

**ARTIKEL**  
**“IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPERASIONAL  
PADA INDUSTRI TEKSTIL MUKENA PT. JUBATUN  
AL-JAMIL”**

*(Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Mata Kuliah Manajemen Operasional)*

Dosen Pengampu : Mia Kusmiati, SE., MM., CT., MOS., MCE



**Disusun oleh :**

**DIMAS MAULANA**

**201100041**

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)**

**“YASA ANGGANA” GARUT**

**Jalan Pembangunan No. 161a, Tarogong Kidul, Garut, Jawa Barat – Kode Pos 44151**

**Telephone (0262)2248910 Email: [stieya278a@gmail.com/info@stieyasaanggana.ac.id](mailto:stieya278a@gmail.com/info@stieyasaanggana.ac.id)**

**2022**

# IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPERASIONAL PADA INDUSTRI TEKSTIL MUKENA PT. JUBATUN AL-JAMIL

**Dimas Maulana**

Fakultas Ekonomi, Prodi S1 Manajemen, STIE Yasa Anggana Garut, Indonesia

Surel: [dimasmaulanalevi@gmail.com](mailto:dimasmaulanalevi@gmail.com)

## ABSTRAK

Pada abad ke-14 Walisongo memperkenalkan mukena seiring dengan penyiaran Agama Islam di Jawa. Saat itu mukena digunakan untuk menutupi Bagian Tubuh Wanita Jawa yang hanya memakai kemben. 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. 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.

PT. Jubatun Al-Jamil berdiri sejak tahun 2022. 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 dimana dibuat atau dirangkai dan desain oleh mahasiswa STIE yasa anggana Garut yang melakukan tugas praktek dari mata kuliah Manajemen Operasional 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 sekunder sekarang sudah menjadi kebutuhan primer. Mengingat bahwa masyarakat Indonesia yang mayoritasnya 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 digunakan saat beribadah.

Mukena yang diproduksi 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 penggunaanya.

Kata kunci : Mukena, Muslimah, Perlengkapan Shalat.

## 1. PENDAHULUAN

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 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 menjamur 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 Idul Fitri dan Idul Adha. Dewasa ini mukena digunakan bukan sekedar penutup aurat wanita, mukena dikenakan sebagai busana untuk mempercantik diri, agar tampil modis dan menarik. Mukena semakin laris dan dijual di pusat – pusat perbelanjaan. Usaha mukena ini adalah salah satu usaha yang memiliki kemungkinan rugi yang sangat kecil karena mukena merupakan produk yang tidak mudah rusak dan tidak bisa basi. Segmen pasar dari usaha mukena cukup

besar karena mayoritas penduduk di Indonesia adalah Islam. Seiring berkembangnya zaman motif, warna dan model mukena juga semakin bervariasi, mulai dari jenis mukena one piece (terusan), abaya dan two piece. Selain itu, mukena dengan tema gambar kartun juga tersedia bagi anak-anak sehingga anak-anak akan lebih termotivasi dalam menjalankan shalatnya.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam pembuatan artikel ini menggunakan metode wawancara dengan narasumber yang berada di beberapa tempat khususnya Garut Kota. Dikarenakan penjual mukena di Daerah Garut Kota yang mencakup banyak penjual berada di daerah tersebut. Selain itu informasi yang penulis dapatkan akan lebih tepercaya apabila langsung mendapatkan informasi dari penjual dan atau dari supplier. Banyaknya mukena yang mereka pesan juga membuat penulis semakin yakin memilih Garut Kota sendiri sebagai tempat penelitian. Penulis memilih beberapa penjual mukena yang ada di Garut Kota sebagai narasumber serta merangkum berbagai pendapat yang telah disampaikan oleh narasumber tersebut. Dengan pendapat yang telah disampaikan oleh narasumber maka penulis akan membahas hasil penelitian penulis pada bagian selanjutnya.

## 3. PEMBAHASAN

Mukena digunakan sebagai sarana perlengkapan bagi seorang muslimah untuk mendekatkan diri kepada penciptanya, maka tidak ada salahnya bila manusia mengusahakan untuk mengenakan pakaian yang terbaik. Mukena merupakan salah satu perlengkapan salat bagi wanita, dari zaman dahulu hingga sekarang yang telah berkembang di negara kita Indonesia ini, memang di dalam Islam tidak ada peraturan terperinci mengenai busana macam apa yang selayaknya dipakai untuk salat, yang ada hanyalah prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk salat hendaknya menutupi aurat dan bersih dari noda/kotoran. Mukena di Indonesia ini sudah mengalami banyak perkembangan saat ini, bila dulu warna mukena sudah dapat dipastikan pasti berwarna putih polos, sekarang dilihat dari warnanya pun sudah sangat bervariasi. Dengan kombinasi warna yang menarik, serta bahan yang nyaman tentunya.

