

ARTIKEL IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPERASIONAL PADA INDUSTRI MANUFAKTUR PT.RINI COLLECTION

DITUJUKAN UNTUK MEMENUHI TUGAS MATA KULIAH MANAJEMEN

OPERASIONAL 1

DOSEN PENGAMPU:MIA KUSMIATI SE.MM

PT.RINI COLLECTION



IMANUDIN

201100079

4B MANAJEMEN REGULER A

STIE YASA ANGGANA GARUT

Email : imannudin210@gmail.com

Abstrak

Perkembangan industri manufaktur yang semakin pesat sekarang ini membawa dampak baru dalam industry tersebut, yaitu persaingan antar perusahaan manufaktur yang semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan harus mampu meningkatkan kinerjanya dengan semaksimal mungkin agar unggul dalam persaingan. Analisis kinerja perusahaan individual dengan menggunakan pendekatan industri sangat relevan dalam persaingan industri, karena kinerja perusahaan tidak hanya dipengaruhi kegiatan internalnya. Dalam perusahaan manufaktur perencanaan perusahaan manufaktur perencanaan produksi dan pengendalian agregat sangat penting sehingga dapat menyesuaikan kegiatan produksi suatu perusahaan yang dapat memaksimalkan pendapatan penjualan, meminimalkan biaya produksi, memaksimalkan jam kerja reguler, meminimalkan jam lembur, memaksimalkan utilitas mesin, dan meminimalkan biaya kualitas. Pada tahun 2022 PT. RINI COLLECTION memproduksi mukena yang didesain oleh mahasiswa STIE Yasa Anggana Garut yang melakukan tugas praktek Manajemen Operasional yang berinovasi dan didesain dari motif, warna dan model mukena juga semakin bervariasi, mulai dari jenis mukena one piece (terusan), abaya dan two piece. Secara menarik dan dijual dengan harga terjangkau. Dengan ini PT RINI COLLECTION menjual mukena dengan

bahan rayon premium dengan brand “AVIMIA” saat itu mukena untuk salat hendaknya menutupi aurat dan bersih dari noda atau kotoran 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.

Kata kunci : *kunci pasar, mukena, manajemen*

Abstrack

The development of the manufacturing industry that is increasingly rapidly now has a new impact on the industry, namely the increasingly fierce competition between manufacturing companies. Therefore the company must be able to improve its performance to the maximum extent possible in order to excel in the competition. Analysis of the performance of individual companies using an industrial approach is very relevant in industrial competition, because the company's performance is not only influenced by its internal activities. In a manufacturing company, manufacturing company planning, production planning and aggregate control is very important so that it can adjust the production activities of a company that can maximize sales revenue, minimize production costs, maximize regular working hours, minimize overtime hours, maximize machine utility, and minimize quality costs. In 2022 PT. RINI COLLECTION produces mukenas designed by STIE Yasa Anggana Garut students who carry out Operational Management practical tasks that innovate and are designed from motifs, colors and models of mukenas which are also increasingly varied, starting from the type of one piece mukena (canal), abaya and two piece. and sold at an affordable price. Hereby PT RINI COLLECTION sells mukena with premium rayon material with the brand "AVIMIA" at that time the mukena for prayer should cover the genitals and be clean from stains or dirt. At that time, the way to dress Indonesian women is to wear a kemben that shows the upper chest. up to the head, to harmonize with the way of dressing that is regulated in Islam, a simple mukena was created to cover all parts of the body except the face and palms. Based on this, many people want to make a mukena business.

Keyword : *Key market, mukena, management*

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 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 Idulfitri dan Idulada 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 salatnya,

Rini collection adalah distributor Busana Mukena dengan badan usaha berbentuk Perseroan Terbatas. Dengan Visi Misi Memberikan semangat kepada muslimah untuk tetap menjaga shalat, serta memberikan motivasi kepada muslimah yang belum menjalankan shalat serta memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dan menjamin kualitas yang baik

Tinjauan Pustaka

Fashion Muslimah di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut ditunjukkan dengan data yang dirilis oleh Kementerian Perindustrian dan Kementerian Perekonomian. Salah satu pelaku usaha bisnis tersebut yaitu PT, RINI COLLECTION

PT. RINI COLLECTION merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di Bidang Fashion Muslim yang berdiri sejak tahun 2022. Salah satu produk best seller dari perusahaan kami adalah Mukena Avimia yang didesain dengan motif kekinian bernuansa Bali. Ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan Trend Pasar yang sedang berkembang saat ini.

Rini collection adalah distributor Busana Mukena dengan badan usaha berbentuk Perseroan Terbatas. Dengan Visi Misi Memberikan semangat kepada muslimah untuk tetap menjaga shalat, serta memberikan motivasi kepada muslimah yang belum menjalankan shalat serta memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dan menjamin kualitas yang baik

Mukena adalah busana perlengkapan shalat untuk perempuan muslim khas di Indonesia, sebenarnya dalam Islam tidak ada kaidah terperinci perihal pakaian seperti apa yang seyogyanya digunakan untuk shalat, yang ada hanyalah prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk shalat 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 Idulfitri dan Idulada.

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.

Pandangan Agama Mengenai Mukena

Mukena merupakan salah satu perlengkapan yang digunakan oleh wanita muslimah ketika hendak shalat, tetapi penggunaan mukena hanya digunakan oleh wanita muslimah di Indonesia. Pada dasarnya disunahkan bagi wanita muslimah mengenakan baju kurung dan kerudung pada saat melaksanakan shalat.

Berkenaan dengan hal ini terdapat suatu riwayat dari Umar bin Khotob dan putranya, Abdullah bin Umar serta Aisyah r.a. Imam Ay-syafi'i juga memiliki pandangan, yaitu bahwa wanita muslimah harus menutupi auratnya (bagian tubuh yang harus ditutupi) secara baik dan benar pada saat menjalankan ibadah shalat, yang mana busana yang dipakainya pada saat ruku' atau sujud tidak menunjukkan bentuk tubuh dan pinggulnya serta bagian-bagian aurat yang sensitif.

Diriwayatkan dari Aisyah, bahwa ia pernah mengerjakan shalat dengan mengenakan empat lapis pakaian, yang demikian itu merupakan perbuatan yang disunahkan (apabila dikerjakan mendapat pahala dan apabila tidak dikerjakan tidak mendapat dosa) dan jika di luar kemampuannya ada bagian yang terbuka, maka diberikan maaf baginya.

Imam Ahmad menyebutkan bahwa: "Secara umum para ulama bermusyawarah mengenai busana yang dikenakan untuk shalat (baju kurung dan kerudung). Sedangkan yang menggunakan lebih dari baju kurung dan kerudung akan lebih baik dan lebih menutupi.

"Hal ini diperkuat oleh hadis dari Ummu salamah, ketika ia bertanya: "Wahai Rasulullah (Nabi Muhammad SAW), apakah wanita muslimah boleh mengerjakan shalat dengan baju kurung dan kerudung? Nabi menjawab: Boleh, asal baju kurung itu sempurna

dan menutupi bagian punggung dan kedua kaki." (HR. Abu Dawud).

Demikian juga yang diriwayatkan dari Aisyah, Maimunah dan Ummu salamah, yang semuanya adalah istri Nabi Muhammad SAW: "Bahwa mereka (Aisyah, Maimunah, Ummu salamah) memperlihatkan salat dengan mengenakan baju kurung dan kerudung." (dikisahkan oleh Ibnu Mundzir).

Pendapat-pendapat di atas dapat diasumsikan bahwa seorang muslimah harus menggunakan kerudung dan baju kurung ketika salat dan diusahakan agar busana tersebut cukup tebal agar tidak menunjukkan bagian-bagian tubuh yang sensitif ketika ia ruku' atau sujud.

