

# IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPERASIONAL PADA INDUSTRI MANUFAKTUR MUKENA

*Studi Kasus : PT. WILL NCHT VERLIEREN Group*

**Laksana RizkiS**

Program Studi Manajemen Reg A, Stie Yasa Anggana Garut<sup>1</sup> **Email ;**

[\*\*laksanarizkys@gmail.com\*\*](mailto:laksanarizkys@gmail.com)

## **Abstrak**

Seiring dengan penyebaran Agama Islam di Jawa. Saat itu mukena digunakan untuk menutupi Bagian Tubuh Wanita Jawa yang hanya memakai kemben. PT. WILL NCHT VERLIEREN Group merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di Bidang Fashion Muslim yang berdiri sejak 12 April tahun 2022. Salah satu produk best seller dari perusahaan kami adalah Mukena Avimia yang di Desain dengan Motif kekinian bernuansa Bali.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 WILL NCHT VERLIEREN Group.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. 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. Kami 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 WILL NCHT VERLIEREN Group dapat mengabaikan metode offline untuk membantu strategi pemasaran, tetapi tetap mempertahankan strategi pemasaran offline secara bersamaan.

**Kata kunci : *Pasar, Mukena, Operasional***

## ***abstrak***

*along with the broadcasting of Islam in Java. MomentThe mukena is used to cover the body parts of Javanese women who only wear a kemben. PT WILL NCHT VERLIEREN Group is one of the companies engaged in Muslim Fashion that was established in 2022. One of the best seller products from our company is Mukena Avimia which is designed with contemporary Balinese motifs.Muslim fashion in Indonesia shows a very rapid development. this is shown by data released by the Ministry of Industry and the Ministry of Economy. One of the business actors, namely PT WILL NCHT*

*VERLIEREN Group. The method used in the creation of this article using the interview method with resource persons who are in or Pasar arrowroot. Due to mukena seller in Garut which includes a lot seller is in the area. Avimia Mukena which will be officially opened in Ramadan 2022. The selection of this mukena product is an Eid celebration event for Muslims in Indonesia and even around the world. The input that we use uses elements of Management, namely 7M including man, money, method, material, machine, market and minute so that it is easy to prepare and applied application. We also carry out transformations or changes so that products can be adapted to consumer tastes and current market trends.*

*Preparation of business analysis in which there is a SWOT analysis is important to do to find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats in our products and can find out the total costs incurred during the production process through BEP (Break Even Point). Our product segmentation is for the upper middle class. The ease of using online facilities to carry out and develop marketing strategies in selling mukena does not mean that PT WILL NCHT VERLIEREN Group can ignore offline methods to help with marketing strategies, but still maintain offline marketing*

*strategies at the same time.*

**Keyword :** market , prayer tools, operational

## **Pendahuluan**

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 WILL NCHT VERLIEREN Group.

PT WILL NCHT VERLIEREN Group 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.

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 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 salatnya.

## **Pandangan Agama Mengenai Mukena**

Mukena merupakan salah satu perlengkapan yang digunakan oleh wanita muslimah ketika hendak salat,

tetapi penggunaan mukena hanya digunakan oleh wanita muslimah di Indonesia. Pada dasarnya disunahkan bagi wanita muslimah mengenakan baju kurung dan kerudung pada saat melaksanakan salat.

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 salat, 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 salat 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 salat (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 salat 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 bagianbagian 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 Assyafi'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 Attirmidzi 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 shalatnya jika shalat 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 shalat berwarna-warna, muslimah di Timur Tengah kebanyakan mengenakan pakaian shalat berwarna hitam, dan muslimah di Asia Tenggara kebanyakan mengenakan pakaian shalat 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 berbasis collectivism tidak lagi dianggap sebagai kebajikan 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 WILL NCHT VERLIEREN Group 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

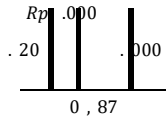
- Jasa Jahit Aksesoris = Rp. 1.500.000

- Transportasi = Rp. 500.000

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

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

$$= \frac{Rp . 20 . 000 . 000}{Rp . 350 . 000 - 45 . 000 / 350 . 000}$$



=

=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 Ecommerce.

- 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.

Cami 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 WILL NCHT VERLIEREN Group 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 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:

Alimandan. 2012. Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Consumerism. Original Edition. Nova Galicia Postmoder. Jakarta: Prenada Media. Edicions. Terjemahan Septina Yuda P. 2011.

[7] Ritzer, G. 2011. Sociology Theory. Eight Edition. Publisher by McGraw-Hill. Terjemahan

[8] Villarino, R. R. 2011. Learning to Live: Consumerism. Original Edition. Nova Galicia Postmoder. Jakarta: PT Bhuwana Ilmu Populer.

[9] Atmadja, N.B., 2010. Ajeg Bali: gerakan, identitas kultural, dan globalisasi. Penerbit distribusi, LKIS Anoraga, 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. :



Laksana RizkS adalah seorang mahasiswa Semester 4 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Garut. Hobi saya adalah Bermain Futsal, untuk menghubungi saya bisa lewat email: Laksanarizkys@gmail.com

[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: