

**UJIAN AKHIR SEMESTER**  
**MANAJEMEN OPRASIONAL 1**  
**ARTIKEL ILMIAH**



**IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPRASIONAL PADA**  
**INDUSTRI**  
**MANUFAKTUR MUKENA**

Dosen Pengampu :

MIA KUSMIATI, MM

Disusun oleh :

Ajeng Destri F

201100062

**STIE YASA ANGGANA GARUT**

# IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPERASIONAL PADA INDUSTRI

## MANUFAKTUR MUKENA

(studi kasus manajemen operasional PT. Forpos)

Ajeng Destri F

### ABSTRAK

Pada abad ke-14 Walisongo memperkenalkan mukena seiring dengan penyebaran 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.

Mengenai syariat Islam untuk melaksanakan shalat tidak diharuskan untuk selalu memakai mukena sebagaimana yang telah diterangkan para ulama. Pada dasarnya disunahkan bagi wanita muslimah mengenakan baju kurung dan kerudung pada saat melaksanakan shalat.

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.

Kata kunci : komodifikasi, mukena, ideologi pasar, budaya Indonesia, syariat Islam

### ABSTRACT

*In the 14th century Walisongo introduced the mukena along with the broadcasting of Islam in Java. At that time the mukena was used to cover parts of the body of a Javanese woman who only wore a kemben. Mukena commodification occurred after the 20th century. This condition is caused by the characteristics of mukena as an economic item, more and more Muslim women are using mukena and the spread of market ideology so that someone feels more comfortable buying mukenas rather than making them independently.*

*Regarding Islamic law, it is not required to always wear a mukena as explained by the scholars. Basically it is sunnah for Muslim women to wear brackets and headscarves when praying.*

*Mukena business began to mushroom among Muslim women. Mukenas are also available for children with various models. This happens to meet the need for mukena which has increased significantly, especially in the month of Ramadan, ahead of Eid al-Fitr and Eid al-Adha.*

*Keywords: commodification, mukena, market ideology, Indonesian culture, Islamic law*

## PENDAHULUAN

Mukena adalah busana perlengkapan salat untuk perempuan khas di Indonesia, sebenarnya dalam islam tidak ada kaidah terperinci perihal pakaian seperti apa yang seharusnya digunakan untuk salat, yang ada hanya prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk salat hendaknya menutupi aurat dan bersih dari noda dan kotoran.

Pada masa itu cara berpakaian perempuan di 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 dikalangan 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 Romadhon.

Semakin berkembangnya zaman, beragam pula permintaan motif dari konsumen pasar. Dengan Melihat masyarakat Garut yang bisa dikatakan mayoritas agamanya islam PT. Forpos tersebut berharap mampu memenuhi keinginan konsumen. PT. Forpos juga memberikan harga yang cukup terjangkau, sesuai dengan kualitas unggulnya yang diberikan kepada konsumen.

Tabel 1 Rentang Harga dari Produk Avimi (PT. Forpos)

Nomor	Jenis Produk	Harga
1	Avimia Flored	Rp. 275.000
2	Avimia Monozeeb	Rp. 275.000

Sumber : Website resmi PT.Forpos.co.id

Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul “Implementasi Manajemen Oprasional Pada Industri Manufaktur Mukena”, yang bertujuan untuk mengetahui dan mendalami manajemen oprasional yang diterapkan oleh PT. Forpos tersebut.

## TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan paparan pendahuluan di atas, maka penelitian ini ditujukan untuk memberikan perkembangan yang terjadi pada PT. Forpos menjelaskan sejarah, pengertian, visi dan misi, menjelaskan secara detail produk yang menjadi keunggulan PT. Forpos, dan mengungkap langkah bisnis yang dilakukan sehingga mampu terus bersaing di dunia perdagangan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dilakukan dengan penelitian deduktif, literatur review, dan observasi. Metode deduktif adalah metode yang digunakan dalam sciene untuk mendapatkan kesimpulan yang benar secara logika. Pada metode deduktif ini, masyarakat yang ingin berbelanja bisa melakukan pembelian melalui aplikasi online, mengingat dengan perkembangan zaman semua akses khususnya pembelian lebih mudah dijangkau dengan banyaknya berbagai e-commerce.

