

# IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPERASIONAL PADA INDUSTRI MANUFAKTUR MUKENA

**Erina Dwi Nanda**

Manajemen, STIE Yasa Anggana Garut, Garut Indonesia

## ABSTRAK

Perkembangan perekonomian waktu ini mengalami perkembangan yang bisa dikatakan lebih maju daripada tahun sebelumnya. Hal ini bisa dicermati berdasarkan perkembangannya pasar terbaru yang serba digital yg bisa menyebabkan persaingan yg lebih ketat. Oleh karenanya diterapkan manajemen operasional agar bisa bertahan & permanen bisa bersaing. Penelitian ini dilakukan buat mengetahui implementasi manajemen operasional dalam PT. Madeena yg masuk pada industri manufaktur pembuatan mukena & aneka macam macam perlengkapan ibadah & pula memperluas produk yg kami produksi. Penelitian ini memakai metode kualitatif menggunakan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yg dilakukan sang penulis buat menerima keterangan merupakan observasi, wawancara, & dokumentasi. Implementasi operasional yang sesuai dengan manajemen operasional pada PT. Madeena adalah kualitas yang harus halal, baik produk ataupun jasa, produk yang berkualitas, proses yang tidak berlebihan, lokasi yang strategis, aspek kenyamanan karyawan dalam bekerja dan ibadah, Sumber Daya Manusia sesuai dengan reward dan punishment, persediaan sesuai kebutuhan dengan tidak menimbun barang, jam bekerja yang sesuai dengan perjanjian, merawat fasilitas.

Kata Kunci: Manajemen Operasional, Mukena, PT Madeena.

## ABSTRACT

*Economic development is currently experiencing developments that can be said to be more advanced than the previous year. The current economic development is experiencing developments that can be said to be more advanced than the previous year. This can be observed based on the development of the latest all-digital market which can lead to tougher competition. Therefore, operational management is applied in order to survive & permanently compete. This research was conducted to determine the implementation of operational management in PT. Madeena is involved in the manufacturing industry of making mukena and various kinds of worship equipment and also expanding the products we produce. This study uses a qualitative method using a descriptive type of research. Data collection techniques used by the author to receive information are observation, interviews, and documentation. Operational implementation in accordance with operational management at PT. Madeena is a quality that must be halal, both products and services, quality products, processes that are not excessive, strategic locations, aspects of employee comfort in work and worship, Human Resources in accordance with rewards and punishments, supplies as needed by not hoarding goods, working hours in accordance with the agreement, maintaining facilities.*

*Keywords: Operations Management, Mukena, PT Madeena.*

## Corresponding Author:

Erina Dwi Nanda

S1 Manajemen, STIE Yasa Anggana Garut

Jalan Otista NO. 278-A, Sukagalih, Tarogong Kidul, Garut, Indonesia

Email: [erinadwinanda16@gmail.com](mailto:erinadwinanda16@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini sangat berkembang pesat sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Kebutuhan akan teknologi informasi dan komunikasi pun juga semakin meningkat, terutama dibidang manufaktur (textile). Kita pun di tuntut untuk mampu beradaptasi dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih dan hebat. Mulai dari televisi, radio, transportasi, internet, handphone, laptop dan barang elektronik lainnya hampir semuanya memanfaatkan kecanggihan teknologi demi memudahkan manusia untuk mendukung kegiatan sehari-hari. Saat ini, yang menjadikan pusat perhatian berkembangnya teknologi

adalah produk fashion, dimana banyak perusahaan yang menawarkan berbagai jenis fashion mulai dari fashion busana muslim maupun perlengkapan ibadah yang beragam dan inovatif khususnya MUKENA . Sampai saat ini tentu orang mengenal produk Mukena yang sedang naik perkembangannya dari tahun ke tahun terutama setiap bulan suci ramadhan . Tetapi pada kenyataannya saat ini, perkembangan akan intensitas produk Mukena tidak begitu tinggi dan tidak rendah.

Artinya dapat dikatakan bahwa produk mukena kurang peminat karena desainnya yang tidak fashionable. Hal ini disebabkan banyak produk-produk asing bermunculan yang meniru design produk mukena di satu perusahaan. Diseluruh dunia terutama yang bermayoritas agama muslim menawarkan berbagai jenis ataupun model seperti mukena model two pieces, model terusan, model ponco, mukena bali, mukena plisket, dan mukena bordir. Saat ini, tentu banyak orang sudah mengenal produk mukena yang memberikan kenyamanan terhadap pengguna mukena di seluruh dunia khususnya Indonesia. Kelebihan dari mukena ini antara lain : desain yang mewah, keren dan elegan, bordir yang menarik, fashion yang kekinian, serta banyak pemakai mukena yang fashionable, dan lain-lain.

Maka dari itu, untuk mendapatkan keputusan pembelian yang tinggi dan positif dari konsumen, perusahaan Mukena harus membangun motivasi pembelian pada konsumen, membangun dan menciptakan persepsi konsumen terhadap produk Mukena sehingga timbul sikap pembelian terhadap produk Mukena itu sendiri. Hal itu akan terwujud apabila Perusahaan Mukena terus melakukan inovasi dari segi internal (Transportasi, Packaging, Mesin dan Aplikasi) dan eksternal produknya (Desain dan Komponen) yang mampu bersaing dengan produk Mukena lainnya di Indonesia.

Manufaktur adalah sebuah badan usaha atau perusahaan yang memproduksi barang jadi dari bahan baku mentah dengan menggunakan alat, peralatan, mesin produksi dan sebagainya dalam skala produksi yang besar. Hasil produksi dengan nilai tambah itu kemudian dijual kepada konsumen melalui jaringan distribusi dari grosir hingga ke tingkat eceran, sehingga sampai ke tangan konsumen. Selain dari bahan mentah menjadi produk jadi, perusahaan manufaktur juga mencakup industri yang mengolah barang mentah menjadi barang setengah jadi, atau barang setengah jadi menjadi barang jadi. Perusahaan manufaktur juga bisa disematkan pada perusahaan perakitan, biasanya mengacu pada perusahaan yang bergerak di bidang elektronik dan otomotif. Karena dilakukan dengan skala produksi yang besar, perusahaan manufaktur tentunya memiliki jumlah pekerja atau tenaga kerja yang besar.

Beberapa perusahaan manufaktur bahkan melibatkan mesin-mesin besar. Itu sebabnya, di banyak Negara keberadaan perusahaan manufaktur sangat penting karena membantu menciptakan lapangan pekerjaan yang sangat signifikan. Selain itu karena produksinya yang massif, maka perusahaan manufaktur sangat mengandalkan standar operasional prosedur (SOP). Ini karena perusahaan manufaktur lazimnya memiliki proses produksi tahap demi tahap. Perusahaan manufaktur juga dikenal sebagai perusahaan yang menyediakan produk yang dibutuhkan oleh pasar. Semakin besar permintaan dari pasar, maka semakin banyak juga proses produksi yang akan dilakukan oleh pihak tersebut.

Manajemen operasional merupakan bagian manajemen yang erat kaitannya dengan mengawasi, merancang dan mengendalikan kegiatan produksi. Selain itu, manajemen juga bertugas mengendalikan kegiatan produksi dan proses perbaikan strategi kegiatan bisnis dalam hal produksi barang dan jasa. Kegiatan manajemen operasional erat kaitannya dengan bermacam aktivitas perusahaan dalam melakukan perubahan rangkaian input dasar. Seperti perubahan input bahan baku, energi, kebutuhan konsumen, informasi, kemampuan perusahaan, keuangan perusahaan dan lainnya menjadi output untuk konsumen. Bidang pekerjaan manajemen operasional meliputi pengadaan barang atau jasa dari sumber terkait, menjalin hubungan baik dengan pihak-pihak yang terlibat dalam proses operasional, serta meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan sumber daya.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Motivasi**

Motivasi berasal dari kata bahasa latin *move* yang artinya menggerakkan, dimana seseorang konsumen tergerak membeli suatu produk karena ada sesuatu yang menggerakkan . Motivasi adalah kekuatan yang energik yang menggerakkan perilaku dan memberikan tujuan dan arah pada perilaku. Motivasi berperan penting terhadap keputusan pembelian. Selain Motivasi, persepsi berpengaruh pula terhadap keputusan pembelian. Motivasi dapat diartikan sebagai pemberi daya penggerak yang menciptakan kegairahan

seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan .

## 2. Persepsi

Persepsi bukan hanya proses psikologis semata, tetapi diawali dengan proses fisiologis yang dikenal sebagai sensasi . Persepsi akan timbul bila disebabkan oleh adanya stimuli yang merupakan segala sesuatu yang mengenai indra dan menimbulkan persepsi bisa bermacam-macam bentuknya misalnya segala sesuatu yang dapat dicium, segala sesuatu yang dapat dilihat, segala sesuatu yang dapat didengar, dan segala sesuatu yang dapat diraba. . Menurut Schiffman dan Kanuk dalam buku mendefinisikan persepsi sebagai proses psikologi dimana individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli menjadi sesuatu yang bermakna. Persepsi adalah proses psikologi dimana individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli menjadi sesuatu yang bermakna Schiffman dan Kanuk dalam buku . Persepsi adalah suatu proses dengan mana berbagai stimuli dipilih, diorganisir dan diinterpretasi menjadi informasi yang bermakna .

