

**ARTIKEL IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPERASIONAL PADA
INDUSTRI MANUFAKTUR PT.JUBATUN AL-JAMIL**

**DITUJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU TUGAS MATA KULIAH MANAJEMEN
OPERASIONAL 1**

DOSEN PENGAMPU : IBU MIA KUSMIATI SE,MM



DISUSUN OLEH:

AI RAISA

(201100047)

KELAS 4A MANAJEMEN REGULER A

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

YASA ANGGANA GARUT

2022/2023

PT. JUBATUN AL-JAMIL

AI RAISA

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)

“YASA ANGGANA “ Garut

E_mail :airaisa3550@gmail.com



❖ ABSTRAK

Pada tahun 2022 PT.jubatun al-jamil memperkenalkan mukena seiring dengan penyiaran Agama Islam di Jawa barat. Saat itu mukena digunakan untuk menutupi Bagian Tubuh Wanita di Negara indonesia yang hanya memakai kerudung awalnya jadi pakai mukena modern di zaman sekarang. Komodifikasi mukena terjadi setelah abad ke-20. Kondisi ini disebabkan oleh karakteristik mukena sebagai barang ekonomi, semakin banyak wanita muslimah yang menggunakan mukena dan meluasnya ideologi pasar sehingga seseorang merasa lebih nyaman membeli mukena dari pada membuatnya secara swadaya bikin sendiri.

Kondisi ini memberikan peluang bagi penjahit atau produsen untuk mengembangkan industri penjualan perlengkapan salat. Hal ini terkait pula dengan ideologi yang berlaku pada industri pembuat mukena, yakni ideologi pasar sehingga mereka melihat mukena sebagai sumber keuntungan. Posisi produsen lebih kuat daripada konsumen mukena karena produsen menguasai aneka modal, yaitu modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik secara bersinergi. Gejala ini tercermin pada semakin berkembangnya produk dan pasar mukena. Lalu PT. Jubatun Al-jamil berdiri sejak tahun 2022, dimana dibuat atau dirangkai dan desain oleh mahasiswa STIE yasa anggana Garut yang melakukan tugas praktek dari mata kuliah Manajemen Oprasional yang mendesain mukena telah jadi dibuat desain semenarik mungkin dan dijual yang harga beragam. 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”.

❖ PENDAHULUAN

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 prosuksi 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.

Mukena adalah busana perlengkapan shalat untuk perempuan muslim khas di Indonesia, sebenarnya dalam Islam tidak ada kaidah terperinci perihal pakaian seperti apa yang digunakannya untuk shalat, yang ada hanyalah prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk salat hendaknya menutupi aurat dan bersih dari noda atau kotoran.

Mukena adalah komoditas budaya khas di 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 menutupi aurat. Ketika itu cara berbusana Perempuan Indonesia adalah mengenakan kemben yang memperlihatkan dada bagian atas hingga kepala, untuk menyelaraskan dengan cara berpakaian yang diatur dalam Islam maka diciptakanlah mukena yang lugas untuk menutupi seluruh anggota badan kecuali wajah dan telapak tangan. Berdasarkan hal tersebut banyak kalangan ingin membuat usaha mukena. Usaha mukena mulai ramai berkembang di kalangan wanita muslimah. Mukena tersedia pula untuk anak-anak dengan berbagai model. Hal ini terjadi untuk memenuhi kebutuhan mukena yang meningkat secara signifikan terutama pada Bulan Ramadhan, menjelang Hari Raya Idulfitri dan Idulada.

❖ PEMBAHASAN

Target pelanggan Maqna Mukena adalah muslimah-muslimah seluruh indonesia, baik anak-anak, remaja putri, maupun ibu-ibu. Untuk itu, kami akan melakukan promosi melalui media sosial kepada para muslimah. Promosi menggunakan media sosial cukup efektif karena masyarakat banyak yang mencari barang yang ingin mereka beli dari internet, selain itu pengguna media sosial mayoritas adalah perempuan. 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”.

Visi dan misi:

Visi : Menjadi perusahaan fashion busana muslim khususnya mukena yang memiliki kredibilitas dari masa ke masa dengan ciri khas unik, serasi, harmoni, namun tetap trendy dan menjadi salah satu bagian dari trend mode fashion dunia. memberikan motivasi dan semangat kepada muslimah untuk tetap menjaga shalat.

Misi : Menciptakan karya-karya yang kreatif dan inovatif agar bisa bersaing dengan industri fashion nasional maupun internasional. Mengikuti ajang perlombaan ataupun pameran di bidang fashion sebagai salah satu bagian dari eksistensi perusahaan. Memberikan dan menjaga komitmen untuk berkembang dan maju bersama dengan mengutamakan kualitas dan pelayanan optimal.

Desain proses produksi: Merupakan proses menyusun stasiun kerja berdasarkan urutan operasi pembuatan produk menurut langkah-langkah standar dalam proses produksi sehingga menghasilkan nilai dan manfaat lebih.

Desain mukena AVIMIA: Untuk desain yang digunakan dalam memproduksi mukena avimia ini yaitu bersifat fleksibel mengikuti Trend pasar. Kain bermotif dan berbeda pilihan utama yang kami gunakan karena dengan motif-motif yang dimiliki setiap kain memiliki nilai fashion tersendiri dan menjadi acuan pertama dalam memproduksi mukena AVIMIA.

Input 7 M:

MAN (manusia)

Team produksi : 2 orang

Team desain : 2 orang

Team promosi : 2 orang

Money (uang)

Modal pertama yang digunakan oleh perusahaan yaitu sebesar Rp.20.000.000,

Machine (mesin)

Mesin yang digunakan untuk proses produksi mukena Avimia yaitu MESIN JAHIT.

Method (metode)

Metode atau cara yang digunakan oleh perusahaan adalah dengan cara menjahit.

Material (bahan baku)

Bahan yang digunakan oleh perusahaan yaitu : kain rayon, benang jahit, renda pakaian dan aksesoris untuk merek sedangkan alat yang digunakan yaitu jarum jahit dan benang.

Market

Target pasar, sasaran perusahaan kami yaitu kalangan middle dan media promosi yang kami gunakan yaitu platform online seperti IG, Shopee dan yang lainnya.

Minutes (menit)

Dalam 5 bulan perusahaan dapat memproduksi 100 pcs. Dan dalam 1 minggu perusahaan dapat memproduksi sebanyak 5 pcs.

Alur proses produksi:

- Tahap 1 Sesuai dengan fungsi manajemen dimana pada tahapan ini perusahaan mulai melakukan perencanaan yang akan dilakukan untuk produksi. Dalam hal ini perusahaan mengolah produk yang sudah jadi. Perencanaan yang telah disepakati yaitu menambahkan renda pada mukena dengan desain yang terbaru dari mukena Avimia.

- Di tahap ke 2 ini, manajer operasional memulai tugasnya yaitu mencari bahan-bahan yang akan di gunakan dan kebutuhan lain yang akan di perlukan untuk proses produksi mukena Avimia. Seperti renda pakaian, benang, penjahit dan yang lainnya.
- Pada tahap 3 manajer SDM melakukan tugasnya yaitu mencari sumber daya manusia yang dibutuhkan dan berkompten dalam menjahit untuk memproduksi mukena AVIMIA.
- Pada tahap ke 4 manajer pemasaran mulai merancang tugasnya yaitu merencanakan rencana dan strategi apa yang akan di pakai untuk melakukan promosi produk mukena AVIMIA agar setiap promosi yang dilakukan oleh perusahaan dapat menarik perhatian dan minat para konsumen untuk membeli produk perusahaan.
- Pada tahap ke 5 tugas manajer keuangan untuk mengatur dan mengawasi semua aspek dalam keuangan baik dari segi pengeluaran maupun pemasukan yang dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan dapat mengetahui seberapa besar keuntungan/kerugian yang di alami perusahaan.
- Tahap 6 merupakan tahap evaluasi dimana semua manajer dan SDM PT. JUBATUN AL-JAMIL melakukan meeting untuk mengevaluasi dari setiap bidang dalam perusahaan untuk perbaikan ke depannya.