Pengumpulan data dan referensi yang mendukung dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner melalui Google Form dan mengolektifkan informasi tersebut yang tersebar di media internet. Data pendukung bersumber resmi seperti dari jurnal, buku, proceeding, dan lain sebagainya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Forpos merupakan perusahaan asal Garut yang didirikan oleh Ajeng DF yang terbentuk pada 03 Januari 2022, sebagai pengrajin konfeksi mukena. PT. Forpos tersebut telah resmi membuka gray butik pertamanya pada 05 April 2022 yang berlokasi di Kp Babakan Kalapa Jalan Cimanuk RT/RW 07/05 Desa Patarumam Kecamatan Tarogong Kidul Kabupaten Garut (44112). Selain membuka offline PT. Forpos tersebut menjual secara online shop, tersedia diberbagai e-commerce.

Visi dari PT. Forpos adalah menjadi penyedia mukena yang terdepan dalam kepuasan pelanggan. Sedangkan misi yang ditetapkan adalah memproduksi, memasok, dan menjual barang langsung produk mukena kepada pasar, dengan memerhatikan lingkungan dan peraturan pemerintah.

Seperti yang telah dipaparkan diatas, PT.Forpos yang didirikan pada awal tahun 2022 ini telah mampu menarik perhatian masyarakat. Hal ini diperkuat dengan data kuesioner dari Google Form yang menunjukkan bahwa sebanyak 50 responden mengetahui produk Avimi pada rentang bulan Januari-Juni.

Tabel 2 Pilihan Responden terhadap Pengetahuan pada Produk Avimi

Pilihan	Jumlah Responden
Januari	5 orang
Februari	10 orang
Maret	2 orang
April	13 orang
Mei	15 orang
Juni	15 orang
Total	50 orang

Jika dilihat dengan cermat, maka bulan tersebut dalam era teknologi mengalami dua proses besar, antara lain smartphone booming dan e-commerce booming. Fenomena smartphone booming adalah suatu kejadian besar dalam era teknologi yang mana terjadinya lonjakan permintaan smartphone terhadap produsen dari konsumen di seluruh dunia. Lonjakan ini terjadi karena memang pada saat itu smartphone mulai dikenali dunia. Sedangkan era e-commerce booming adalah sebuah fenomena besar dalam dunia teknologi yang mana terjadi perpindahan secara fisik dari sebuah toko. Dalam artian ini, toko yang awalnya berjualan secara langsung, kini beralih menjadi dalam bentuk abstrak. Salah satu toko daring yang mempelopori munculnya toko serupa ialah Tokobagus yang kini sudah berganti menjadi nama OLX.

Media sosial banyak dimanfaatkan oleh para pengusaha maupun kelompok yang menggunakan media sosial untuk menjalankan fungsi komunikasi pemasaran (menjalin komunikasi konsumen) dengan adanya komunikasi bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa yang dimiliki suatu perusahaan dan berinteraksi dengan konsumen, dengan begitu diharapkan konsumen dapat tertarik dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh

perusahaan, diantaranya dengan cara beriklan dan promosi produknya. Serta hal ini merupakan alternatif dalam meminimalisir budget pengeluaran untuk biaya promosi, jika dibandingkan dengan beriklan melalui media cetak. Selain itu, jumlah pengguna internet Indonesia setiap tahunnya terus mengalami peningkatan yang signifikan.

Tabel 3 Nama Akun Resmi PT. Forpos dalam Berbagai Jenis Media Promosi.

Jenis Promosi	Nama Akun PT. Forpos store
Situs Resmi	<a href="http://www.PT.Forpos.co.id">www.PT.Forpos.co.id</a>
Facebook	Official PT.Forpos
Instagram	Forp.os
Twiter	Forp.os
Shopee	Forpos Official Shop

Pemilihan bahan material produkpun menjadi keunggulannya bagi produk Avimia, dengan menggunakan kain Cotton Rayon. Pemilihan kain menjadi faktor yang harus diperhatikan seperti, ketebalan kain ideal, permukaan kain yang lembut, kain yang daya tahannya kuat, dan berat kain yang ringan. Konsumen harus merasakan kenyamanan saat menggunakan mukena tersebut, karena itu dengan menggunakan kain Cotton Rayon menjadi pilihan yang tepat bagi produk Avimi yang memiliki tekstur licin, adem saat dipakai, dan juga ringan.