Selain itu juga baju kurung pun diupayakan panjang supaya bagian kedua telapak kaki tidak akan terlihat ketika salat. Pemakaian kerudung dan baju kurung bisa diganti dengan memakai mukena ketika salat karena mukena memiliki fungsi yang sama dengan pemakaian baju kurung.

Perihal wajah, wanita muslimah boleh membukanya dalam salat, di mana tidak ada perbedaan pendapat mengenai masalah ini. Sedangkan mengenai kedua telapak tangan, ada dua pendapat: Pertama, diperbolehkan membukanya.

Ini merupakan pendapat Imam Malik dan Imam Asyafi'i, yang didasarkan pada riwayat dari Ibnu Abbas dan Aisyah mengenai maksud dari firman Allah SWT yang artinya. "Yaitu, wajah dan kedua telapak tangan.

Selain itu, terdapat larangan untuk menutup wajah dengan cadar. Akan tetapi, terkadang menutup telapak tangan dan wajah itu dibutuhkan pada saat berjual beli (dengan lawan jenis). Kedua, mengenai telapak tangan, dan wajah, di mana keduanya dianggap sebagai aurat sebagaimana sabda Nabi: "Wanita adalah aurat." (HR. At-tirmidzi).

Lebih lanjut Imam At-tirmidzi mengatakan, bahwa hadis ini berstatus hasan shahih. Adapun yang dimaksud oleh hadis ini mencakup seluruh anggota tubuh wanita kecuali wajah. Lebih lanjut Imam At-tirmidzi mengatakan, bahwa hadis ini berstatus hasan shahih. Adapun yang dimaksud oleh hadis ini mencakup seluruh anggota tubuh wanita kecuali wajah.

Sementara menurut kesepakatan, selain wajah, kedua telapak tangan dan kaki wanita dikategorikan sebagai aurat. Era ini banyak dijumpai wanita muslimah yang memakai mukena dengan berbagai warna yang mencolok.

Dalam hadits Rasulullah Saw bersabda:

"Siapa yang memakai pakaian syuhrah di dunia, maka Allah akan memberinya pakaian hina pada hari kiamat." (HR Ahmad, Abu Daud, dan An Nasai dalam Sunan Al Kubra, hasan)

Meskipun ada ancaman bagi seseorang yang mengenakan pakaian syuhrah (setiap busana yang dipakai dengan tujuan mendapat reputasi baik di depan orang banyak), akan tetapi salat tetap sah selama pakaian tersebut menutup aurat dan suci, serta terpenuhinya syarat dan rukun salat yang lain.

Hal ini dikarenakan syarat sah salat berkaitan dengan pakaian cukup dengan tertutupnya aurat dan sucinya pa' tersebut. Sedangkan mengenai warna, bahan, model, 3/8 jenis pakaian bukan merupakan syarat sah salat. Sehingga pada dasarnya seorang muslimah tetap sah salatnya jika salat tanpa mukena, asalkan pakaiannya sudah menutupi aurat.

Berkenaan dengan hadits pakaian syuhrah tersebut, terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan mengenai hukumnya:

1. Niat/iktikad. Pakaian syuhrah dikenakan karena memang oleh pemakainya diniatkan untuk mencari ketenaran di antara orang lain. Sehingga seseorang yang mengenakan pakaian yang wajar, tetapi diniatkan untuk pakaian syuhrah, maka ia juga dikenai ancaman sesuai hadits di atas.

2. Kultur (tradisi atau 'urf). Jenis dan model pakaian merupakan produk budaya di mana di satu tempat berbeda dengan di tempat lain. Sehingga, dalam pakaian laki-laki, kita melihat banyak perbedaan model pakaian yang dipakai oleh kaum muslimin dari berbagai belahan dunia.

3. Corak/warna. Berdasarkan penjelasan mengenai tradisi atau 'urf, pakaian syuhrah juga bisa berbeda beda hukumnya berdasarkan kebiasaan setempat. Sebagai contoh, muslimah di Wilayah Afrika Tengah kebanyakan mengenakan pakaian salat berwarna-warna, muslimah di Timur Tengah kebanyakan mengenakan pakaian salat berwarna hitam, dan muslimah di Asia Tenggara kebanyakan mengenakan pakaian salat berwarna putih.

Pandangan manajemen terhadap mukena

Saat ini komodifikasi agama sudah menjadi suatu trend dalam kehidupan masyarakat. Semua barang maupun jasa yang bisa diperjualbelikan telah digunakan masyarakat untuk memperoleh keuntungan guna pemenuhan kebutuhan.

Tidak terkecuali komodifikasi terhadap apa yang bisa dipergunakan oleh seseorang dalam menghadap kepada Tuhan Yang Maha Esa. Komodifikasi mukena pada dasarnya berkaitan erat dengan konsumerisme, globalisme yakni ideologi pasar bebas.

Konsep "globalisasi" menjadi metafora baru bagi kelompok pendukung utopia pasar untuk pandangan neoliberal mereka. Pasar menyediakan aneka barang konsumsi sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan atau diinginkan oleh konsumen. Kejayaan pasar mengakibatkan manusia mengalami komersialisasi dan komodifikasi yang mencakup keseluruhan aspek kehidupannya (Morison, 2012) [3].

Dengan adanya fakta ini tidak membingungkan jika "... simbol-simbol yang bernuansa agama yang dianggap sakral sekalipun ternyata tidak dapat lepas dari tarikan komersialisasi dan komodifikasi" (Ibrahim, 2007:162) [4]. Perpaduan antara pasar dan konsumerisme melahirkan, memelihara, membentuk dan melanggengkan komodifikasi agama (Kirtiasa, 2013)

Gejala seperti ini tidak saja berlaku pada Agama Islam, tetapi juga agama-agama lain, misalnya Hindu. Gagasan ini menjadi lebih kuat, jika dikaitkan dengan pendapat Kitiarsa (2013) [5] tentang ciri-ciri komodifikasi agama, yaitu pertama, barang yang dijual adalah simbol agama.

Gagasan ini berlaku, mengingat bahwa mukena adalah simbol Agama Islam. Kedua, komodifikasi agama terikat pada motif mencari laba. Gagasan ini dapat diterapkan pada kasus komodifikasi mukena, mengingat bahwa penjualan mukena sebagai suatu kegiatan bisnis dapat dipastikan terarah pada tujuan mencari keuntungan. Apalagi dalam kegiatan industri mukena mempekerjakan tenaga upahan di suatu tempat usaha pekerjaan tenaga upahan.

Ketiga, komodifikasi agama bersifat terselubung. Gagasan ini berlaku pada komodifikasi mukena, yakni Pasar Badung sebagai penjual mukena. Kondisi yang terjadi saat ini diperkuat pula oleh ideologi pasar atau agama pasar yang semakin melembaga pada masyarakat Bali (Maguire, 2004) [6]. Ideologi pasar bertalian dengan berbagai paham lain, misalnya konsumerisme yang antara lain ditandai oleh adanya kenyataan bahwa segala tujuan, aktivitas atau hubungan didominasi oleh jual beli. (Ritzer, 2012)

Betapa pentingnya pasar bagi kehidupan umat manusia. dapat dicermati pendapat Kitiarsa (2013:990-991) yang menyatakan bahwa pasar tengah menjadi agama dunia yang pertama bagi umat manusia

Begitu pula Maguire (2004:19) [6] mengemukakan jika "... Uang adalah nama tuhan yang diberikan orang pada agama. ini sehingga sekarang bernama moneytheisme". Kondisi ini berlaku pada Masyarakat Bali, terbukti dari kenyataan bahwa Orang Bali sangat sibuk bekerja agar mendapatkan uang. Di desa berkembang turunannya, yaitu toko serba ada (toserda) dan warung serba ada (waserda) sebagai tempat orang desa membelanjakan uangnya.

Penguatan ideologi pasar mengakibatkan modal sosial yang menekankan pada resiprositas dan solidaritas sosial-berbasis ideologi collectivism menjadi melemah, sebaliknya individualisme menjadi semakin menguat pada orang Islam.