Analisa Pemasaran Produk

Strategi pemasaran yang akan dilakukan adalah:

1) Strategi Harga

Strategi harga dilakukan berdasarkan harga pasar. Harga yang ditetapkan adalah dibawah harga pasar dengan tetap menjaga kualitas.

2) Strategi Promosi

Strategi promosi dilakukan dengan cara memasarkan melalui media sosial, grup chatting, dari mulut ke mulut, dll.

3) Strategi Bisnis

Strategi bisnis dilakukan dengan mempelajari pesaing untuk mengambil hal-hal yang baik dari mereka.

Analisis SWOT

1. Strenght

- Potensi pasar yang cukup besar dan menjanjikan
- Respon masyarakat yang positif
- Bahan baku yang mudah didapat
- Kualitas yang baik
- Harga lebih murah

Weakness

- Jumlah pesaing yang cukup banyak
- Ketidakpercayaan masyarakat akan kualitas yang ditawarkan

Opportunity

- Banyaknya konsumen
- Mudah nya melakukan promosi

Threats

- Timbul usaha sejenis yang lebih murah
- Jaringan usaha yang belum luas
- Naiknya harga bahan baku karena banyaknya permintaan

STRATEGI PEMASARAN

- PROCES (PROSES): Keunikan dari proses produksi mukena AMIVIA di mana produk yang dihasilkan di desain sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk yang unik dan tentunya memiliki nilai guna sehingga dapat menciptakan daya tarik tersendiri terhadap pasar. Mengontrol kualitas secara berkala dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat dan menjaga loyalitas konsumen.

- Fisik Evidenc (tampilan fisik): Mukena Amivia akan didesain sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk yang unik, bernilai guna, serta sesuai selera pasar. Produk akan didesain dengan berbagai model dan ukuran dengan memperhatikan faktor kenyamanan bahan yang digunakan. Dengan demikian akan tercipta sebuah produk mukena yang unik, modis, trendi, serta nyaman dipakai.
- PRODUCT (produk): Mukena Avimia memberikan ciri khas terhadap produk. Kualitas produk menjadi kunci utama produk dalam membidik target pasar. Produk memiliki beberapa jenis model sesuai dengan pangsa pasar.
- Price (Harga): Produk memiliki berbagai macam harga sesuai dengan model dan ukuran dengan tujuan agar tepat dalam membidik target pasar yang sesuai. Kisaran harga produk adalah Rp 250.000,00 – Rp. 350.000,00.
- Place (Tempat): Lokasi pemasaran awal berfokus pada pemasaran secara langsung dilingkungan sekitar pelaksana kegiatan PT. JUBATUN AL-JAMIL yang terletak di Jl, Margawati Kp. Dangi Rt.02 Rw.13 Garut, Garut Kota, Jawa Barat.
- Promotion (promosi): Promosi dilakukan menggunakan media pemasaran daring dan luring. Promosi daring memanfaatkan sosial.
- media bertujuan agar produk dikenal secara luas dan pemesanan tidak terikat waktu.

❖ TUJUAN PRODUK

Tujuan dari pembuatan produk barang mukena ini untuk mengasah kemampuan produsen dalam membangun serta mengembangkan sebuah produk sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membelinya. Produk ini dibuat untuk mengembangkan suatu perusahaan, selain membenarkan factor produksi, tindakan pemasaran yang sangat berperan didalamnya sehingga melalui pengembangan produknya tujuan yang ingin dicapai dapat sesuai dengan rencana yang dibuat dan ada kesesuaian dengan keadaan pasar lalu Produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan / keinginan konsumen, atau harga yang ditetapkan dapat memenuhi harapan konsumen, sehingga memungkinkan konsumen untuk melipatgandakan pembeliannya terhadap produk yang ditawarkan, yang pada gilirannya mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Keberhasilan pemasaran produk dapat menjamin kehidupan serta menjaga kestabilan kegiatan-kegiatan operasional perusahaan. Dalam upaya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan dengan mengadakan riset terhadap produk khususnya untuk menjamin mutu dengan mencari banyak sample untuk sasaran pasar. Selalu mengevaluasi kinerja karyawan dalam memproduksi barang atau jasa. Tujuan produk harus dijadikan pedoman dalam menentukan tipe dasar strategi yang dibutuhkan. Sebagai contoh, jika tujuan utama produk adalah meningkatkan kuantitas penjualan atau pertumbuhan harga pasar, maka biasanya alternative utama yang dipertimbangkan adalah strategi permintaan selektif yang berfokus pada upaya merebut pelanggan dari pesaing / memperluas pasar yang dilayani. Pembeli akan membeli produk jika merasa cocok. Karena itu, produk harus disesuaikan dengan keinginan pasar / selera pasar. Mukena digunakan sebagai sarana perlengkapan bagi seorang muslimah untuk mendekatkan diri kepada pencipta- Nya, maka tidak ada salahnya bila manusia mengusahakan untuk mengenakan pakaian yang terbaik. Dan untuk berfungsi barang ini Mukena adalah busana perlengkapan salat untuk perempuan muslim khas di Indonesia, sebenarnya dalam Islam tidak ada kaidah terperinci perihal pakaian seperti apa yang seyogyanya digunakan untuk salat, yang ada hanyalah prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk salat hendaknya menutupi aurat dan bersih.

❖ KESIMPULAN dan SARAN

Kesimpulan: Mukena adalah busana perlengkapan shalat untuk perempuan muslim khas di Indonesia, sebenarnya dalam Islam tidak ada kaidah terperinci perihal pakaian seperti apa yang digunakannya untuk shalat, yang ada hanyalah prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk salat hendaknya menutupi aurat dan bersih dari noda atau kotoran. 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.

Saran: Dengan adanya komodifikasi mukena diharapkan dapat meningkatkan pendapatan penjual mukena yang ada di Pasar garut. Inovasi pada mukena juga sangat diperlukan guna meningkatkan harga jual mukena kepada konsumen. Meningkatkan iklan penjualan, meskipun pasar garut elah diketahui oleh masyarakat luas tetapi meningkatkan iklan penjualan juga merupakan solusi yang baik. Misalkan iklan melalui sosial media yang saat ini sedang trend agar lebih banyak diketahui lagi bagi kalangan masyarakat.

❖ REFERENSI

- [Htps://iprice.co.id](https://iprice.co.id) katalog mukena terbaru
- [Htps://www.hipwee.com](https://www.hipwee.com)
- <https://jurnalstudi.kultural> pengaruh modernisasimukena
- Villarino, R. R. 2011. Learning to Live: Consumerism. Original Edition. Nova Galicia Edicions. Terjemahan Septina Yuda P. 2011. Konsumerisme. Jakarta: PT Bhuwana Ilmu Populer.
- Atmadja, N.B., 2010. Ajeg Bali: gerakan, identitas kultural, dan globalisasi. Penerbit & distribusi, LKiS.
- Fealy, G. 2008. Consuming Islam: Commodified religion and aspirational pietism in contemporary Indonesia. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia.
- Fealy, G., & White, S. (Eds.). 2008. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia. Institute of Southeast Asian Studies.
- Cari tugas akademik. 2014. "Hukum Memakai Mukena Potong Tengah Dalam Shalat | Kumpulan Artikel Dan Makalah".

caritugasakademik.blogspot.co.id. 19 Mei 2016.
<http://caritugasakademik.blogspot.co.id/2014/09/hukummemakai-mukena-potong-tengah.html>.

- Ibrahim. 2007. Penelitian dan Penilaian Pendidikan. Bandung: Sinar Baru
- LWLDUVD 3 ‡0HQXMX 6RVLRORJL .RPRGLILNDVL \$JDPD• dalam B. S. Turner eds. 2010. The New Blackwell Companion to the Sociology of Religion. Terjemahan Daryatmo, 2013. Sosiologi Agama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Marguire, D. C. 2000. Sacred Energies. Fortress Press. Terjemahan Ali Noer Zaman, 2004. Energi Suci Kerja Sama Agama-agama untuk Menyelamatkan Masa Depan Manusia dan Dunia. Jakarta: Pohon Sukma.