Seiring perkembangan dengan kemajuan teknologi dibidang tekstil juga, maka model, warna dan motif mukena sudah beraneka ragam sehingga menjadi daya tarik bagi kalangan masyarakat dalam memilih mukena berwarna. Dalam Hadist telah dijelaskan bahwa anjuran untuk lebih menggunakan warna putih dan terjadi kemakruhan jika seorang menggunakan mukena yang berwarna di dalam shalat dikarenakan akan terjadi riya pada diri seseorang yang memakainya. Mukena berwarna yang ada dikalangan masyarakat sangat praktis dan mudah untuk dibawa.

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, ditambah dengan hiasan bordir, benang yang digunakan dalam membordir adalah berupa benang katun, benang emas, benang perak, dan benang kood. Dalam merancang produk bordir dimulai dari perencanaan motif yang terinspirasi melalui alam, internet dan motif tradisional, biasanya motif yang paling sering digunakan adalah motif naturalis dan geometris.

Daya tarik mukena berwarnapun dapat mengikat para konsumen, seperti para mahasiswa. Faktor yang mempengaruhi daya tarik tersebut adalah sesuatu yang berhubungan dengan suatu hal yang dapat mengalihkan pandangannya dalam menghadapi atau aktivitas tertentu.



Sumber: [www.PT.Forpos.co.id](http://www.PT.Forpos.co.id)

## **Manajemen dan Operasional**

Manajemen Produksi dan Operasional merupakan suatu desain, operasional dan perbaikan sistem untuk menciptakan produk utama dan servis. Fungsi produksi dan operasional suatu bisnis mencakup semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang atau jasa. Beberapa fungsi-fungsi dasar manajemen produk yang harus diperhatikan seperti proses, kapasitas, Persediaan, angkatan kerja, kualitas.

Pandangan manajemen terhadap komodifikasi 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.

Dalam menjalankan pengelolaan produksi dibutuhkan pemimpin atau manajer dalam memanajemen tugasnya. manajer harus menjalankan Fungsi-fungsi manajemen. Menurut pendekatan dari sudut pandang fungsi, seorang pimpinan atau manajer menjalankan fungsi-fungsi atau aktivitas-aktivitas tertentu dalam rangka mengelola pekerjaan orang lain secara efisien dan efektif. Fungsi tersebut meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.

### **Analisis Lingkungan Internal**

Analisis Lingkungan Internal juga diterapkan guna untuk mendapatkan insight yang stabil dalam jangka panjang. Serta analisis pemasaran difungsikan untuk analisis konsumen, penjualan produk, perencanaan produk, penetapan harga, distribusi, riset pemasaran dan analisis peluang. Terakhir Analisa keuangan untuk menyeimbangkan kebutuhan dana dalam operasi perusahaan dengan tersedianya dana dalam berbagai sumber dana.

### **Analisis Lingkungan Eksternal**

Tujuan dari perumusan strategi bersaing yaitu menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya. Ancaman Pendetang Baru. Ada tujuh sumber utama rintangan masuk untuk pendatang baru, yaitu:

- (1) Skala Ekonomi,
- (2) Diferensiasi Produk,
- (3) Kebutuhan Modal,
- (4) Biaya Beralih Pemasok,
- (5) Akses ke Saluran Distribusi,
- (6) Biaya Tak Memungkinkan Bebas dari Skala,
- (7) Kebijakan Pemerintah.

Tekanan dari Produk Pengganti. Produk pengganti yang perlu mendapatkan perhatian besar adalah produk-produk dimana mempunyai kecenderungan untuk memiliki harga atau prestasi yang lebih baik daripada produk industri atau dihasilkan oleh industri yang berlabat tinggi. Kekuatan tawar menawar pembeli, Kekuatan tawar

menawar pemasok tingkat persaingan di antara Pesaing. Persaingan di kalangan pesaing yang ada berupa perlombaan untuk memperoleh posisi dengan menggunakan taktik-taktik.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian terhadap perkembangan bisnis mukena merek Avimi, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. PT.Forpos merupakan produk yang menawarkan berbagai jenis produk mukena. PT.Forpos berasal dari AjengDF dan didirikan pada tahun 2022.
2. PT.Forpos melakukan upaya agar tetap mampu bersaing dalam luasnya pasar produk mukena, dengan cara:
  - 1). Pemberlakuan promosi secara masif di berbagai media dan platform digital.
  - 2). Peningkatan varian produk yang ditawarkan, dan segi kualitas produknya.
  - 3). Peningkatan jumlah outlet resmi guna memenuhi kebutuhan dan permintaan dari konsumen yang tersebar di seluruh Indonesia.
  - 4). Melayani sepenuh hati dengan tiga ribu karyawan yang dipekerjakannya.
3. PT.Forpos melakukan Analisa Internal dan Eksternal untuk mendapatkan insight yang stabil untuk jangka panjang.
4. Metode 5 W 1 H :
  - What : Mukena
  - Who : PT.Forpos
  - When : Januari 2022
  - Why : Meneliti usaha mukena PT. Forpos
  - Where : Garut
  - How : Mengembangkan usaha mukena PT. Forpos dengan menggunakan pasar di E-COMMERCE

### UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Esa atas segala kenikmatan yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ilmiah yang berjudul “Implementasi Manajemen Operasional pada Industri Manufaktur Mukena pada Tahun 2022”.

Tentunya, penulis menyadari bahwa dalam penulisan terdapat kelemahan dan kendala, karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berkontribusi dan ikut membantu, mendukung, dan membimbing penulis sehingga artikel ilmiah ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Mia Kusmiati, MM sebagai dosen pengampu mata kuliah Manajemen Operasional 1 yang telah mengarahkan dan memberikan penjelasan yang spesifik kepada penulis untuk menyelesaikan artikel ilmiah ini.
2. Ayah dan Ibu yang telah memberikan dukungan mental dan fisik kepada penulis, sehingga penulis selalu tertuntut untuk giat belajar dan menyelesaikan artikel ilmiah.
3. Responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner digital, sehingga penulis ikut terbantu dalam proses penelitian ini. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak di atas yang terlibat dalam penyelesaian artikel ilmiah ini. Semoga artikel ilmiah ini dapat bermanfaat, Aamiin. Terima kasih.