Akibatnya, bekerja sama yang berbasiskan collectivism tidak lagi dianggap sebagai kebijakan sosial dalam konteks saling berinvestasi modal sosial, tetapi dianggap sebagai beban sosial dan ekonomi yang menghambat kemajuan.

Dengan demikian banyak informan berpendapat bahwa kegiatan membeli mukena adalah berkah karena beban.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembuatan artikel ini menggunakan metode wawancara dengan narasumber yang berada di atau Pasar garut. Dikarenakan penjual mukena di Daerah garut 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 Pasar Kumbasari sebagai tempat penelitian. Penulis memilih beberapa penjual mukena yang ada di Pasar Kumbasari sebagai narasumber serta merangkum berbagai pendapat yang telah disampaikan oleh narasumber tersebut.

Adapun nama narasumber yang penulis jadikan panutan dalam pembuatan artikel ini adalah Ibu Dewi dan Ibu Siti. Dengan pendapat yang telah disampaikan oleh narasumber maka penulis akan membahas hasil penelitian penulis pada bagian selanjutnya.

Hasil Pembahasan

Desain proses Merupakan proses perubahan (Transformasi) dari bahan atau komponen menjadi produk yang lain yang memiliki nilai.

Desain yang kami gunakan untuk memproduksi Mukena Avimia ini adalah dengan mengikuti Trend

Pasar yang sedang ramai di Pasaran. Motif Bali menjadi pilihan utama yang kami gunakan dalam proses produksi Mukena Avimia.

Step 1

Perusahaan memulai tahap Fungsi Manajemen dengan melakukan Perencanaan yang akan dilakukan untuk mengolah kembali produk yang sudah jadi. Planning yang telah disepakati merupakan penambahan renda pakaian dan mengubah sedikit model dari MUKENA tersebut.

Step 2

Di step kedua, Manajer Operasional memulai tugasnya dengan mencari Bal Kebutuhan yang diperlukan untuk pros produksi MUKENA AVIMIA, dengan mencari Renda pakaian, penjahit dan la sebagainya.

Step 3

Manajer Personalia/SDM melakukan tupoksinya dengan mencari Sumber Daya Manusia yang dibutuhkan dalam proses produksi MUKENA AVIMIA, yaitu dengan mencari Penjahit.

Step 4

di Step ke empat, Manajer Pemasaran melakukan tugasnya dengan merancang Perencanaan yang akan dipakai untuk melakukan promosi produk MUKENA AVIMIA agar bisa menarik perhatian dan minat konsumen untuk membeli produk kami.

Step 5

Di step ke lima, Manajer Keuangan mulai melakukan tugasnya dengan mengatur dan mengawasi pengeluaran maupun pemasukan yang didapatkan oleh perusahaan untuk mengetahui keuntungan/kerugian yang dialami oleh perusahaan

Step 6

di Step terakhir semua Manajer dan SDM di PT.RINI COLLECTION melakukan Meeting untuk mengevaluasi kinerja dari masing masing Manajer dan karyawan di perusahaan tersebut agar menjadi bahan perbaikan untuk kedepannya.

Fixed Cost = Rp. 20.000.000

Variable Cost:

- Renda/Aksesoris Rp.1.500.000

- Jasa Jahit Aksesoris = Rp. 1.500.000

- Transportasi = Rp. 500.000

Total = Rp. 3.500.000 Harga Jual Per/Unit
=Rp. 350.000

$$BEP = \frac{\text{fixed cost}}{(\text{kontribusi margin perunit} - \text{harga jual})}$$

$$= \frac{Rp.20.000.000}{Rp.350.000 - 45.000/350.000}$$

$$= \frac{Rp.20.000.000}{0,87}$$

=Rp.22.998.505

MUKENA AVIMIA yang diproduksi oleh Perusahaan kami ini diperuntukan bagi anak anak, remaja, dewasa hingga orang tua. Dengan desain yang disesuaikan dengan Strategi Pemasaran porsinya masing-masing.

