adapun target luaran dari kegiatan baik melalui pelatihan, pendampingan, Fasilitas sebagai berikut :

a. Target Pelatihan dan pendampingan kreativitas dan Inovasi

- Mitra dapat menciptakan gagasan atau ide baru dan menemukan cara baru dalam menyikapi masalah dan memanfaatkan peluang usaha.
- Mitra dapat menerapkan dalam proses produksi berbagai ide kreatif baik dalam segi desain, bentuk yang kreatif sesuai dengan tuntutan konsumen (pasar) yang baru..

b. Target Pelatihan dan Pendampingan.pengelolaan atau Manajemen Usaha

(1). Dari aspek pasar dan pemasaran ditetapkan target bagi mitra sebagai berikut

- Mampu menetapkan strategi pemasaran
- Mampu menetapkan posisi produk.
- Mampu menetapkan promosi yang tepat.
- Mampu menetapkan harga jual.
- Mampu menetapkan target pasar dan pangsa pasar.

(2). Dari aspek Manajemen Produksi ditetapkan target mitra sebagai berikut:

- Mampu melaksanakan mekanisme dan mengendalikan pengadaan bahan baku/penolong/pembantu dan peralatan
- Mampu melaksanakan dan mengendalikan kegiatan produksi sesuai dengan kuantitas dan kualitas yang telah ditetapkan
- Mampu menggunakan dan mengendalikan teknologi dan peralatan yang ada

(3). Dari aspek manajemen dan organisasi ditetapkan target bagi mitra berikut:

- Mampu melaksanakan merancang perencanaan usaha

(4). Dari aspek sumber daya manusia ditetapkan target bagi mitra sebagai berikut:

- Mampu melaksanakan mengdeskripsikan atau spesifikasi pekerjaan
- Mampu melaksanakan peningkatan jiwa kewirausahaan

(5). Dari aspek Akuntansi dan Keuangan ditetapkan target bagi mitra sebagai berikut:

- Mampu menyusun dan memiliki laporan neraca, laba rugi, dan aliran kas
- Mampu memahami dan menggunakan analisis keuangan
- Mengetahui dan memahami sumber-sumber permodalan
- Mampu menyusun perencanaan penggunaan modal
- Mampu menggunakan modal investasi dan modal kerja
- Mampu memupuk permodalan

Metode pelatihan adalah menggunakan metode praktis sesuai masalah dan kebutuhan mitra, dengan metode atau materi yang diberikan adalah : pelatihan kreativitas, pelatihan pengelolaan manajemen usaha yang meliputi pelatihan manajemen pemasaran, pelatihan manajemen produksi, pelatihan manajemen organisasi, pelatihan manajemen Sumber daya manusia, pelatihan penyusunan laporan keuangan dan pelatihan manajemen keuangan.

## **PENUTUP**

### **KESIMPULAN**

PT. Jubatun Al-jamil berdiri sejak tahun 2022 yang memproduksi Mukena dengan brand “AMIVIA”. Mukena Amivia di produksi dengan bahan yang berkualitas yaitu kain rayon premium. memiliki nilai fashion yang sangat tinggi dengan kombinasi motif yang berbeda dan selaras antara atasan dan bawahan sehingga akan tetap terlihat cantik bagi penggunanya.

### **Referensi**

<https://www.google.com/amp/s/mediaini.com/bisnis/2021/02/16/36997/jajal-bisnis-mukena-untungnya-sepanjang-masa/>

<https://www.cekaja.com/info/peluang-bisnis-mukena-menjelang-ramadhan>

<https://www.idxchannel.com/economics/bunda-ternyata-potensi-bisnis-mukena-bisa-hasilkan-cuan-lho>

<https://store.sirclo.com/blog/tips-peluang-bisnis-mukena-jarang-diketahui/>

<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200919/263/1293958/peluang-bisnis-mukena-di-tengah-pandemi>

<https://potensibisnis.pikiran-rakyat.com/ekbis/pr-691832536/potensi-bisnis-peluang-jual-mukena-bisa-raih-omset-hingga-rp30-juta-saat-ramadhan>

<http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/JTA/article/view/3810>

<http://repository.untag-sby.ac.id/6929/1/PERANCANGAN%20ENTERPRISE%20ARCHITECTURE%20E-COMMERCE%20PADA%20PENJUALAN%20MUKENA%20DI%20CV.%20SULAMI%20COLLECT%20MENGUNAKAN%20METODE%20TOGAF%20ADM.pdf>

<http://www.journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/617>

<https://www.mamanggraphic.com/sukses-jualan-mukena/>



