

Implementasi Manajemen Operasional pada Industri Manufaktur Mukena

Amanda Maulia Putri
Perguruan Manajemen STIE Yasa Anggana Garut
Jalan Pembangunan No. 161a, Tarogong kidul , Garut, Jawa Barat –
Kode Pos 44151 Telephone (0262) 2248910
Email: amandamputrii@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.

Kata Kunci; Komodifikasi, Mukena, Perlengkapan, Shalat, Ideologi Pasar

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 the body parts of Javanese women who only wore a kemben. Mukena commodification occurred after the 20th century. This condition is caused by the characteristics of the mukena as an economic item, more and more Muslim women are using the mukena and the widespread ideology of the market so that someone feels more comfortable buying mukenas rather than making them independently. This condition provides opportunities for tailors or manufacturers to develop a prayer equipment sales industry. This is also related to the ideology that applies to the mukena-making industry, namely the market ideology so that they see the mukena as a source of profit. The position of producers is stronger than that of consumers of mukena because producers control various types of capital, namely economic, social, cultural, and symbolic capital in synergy. This symptom is reflected in the growing development of mukena products and markets.

Keywords; Commodification, Mukena, Equipment, Pray, Market Ideology

Corresponding Author:

Amanda Maulia Putri

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana

Jalan Raya Kamojang, Samarang, Garut

Email: amandamputrii@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Manajemen produksi dan operasi adalah proses yang menggabungkan dan mengubah berbagai sumber daya dalam subsistem produksi dan operasi sehingga bernilai tambah sesuai kebijakan organisasi. Atau bagian dari sebuah organisasi, transformasi berbagai input menjadi (produk/layanan yang memiliki tingkat kualitas yang dipersyaratkan. Jadi, manajemen produksi merupakan rangkaian kegiatan manajemen yang saling berkaitan, terkait dengan pembuatan tertentu produk sehingga Jika konsep tersebut diperluas ke layanan manajemen, maka rangkaian kegiatan manajemen tersebut adalah manajemen operasi.

Manajemen produksi dan operasi di industri manufaktur diperlukan untuk menjalankan kegiatan produksi, melakukan inovasi dan pengembangan produk agar menjadi lebih baik. Seiring perkembangan industri yang semakin maju, perusahaan dituntut memberikan kualitas yang terbaik terhadap produk ataupun jasa yang dihasilkan tanpa melupakan dampak lingkungan yang dapat merugikan masyarakat.

Mukena merupakan salah satu busana Muslimah syar'i yang biasanya dipakai secara khusus untuk melaksanakan sholat, baik sholat di rumah maupun di masjid atau tempat lainnya. Sehingga dengan kata lain,

mukena adalah salah satu jenis busana yang merupakan perlengkapan sholat. Namun uniknya, mukena hanya dipakai oleh wanita Indonesia dan juga Malaysia, dimana di negeri jiran tersebut mukena dikenal dengan nama telekung. Mukena merupakan sebuah produk budaya khas Indonesia, yang dulunya adalah busana hasil dari adaptasi yang dilakukan oleh para wali zaman dahulu. Saat Islam pertama kali masuk ke Indonesia, cara berbusana perempuan Indonesia adalah mengenakan kemben yang memperlihatkan dada bagian atas hingga kepala sehingga auratnya masih terlihat. Saat mereka masuk Islam juga masih belum banyak yang mengetahui mana aurat dan mana yang bukan, sehingga untuk menyesuaikan dengan cara berbusana Islam maka dibuatlah mukena yang sederhana akan tetapi bisa menutupi seluruh anggota badan

2. METODE

Metodologi merupakan suatu cara sistematis yang dilakukan seseorang dengan mengikuti aturan-aturan dengan tujuan untuk menjawab atau memecahkan suatu permasalahan yang hendak diteliti. ¹Dalam artikel ini jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata bukan angka-angka. ²Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia. Adapun

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode yang digunakan dalam pembuatan artikel ini menggunakan metode 5w + 1h.

- Apa yang terjadi dalam pembuatan mukena?