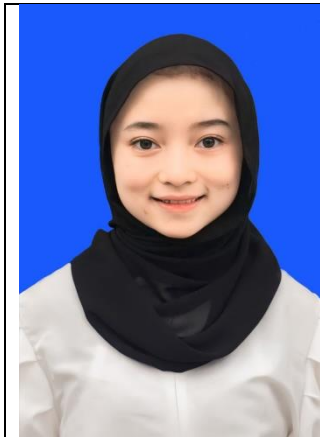
Garut, 13 Juni 2022

Penulis



## Daftar Pustaka

- [1] Mirantika, Noni dan Marbun, Sourtua. 2016. "Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan komodifikasi Mukena" dalam *Jurnal Studi Kultural* Vol 1 No.2: (halaman 116-123). Bali: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Triatma Mulya Bali.
- [2] Jannah, Miftahul dan Noer, Fakhriah. 2019. "Daya Tarik Pemakaian Mukena Berwarna Dikalangan Mahasiswa" dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* Vol 4 No 2. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.
- [3] Schiffmann, L. G. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia. Dipetik Desember 8, 2021
- [4] Fitinline. 2020. "Ciri Khas, Kelebihan dan Kekurangan Kain Katun Rayon Serta Pemanfaatannya Dalam Industri Fashion", <https://fitinline.com/article/read/ciri-khas-kelebihan-dan-kekurangan-kain-katun-rayon-serta-pemanfaatannya-dalam-industri-fashion/>, diakses pada 09 Januari 2020 pukul 08.50.
- [5] 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>.
- [6] Mahmud Mochfoedz, *Komunikasi Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Cakra Ilmu, 2010), hlm. 16.
- [7] 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.
- [8] Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon. 2005. *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. 8 ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- [9] Fealy, G., & White, S. (Eds.). 2008. *Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia*. *Institute of Southeast Asian Studie*
- [10] Rahmati. 2009. *Pemanfaatan E-commerce Dalam Bisnis Di Indonesia* <http://citozcome.blogspot.com/2009/05/pemanfaatan-e-commerce-dalam-bisnis-di.html>. Diakses 21 Maret 2009 pukul 21.49
- [11] Inayah, Lydia Avry. 2021. "Perbedaan Metode Deduktif dan Induktif pada Science", <https://www.kompasiana.com/lydiaavryinayah6366/607fcaa1d541df2e33237c82/perbedaan-metode-deduktif-dan-induktif-pada-science>, diakses pada 21 April 2021.
- [12] Alma, B. (2010). *Pengantar Bisnis* (Rev. Ed.). Bandung: Alfabeta.
- [13] Amirullah & Budiyo, H. (2004). *Pengantar Manajemen* (2nd ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [14] Hariadi, B. (2005). *Strategi Manajemen (Strategi Memenangkan Perang Bisnis)* (1st ed.). Malang: Bayumedia Publishing.
- [15] Sumarni, M. & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)* (5th ed.). Yogyakarta: Liberty.

**BIOGRAFI PENULIS**

Ajeng Destri Fitrianti adalah seorang Mahasiswi semester 4 yang sedang berkuliah di salah satu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi yaitu STIE YASA ANGGANA GARUT. Dia mengambil Prodi S1 Manajemen, minat penelitiannya saat ini mencakup pada pembelajaran dalam perkuliahannya. Dia dapat dihubungi di email : [ajengdestri03@gmail.com](mailto:ajengdestri03@gmail.com)

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Format Kuesioner untuk Responden

### Artikel Ilmiah

Assalamualaikum wr.wb  
Perkenalkan nama saya Ajeng Destri Fitrianti NPM 201100062 mahasiswa dari prodi S1 Manajemen STIE Yasa Anggana. Dalam rangka menyelesaikan UAS mata kuliah Manajemen Oprasional 1, maka saya memohon bantuan kepada anda sekalian untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan lengkap. Untuk itu, saya ucapkan terimakasih kepada anda yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Terimakasih  
Wassalamualaikum Wr. Wb

[Login ke Google](#) untuk menyimpan progres.  
[Pelajari lebih lanjut](#)

Nama Anda (boleh dengan inisial)

Jawaban Anda

Usia Anda

Jawaban Anda

Asal Kota

Jawaban Anda

Apakah anda tahu tentang PT. Forpos ?

☐ Ya

☐ Tidak

☐ Mungkin, saya pernah mendengarnya

Sejak kapan Anda mengetahui PT. Forpos (contoh pengisian sejak bulan mei)

Jawaban Anda

Darimana Anda mengenai PT. Forpos ?

☐ Akun sosial media resmi PT.Forpos

☐ Rekomendasi teman

Darimana Anda mengenai PT. Forpos ?

☐ Akun sosial media resmi PT.Forpos  
☐ Rekomendasi teman  
☐ Iklan

Apakah anda pernah memakai produk Avimia dari PT. Forpos?

☐ Ya  
☐ Tidak

Bagaimana persepsi anda tentang produk Avimia PT. Forpos ?

☐ Kualitas yang baik  
☐ Desain produk yang kreatif  
☐ Harga yang kompetitif sesuai dengan feedback  
☐ Jangkauan yang luas


☐ Harga yang kompetitif sesuai dengan feedback  
☐ Jangkauan yang luas  
☐ Yang lain: \_\_\_\_\_

Bagaimana persepsi anda tentang produk Avimia PT. Forpos ?

☐ Kualitas yang baik  
☐ Desain produk yang kreatif  
☐ Harga yang kompetitif sesuai dengan feedback  
☐ Jangkauan yang luas  
☐ Yang lain: \_\_\_\_\_

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)


 Google Formulir