Melakukan pemasaran melalui Media Sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan Platform E-commerce.

- Membuat Video promosi Iklan dengan semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen.
- Memberikan jasa atau layanan dengan ramah dan bahasa yang sopan.



Kesimpulan

Mukena Avimia yang akan resmi di buka pada bulan Ramadhan tahun 2022. Pemilihan produk mukena ini

sebagai ajang perayaan Idul Fitri bagi umat Muslim di Indonesia bahkan di Seluruh Dunia.

Cinput yang kami gunakan menggunakan unsur Manajemen yaitu 7M diantaranya man, money, method, material, machine, market dan minute sehingga mudah dalam penyusunan dan pengaplikasian yang diterapkan. CKami juga melakukan transformation atau perubahan agar produk dapat disesuaikan dengan selera konsumen dan tren pasar yang sedang terjadi.

Penyusunan Analisis usaha yang didalamnya terdapat analisis SWOT penting dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada produk kami serta dapat mengetahui total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi melalui BEP (Break Even Opint). Segmentasi produk kami diperuntukkan bagi kalangan menengah ke atas.

Adanya kemudahan menggunakan fasilitas online untuk melakukan dan menyusun strategi pemasaran dalam penjualan mukena bukan berarti PT RINI COLLECTION dapat mengabaikan metode offline untuk membantu strategi pemasaran, tetapi tetap mempertahankan strategi pemasaran offline secara bersamaan.

Daftar Pustaka

[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] 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/hukum-memakai-mukena-potong-tengah.html>.

[4] Ibrahim. 2007. Penelitian dan Penilaian Pendidikan. Bandung: Sinar Baru

[5] Kitiarsa, P. 2010. "Menuju Sosiologi Komodifikasi Agama", dalam B. S. Turner eds. 2010. The New Blackwell Companion to the Sociology of Religion. Terjemahan Daryatmo, 2013. Sosiologi Agama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

[6] Marguire, D. C. 2000. Sacred Energies. Fortress Press. Terjemahan Ali Noer Zaman, 2004. Energi Suci Kerja Sama [02.48, 24/6/2022] Mans:

[7] Ritzer, G. 2011. Sociology Theory. Eight Edition. Publisher by McGraw-Hill. Terjemahan Alimandan. 2012. Teori Soiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmoder. Jakarta: Prenada Media.

[8] Villarino, R. R. 2011. Learning to Live: Consumerism. Original Edition. Nova Galicia Edicions. Terjemahan Septina Yuda P. 2011. Konsumerisme. Jakarta: PT Bhuwana Ilmu Populer.

[9] Atmadja, N.B., 2010. Ajeg Bali: gerakan, identitas kultural, dan globalisasi. Penerbit distribusi, LKISAnoraga, P. (2009). Dalam Manajemen Bisnis. Semarang PT. Rineka Cipta.Grafindo Persada.

[10] Dewi, S. J. (2008). PENGEMBANGAN APLIKASI APOTEK DENGAN MENGGUNAKAN KONSEP ENTERPRISE RESOURCE PLANNING.


[11] Assauri, S. (2008). Dalam Manajemen Produksi dan Operasi. :

[12] Dhewanto W, F. (2007). ERP (Enterprise Resource Planning), Menyelaraskan Teknologi Informasi dengan Strategi Bisnis

[13] O'Brien. (2005). Introduction to Information System. McGraw-Hill, 12. Odoo. (2017). Odoo Forum Diambil kembali dari Odoo: Odoo.com/forum

[14] Sa'diyah. (2015). ANALISIS PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN MELALUI KEBERHASILAN IMPLEMENTASI SISTEM ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP)

[15] SRI, P. (2017). about us. Diambil kembali dari förtire:

	<p>Imanudin adalah seorang mahasiswa dari STIE YASA ANGGANA, yang mempunyai hobi Futsal dan Main Game, jika ada keperluan bisa hubungi email : imannudin210@gmail.com</p>
--	---