Suatu kegiatan dengan melibatkan tenaga manusia, bahan serta peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna baik barang dan jasa. Jadi, proses produksi pada hakikatnya merupakan proses perubahan (transformasi) dari bahan ataupun komponen (input) menjadi produk lain yang mempunyai nilai.

Pertama, sebelumnya mukena ini hanya memiliki tampilan yang sederhana, lalu di modifikasikan sedemikian rupa agar mukena terlihat lebih menarik di pandang oleh konsumen, kita menambahkan renda di sekeliling mukena agar mukena dapat terlihat modern dan trendy karena produksi saat ini berkembang pesat karena kemajuan teknologi didorong oleh usaha untuk meningkatkan kualitas, produktivitas dan fleksibilitas produk.

- Siapa yang terlibat dalam Pembuatan mukena?

1. Man (Manusia)
Input pertama yang digunakan adalah manusia, Segala proses produksi dilakukan oleh anggota tim perusahaan.
2. Money (Uang)
Untuk modal pertama kami mengeluarkan dana sebesar Rp 25.000.000 untuk 100pcs.
3. Methods (Metode)
Metode yang kami gunakan untuk proses produksi tersebut adalah metode jahit.
4. Material (Barang/Perlengkapan)
Material yang kami gunakan adalah beberapa bahan produk, seperti kain katun rayon, benang jahit dan aksesoris untuk merek dan renda. Sedangkan alat menggunakan jarum dan gunting.

kecuali wajah dan telapak tangan. Sejak saat itu, para muslimah tidak bisa dipisahkan dari mukena yang merupakan perlengkapan ibadah muslimah atau Islamic Prayer Set.

Alhamdulillah pada tahun-tahun terakhir ini sudah banyak wanita Muslimah Indonesia yang mengerti tentang batasan aurat dan yang bukan sehingga banyak yang sudah menggunakan busana muslimah syar'i. Dengan menggunakan busana syar'i inilah sebenarnya peran dari mukena yang secara khusus sudah tergantikan dengan busana syar'i yang dipakai sehari-hari. Dengan mengenakan busana yang menutup aurat maka sudah tidak perlu lagi menggunakan mukena saat melaksanakan sholat karena fungsi mukena sebagai penutup aurat sudah tergantikan.

tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Sementara itu, literatur review dan observasi dengan mengeksplorasi ataupun mengukur pemahaman terhadap suatu fenomena tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan. ³Penelitian ini menggunakan model model penelitian deskriptif dengan jenis penelitian studi pustaka.

5. Machines (Mesin)

Mesin yang kami gunakan untuk proses produksi adalah mesin jahit.

6. Market (Pasar)

Target pasar sasaran yang kami pilih adalah sosial media instagram dan *e-commerce* shopee.

7. Minute (Waktu)

Dalam jangka waktu satu minggu perusahaan kami memproduksi 5 (lima) produk. Untuk memproduksi 100pcs produk perusahaan kami memerlukan waktu 5 (lima) bulan.

- Kenapa pembuatan Mukena itu bisa terjadi?

Karena ingin Menciptakan karya-karya yang kreatif dan inovatif agar bisa bersaing dengan insdustri fashion nasional maupun internasional. Mengikuti ajang perlombaan ataupun pameran di bidang fashion muslimah sebagai salah satu bagian dari eksistensi perusahaan.

- Dimana pembuatan mukena itu bisa terjadi?

Di Indonesia, kami mengembangkan produk kami semaksimal mungkin agar bisa mendunia, dan bisa membanggakan Indonesia sebagai negara muslim.

- Kapan itu terjadi?

sejak tahun 2022. Di mana Lanapuri ini menawarkan berbagai fashion muslimah dengan gaya personal yang beragam serta menarik. Produk yang secara khusus kami luncurkan yaitu Mukena Avimia yang akan resmi di buka pada bulan Ramadhan tahun 2022, pemilihan produk mukena ini sebagai ajang perayaan Idul Fitri bagi umat muslim agar menjadi lebih istimewa dan spesial, tentunya produk ini dikhususkan untuk kalangan menengah ke atas. Produk ini bisa kalian temukan di sosial media Instagram dan *e-commerce* Shopee.