Kini PT. Jubatun Al-Jamil memperkenalkan mukena hadir dalam berbagai motif, warna dan corak seni yang terbaik, sehingga hati menjadi senang saat menggunakannya, beribadah semakin bersemangat dan khusyuk tentunya. Semakin tingginya kebutuhan masyarakat akan mukena sebagai sarana perlengkapan ketika salat. Semakin baik pula produk atau mutu produk yang akan dihasilkan seperti berkualitas tinggi dan dapat memuaskan konsumen serta beraneka ragam bentuk dan ukurannya dengan style yang modis sesuai perkembangan zaman. Sebagai kebutuhan sehari-hari mukena yang ditawarkan oleh penjual mukena memiliki beberapa keistimewaan yaitu harga terjangkau oleh kemampuan konsumen, kualitas produk terjamin dan sesuai dengan selera masyarakat. Ruang lingkup usaha ini seluruh masyarakat yang ingin membeli mukena nyaman dan berkualitas. Dengan lokasi yang berada di tempat strategis cukup mudah untuk mencapai berbagai tempat. Berbagai model dan variasi mukena yang dijual di PT. Jubatun Al-Jamil cukup beragam jadi apabila membeli mukena di PT. Jubatun Al-Jamil maka terdapat banyak pilihan. Ada berbagai macam bahan mukena, tidak hanya memberikan tampilan yang menawan namun bahan mukena juga bisa disesuaikan dengan kebutuhan. Mukena sebaiknya mudah dibawa ke mana pun namun juga harus mudah dijaga kebersihannya untuk menjaga kesucian mukena.

Beberapa produk utama dalam kegiatan praktikum ini adalah menghasilkan implementasi sesuai dengan penjelasan dari jenis produk yang tepat dan desain produk yang baik sangat penting untuk keberhasilan organisasi. Pemilihan produk yang salah dan atau desain produk yang buruk dapat membuat operasi perusahaan tidak efektif dan tidak kompetitif. Produk atau layanan harus dipilih setelah evaluasi terperinci dari hasil seleksi produk atau layanan alternatif yang sudah ditentukan sebelumnya sesuai dengan tujuan organisasi.

PT. Jubatun Al-Jamil ini juga mengimplementasikan wujud dari 7M yang di jelaskan sebagai berikut :

- **Man** atau sumber daya manusia yang digunakan oleh perusahaan ini adalah Mila Hastuti dan Ai Raisa sebagai model dari pemasaran yang di lakukan oleh perusahaan kami. Dimas Maulana sebagai Manajer yang mengatur jalannya produksi, Putri Agung dan Yuyu Solihah sebagai orang yang berperan penting untuk mengatur, mencari dan menyiapkan bahan baku menjadi barang jadi yang siap pakai
- **Material** atau bahan baku yang digunakan oleh PT. Jubatun Al-Jamil ini dalam memproduksi mukena adalah kain renda dan kain tambahan untuk renda.
- **Money** atau uang yang dikeluarkan untuk memproduksi dua mukena dengan membeli bahan baku dan membeli renda dan membayar penjahit dengan mengeluarkan uang kurang lebih Rp.150.000,-
- **Machine** atau mesin yang digunakan dalam memproduksi mukena adalah dengan menggunakan mesin jahit, dibantu dengan alat tambahan berupa gunting, benang, dan jarum.

- **Method** atau metode yang digunakan dalam memproduksi mukena secara bertahap yaitu dengan mendesain model mukena sesuai yang kita inginkan, setelah model telah ditentukan lalu mukena dimodifikasi oleh penjahit.
- **Minute** atau waktu yang digunakan dalam proses produksi ini kurang lebih satu minggu untuk mencari bahan baku renda dan proses menjahit.
- **Market** atau pasar yang dituju oleh PT. Jubatun Al-Jamil kepada kalangan wanita remaja dan dewasa dan pemasaran dilakukan secara Online dengan cara mempromosikan melalui media sosial dan *E-commerce*.