- Bagaimana Transformasi dari pembuatan mukena?

1. Desain produk
Desain produk bertujuan untuk menuangkan konsep tentang barang yang akan dibuat, akan menjadi seperti apa dan bagaimana membuatnya. Biasanya, desain produk juga mengacu pada hasil survey kebutuhan konsumen. Misal konsumen lebih menyukai mukena dengan renda-renda. Maka ketika mendesain, desainer akan membuat rancangan mukena dengan renda-renda.
2. Persiapan material produksi
Ketika proses desain telah selesai, selanjutnya adalah menyiapkan material apa saja yang dibutuhkan untuk membuat mukena tersebut. Sejak awal desainer pun telah menentukan jenis material yang akan digunakan. Material tersebut setelah didapatkan biasanya akan masuk ke gudang terlebih dahulu sebelum diproses.
3. Menentukan Ukuran Mukena
Buat mukena sesuai ukuran badan agar mukena tersebut terasa lebih nyaman saat dikenakan. Pastikan pula bagian bawah mukena tidak kepanjangan atau kependekan. Untuk membuat mukena dewasa, panjang atasan mukena bagian depan dibuat 105 cm, sementara ukuran mukenan bagian belakang idealnya lebih panjang minimal 10 hingga 15 cm dari panjang mukena bagian depan. Untuk mukena orang dewasa idealnya berkisar 56 cm.
4. Membuat Pola Mukena
Setelah menentukan ukuran mukena selanjutnya membuat pola mukena sesuai model yang diinginkan seperti pada model two piece polanya sendiri secara umum tersusun atas dua buah pola, yakni berupa pola besar dan beberapa pola kecil. Pola besar pada mukena terdiri atas pola atasan dan bawahan mukenan
Pola kecil pada mukenan terdiri atas pola tali dan pola dagu
5. Memotong Bahan Kain

Setelah menentukan ukuran dan membuat pola mukena selanjutnya memotong bahan kain dengan menggunakan gunting khusus kain. Mulailah memotong bahan yang paling dekat dengan tepi terlebih dahulu. Potong bahan kain mengikuti garis kampuh yang telah dibuat sebelumnya. Potong bahan kain dari bagian pola yang besar baru pola yang kecil seperti tali dan potongan bahan untuk bagian dagu. Supaya hasil guntingan yang didapatkan terkesan tampak rata dan halus gunakan gunting yang tajam.

6. Proses Penjahitan
Selesai melakukan pemotongan bahan, selanjutnya menjahit potongan-potongan bahan kain hingga menjadi sebuah mukena sesuai rancangan desain yang sudah dibuat sebelumnya.
7. Mengecek Hasil Jahitan
Setelah kegiatan menjahit selesai dilakukan proses selanjutnya adalah mengecek ada tidaknya jahitan yang terbuka, teknik jahit salah, benang yang tidak cocok dan benang yang kusut karena hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas mukena.
8. Proses Pelabelan Merek
Setelah melakukan Pengecekan langkah selanjutnya adalah proses pelabelan merek pada mukena agar mudah dikenali oleh konsumen. Nama merek pada perusahaan kami yaitu mukena avimia.
9. Quality Control
Sebelum melakukan distribusi, dilakukan quality control terlebih dahulu untuk memeriksa apakah setiap produk yang telah selesai diproduksi memenuhi persyaratan, sesuai dengan desain, dan tidak ada kerusakan. Apabila ternyata ditemukan kerusakan, maka barang tersebut tidak lolos untuk dijual atau didistribusi tetapi apabila tidak ada kerusakan maka produk tersebut lolos untuk didistribusikan.
10. Pemasaran / Distribusi
produk yang telah lolos dari quality control selanjutnya dipasarkan atau didistribusikan ke calon konsumen.

Analisis SWOT

- 1) Strengths (kekuatan)
 - Produk berkualitas premium
Produk mukena avimia ini memiliki bahan yang berkualitas premium, sehingga mukena sangat nyaman dan lembut ketika dipakai serta memiliki warna colorful yang menarik.
 - Kemudahan Promosi
Di zaman digital ini, dalam melakukan promosi menjadi lebih mudah dengan adanya sosial media yang dapat dilihat oleh banyak orang.
- 2) Weakness (Kelemahan)
 - Stok terbatas
Karena bahan yang digunakan merupakan bahan yang langka untuk diproduksi massal.
- 3) Opportunities (Peluang)
 - Peluang seperti pasar sasaran yang dituju cukup untuk mempromosikan produk.
- 4) Threats (Ancaman)
 - Banyaknya Pesaing
Banyaknya perusahaan yang memproduksi mukena sehingga saling bersaing, namun perusahaan tetap memberikan sebuah produk mukena yang berbeda dari yang lain.
 - Tren cenderung tidak stabil
Tren yang cenderung tidak stabil pun membuat perusahaan memproduksi mukena tidak secara massal atau besar – besaran.

4. KESIMPULAN

PT. Lanapuri Group merupakan suatu perusahaan di bidang fashion muslimah. Khusus untuk tahun ini kami Mukena Avimia yang akan resmi di buka pada bulan Ramadhan tahun 2022. Pemilihan produk mukena ini sebagai ajang perayaan Idul Fitri bagi umat muslim agar menjadi lebih istimewa dan spesial. Input 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 Point*). 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 Lanapuri Group dapat mengabaikan metode offline untuk membantu strategi pemasaran, tetapi tetap mempertahankan strategi pemasaran offline secara bersamaan.


UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah swt karena kehendak dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Penulis sadari artikel ini tidak akan selesai tanpa doa, dukungan dan dorongan dari dosen pengampu mata kuliah manajemen operasional 1 yaitu Mia Kusmiati, SE., MM.

REFERENCES

- [1] Sukardi. (2022). Metodologi penelitian pendidikan: kompetensi dan Praktiknya (edisi revisi).
- [2] Danim, S. (2022). Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora . Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [3] Albi Anggito, J. S. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif
- [4] Cari tugas akademik. 2014. "Hukum Memakai Mukena Potong Tengah Dalam Shalat
- [5] Villarino, R. R. 2011. Learning to Live: Consumerism. Original Edition.
- [6] Nova Galicia Edicions. Terjemahan Septina Yuda P. 2011. Konsumerisme.
- [7] Jakarta: PT Bhuwana Ilmu Populer. Atmadja, N.B., 2010. Ajeg Bali: gerakan, identitas kultural, dan globalisasi. Penerbit & distribusi, LKIS.
- [8] Fealy, G. 2008. Consuming Islam: Commodified religion and aspirational pietism in contemporary Indonesia. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia.
- [9] Fealy, G., & White, S. (Eds.). 2008. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia. Institute of Southeast Asian Studies.
- [10] Atmadja, N.B., 2010. Ajeg Bali: gerakan, identitas kultural, dan globalisasi. Penerbit & distribusi, LKiS.
- [11] Fortress Press. Terjemahan Ali Noer Zaman, 2004. Energi Suci Kerja Sama Agama-agama untuk Menyelematkan Masa Depan Manusia dan Dunia. Jakarta: Pohon Sukma [12] Daryatmo, 2013, Sosiologi Agama. -Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [13] <http://caritugasakademik.blogspot.co.id/2014/09/hukummemakai-mukena>
- [14] https://www.academia.edu/35152065/Proposal_Proposal_MUKENAH_IN_ROK_INOVASI_MUKENA
- [15] <https://dosenpintar.com/pengertian-produk/>

Biografi Penulis

	<p>Amanda Maulia Putri adalah Mahasiswi kelahiran Kota Garut, Jawa Barat. Sebagai Mahasiswi di salah satu Perguruan Tinggi yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana Garut pada Program Studi Manajemen. Sebagai Mahasiswi yang memiliki semangat dan ketulusan hati dalam menjunjung tinggi Tri Darma Perguruan Tinggi. Merasa yakin bahwa pengalaman dan Pendidikan akan menciptakan perubahan perilaku setiap orang ke arah yang lebih baik.</p>