PT. Jubatun Al-Jamil juga mengimplementasikan analisis pasar dilakukan menggunakan analisis STP

(segmentation, targeting, positioning ), antara lain:

1. Segmentation (Segmentasi Pasar) Produk PT. Jubatun Al-Jamil ditujukan kepada masyarakat umum khususnya paramuslimah dalam maupun luar negeri. Produk melayani semua segmen pasar karena mukena merupakan kebutuhan bagi para muslimah dalam menjalankan ibadah shalat.
2. Targetting (Sasaran Pasar) Wanita muslimah usia remaja sampai dewasa, baik itu pecinta fashion maupun pecinta produk dalam negeri.
3. Positioning (Posisi Produk) Melihat produk sejenis yang beredar di pasaran, maka produk PT. Jubatun Al-Jamil memiliki keunggulan dari segi keunikan produk dan kebermanfaatannya sehingga cenderung lebih unggul karena inovasi yang ada pada produk ini.

#### 4. KESIMPULAN

Pembuatan mukena tidak lagi dengan cara individualis, tetapi dengan cara membeli sehingga timbul komodifikasi mukena atau bisa disebut komodifikasi agama. Dalam perspektif konsumen komodifikasi mukena disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu salat sebagai kewajiban yang harus dijalankan terikat mutlak pada mukena sebagai perlengkapannya (untuk wanita muslim).

Implementasi manajemen operasional pada PT. Jubatun Al-Jamil berhasil diterapkan dengan baik dan dengan menghasilkan produksi yang optimal bagi perusahaan dan menghasilkan produk yang berkualitas bagi konsumen. Desain produk yang dipilih menjadikan produk yang dihasilkan berbeda dengan produk lainnya yang serupa. Pemanfaatan unsur manajemen 7M pada PT. Jubatun Al-Jamil telah berjalan sebagaimana mestinya, akan tetapi terkendala pada unsur *Money* atau uang dan *Minute* atau waktu.

- [1] Fealy, G. 2008. Consuming Islam: Commodified religion and aspirational pietism in contemporary Indonesia. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia.
- [2] Fealy, G., & White, S. (Eds.). 2008. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia. Institute of Southeast Asian Studies.
- [3] Ritzer, G. 2011. Sociology Theory. Eight Edition. Publisher by McGraw-Hill. Terjemahan Alimandan. 2012. Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmoder. Jakarta: Prenada Media.
- [4] Villarino, R. R. 2011. Learning to Live: Consumerism. Original Edition. Nova Galicia Edicions. Terjemahan Septina Yuda P. 2011. Konsumerisme. Jakarta: PT Bhuwana Ilmu Populer.
- [5] Atmadja, N.B., 2010. Ajeg Bali: gerakan, identitas kultural, dan globalisasi. Penerbit & distribusi, LKiS.
- [6] Avinash Pawar, Mia Kusmiati, Andre Suryaningprang,, (2021) Manajemen Operasi dan Produksi, Indonesia ,CV Aksara Global Akademika
- [7] [https://www.researchgate.net/publication/323745441\\_PENINGKATAN\\_DAYA\\_SAING\\_USAHA\\_MUKENAH\\_DAN\\_KESET\\_KAKI\\_DI\\_KECAMATAN\\_PERCUT\\_SEI\\_TUAN](https://www.researchgate.net/publication/323745441_PENINGKATAN_DAYA_SAING_USAHA_MUKENAH_DAN_KESET_KAKI_DI_KECAMATAN_PERCUT_SEI_TUAN)
- [8] <https://media.neliti.com/media/publications/223855-pengaruh-modernisasi-terhadap-perkembang.pdf>
- [9] [https://www.academia.edu/35152065/Proposal\\_Proposal\\_MUKENAH\\_IN\\_ROK\\_INOVASI\\_MUKENAH](https://www.academia.edu/35152065/Proposal_Proposal_MUKENAH_IN_ROK_INOVASI_MUKENAH)
- [10] Tundung Subali Patma, Mohammad Maskan, Kuku Mulyadi, (2020) Pengantar Manajemen, Indonesia, Polinema Press
- [11] [https://www.researchgate.net/publication/342916461\\_Pengantar\\_Manajemen](https://www.researchgate.net/publication/342916461_Pengantar_Manajemen)