## 3. Sikap

Sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespon terhadap suatu obyek dalam bentuk rasa suka atau tidak sesuai Allport, dalam buku . Schiffman dan Kanuk dalam buku mengemukakan bahwa sikap merupakan ekspresi perasaan yang berasal dari dalam diri individu yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu obyek. Sikap adalah proses pengorganisasian motivasi, emosi, persepsi dan kognitif yang bersifat jangka panjang dan berkaitan dengan aspek lingkungan disekitarnya Hawkins, dalam buku . Sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespon terhadap suatu obyek dalam bentuk rasa suka atau tidak sesuai Allport, dalam buku . Sikap merupakan suatu kondisi psikologi yang mendahului tindakan dan setiap orang dapat memiliki sikap yang berbeda untuk sebuah obyek yang sama Solomon,

## 4. Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah keputusan pembelian tentang merek mana yang akan dibeli . Pengambilan keputusan konsumen adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih satu diantaranya . Perilaku konsumen akan menentukan pembelian proses pengambilan keputusan. Keputusan pembelian konsumen adalah Proses pengambilan keputusan di mana konsumen memutuskan untuk membeli produk . (Kotler & Armstrong, 2011).

## 5. Hubungan Antar Variabel Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian

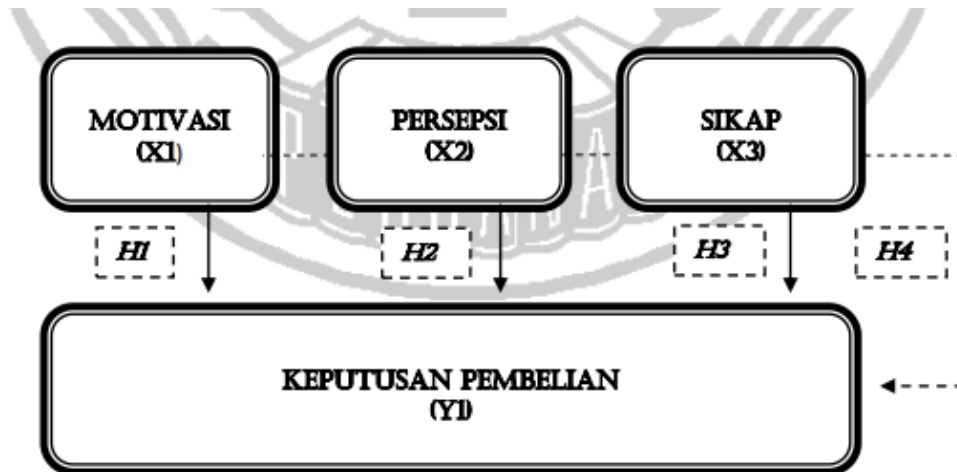
Pada dasarnya, keputusan pembelian terjadi karena timbulnya satu atau lebih kebutuhan yang diinginkan. Motivasi yang dimiliki tiap konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil. Motivasi yang berdasarkan rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. (Setiadi, 2010 : 34).

## 6. Pengaruh Persepsi terhadap keputusan pembelian

Keputusan pembelian oleh konsumen timbul dikarenakan ada proses persepsi sebelum membeli. Persepsi ini diakibatkan karena adanya stimulus yang muncul. Stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Kita dapat merasakan bentuk, warna suara, sentuhan, aroma dan rasa dari stimuli yang ditimbulkan. Perilaku kita kemudian dipengaruhi oleh persepsi fisik ini.

## 7. Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian

Tingkat keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh sikap konsumen sendiri terhadap produk tersebut. Untuk mengetahui bagaimana sikap bisa memprediksi perilaku kita bisa menggunakan teori Reasoned Action dari Fishbein. Menurut teori ini pengukuran sikap yang tepat seharusnya didasarkan pada tindakan pembelian atau penggunaan merek produk bukan pada merek itu sendiri, tindakan pembelian dan mengonsumsi produk pada akhirnya akan menentukan tingkat kepuasan .



### 3. METODE

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan naratif. Adapun jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif yakni penelitian yang dilaksanakan untuk mengetahui nilai variabel itu sendiri, baik satu variabel maupun lebih dari satu variabel dengan hanya memberikan gambaran saja tanpa adanya intervensi dari peneliti.

Lokasi dalam penelitian ini adalah PT. Madeena, yang beralamatkan di Perum Rama Cipta Indah Kecamatan Tarogong Kidul. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang akan penulis lakukan meliputi tiga hal antara lain: Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Wawancara ini peneliti lakukan kepada karyawan di PT. Madeena.

### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

PT Madeena adalah perusahaan yang bergerak pada bidang konveksi. Produksi yang di lakoni saat ini mukena corak atau sering disebut motif katun bali yang sangat dikenal ramah oleh masyarakat. Setiap nama memiliki perjalanan dan kisah. Membentuk sebuah tim dan brand yang didalamnya terdapat rasa kasih sayang saling dari sesama anggota. Bernuansa islami sederhana namun selalu ingin di jumpai banyak orang terlahirlah brand yang bernama : Madeena. Nama tersebut diambil dari kota madinah sederhana loyal elegan islami.

Perusahaan Kami dibentuk dengan alasan mukena yang beredar dimasyarakat terlalu kaku atau terlalu monoton. Dengan hal ini perusahaan kami melakukan terobosan mukena yang berbeda dengan yang lain. Launching dari Brand Kami Madeena Daily Collection ialah pada Bulan Ramadhan, Kita menjual secara offline maupun online. kalian bisa beli langsung ke toko Kami Di Newyork Dan bisa juga tersedia Di marketplace kesayangan anda mau di Tokopedia, Shoppe, Bukalapak, Lazada dan lain-lain.

#### 4.1 Sejarah Singkat PT. Madeena

PT Madeena adalah perusahaan yang bergerak pada bidang konveksi. Produksi yang di lakoni saat ini mukena corak atau sering disebut motif katun bali yang sangat dikenal ramah oleh masyarakat. Setiap nama memiliki perjalanan dan kisah. Membentuk sebuah tim dan brand yang didalamnya terdapat rasa kasih sayang saling dari sesama anggota. Bernuansa islami sederhana namun selalu ingin di jumpai banyak orang terlahirlah brand yang bernama : Madeena. Nama tersebut diambil dari kota madinah sederhana loyal elegan islami.

Perusahaan Kami dibentuk dengan alasan mukena yang beredar dimasyarakat terlalu kaku atau terlalu monoton. Dengan hal ini perusahaan kami melakukan terobosan mukena yang berbeda dengan yang lain. Menggabungkan nilai-nilai bisnis dengan teknologi terkini, layanan pelanggan yang terlatih dan tim produksi yang selalu melakukan inovasi agar dapat sejalan dengan kebutuhan pelanggan. Launching dari Brand Kami Madeena Daily Collection ialah pada Bulan Ramadhan, Kita menjual secara offline maupun online. kalian bisa beli langsung ke toko Kami Di Newyork Dan bisa juga tersedia Di marketplace kesayangan anda mau di Tokopedia, Shoppe, Bukalapak, Lazada dan lain-lain.

## **4. 2 Visi dan Misi PT. Madeena**

Visi :

Menjadi perusahaan mukena yang sukses dan berkualitas.

Misi :

- Menghasilkan produk mukena yang berkualitas dan fokus pada kepuasan pelanggan melalui inovasi, pengetahuan dan peningkatan sumber daya manusia ( SDM ).
- Mengembangkan manajemen terbuka dengan tata kelola perusahaan yang baik.
- Membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan semua pemangku kepentingan.

## **4.3 Analisis SWOT PT. Madeena**

Analisis SWOT berdasarkan dalam akal bisa memaksimalkan kekuatan (Strenght) & peluang (Opportunities), tetapi secara bersamaan biasq meminimalkan kelemahan (Weakneses) & ancaman (Threats).Penejelasan berdasarkan analisis SWOT diantaranya kekuatan (Strenght) merupakan factor internal perusahaan pada mendukung perusahaan buat mencapai tujuan, kelemahan (Weaknes) yakni aktivitas organisasi yg nir berjalan menggunakan baik atau asal daya yg diharapkan sang suatu organisasi nir dimiliki, peluang (Opportunities) merupakan factor yg timbul berdasarkan lingkungan yg menaruh kesempatan bagi organisasi atau acara buat kita memanfaatkan, ancaman (Threats) merupakan factor negative berdasarkan lingkungan yg menaruh kendala bagi perkembangan atau berjalannya sebuah organisasi.

### **I. Strenght ( Kekuatan )**

- Pengaturan kegiatan produksi mengacu kepada SOP dan working instruction demi kelancaran proses produksi.
- Pengelolaan aspek produksidan operasional berjalan dengan aman dan terkendali melalui OEE sehingga kualitas produk terjamin.
- Tenaga kerja yang dihasilkan perusahaan terampil dan kompeten dalam bidangnya.
- Modal yang didapat perusahaan adalah modal sendiri dan tidak ada pinjaman bank.
- Penetapan harga produk ditinjau berdasarkan material, proses, kemasan (packaging) dan pengangkutan (transport)

### **II. Weakness (Kelemahan)**

- Kelalaian dari karyawan divisi produksi dan operasional sehingga menyebabkan kegagalan produk.
- Terjadinya miss komunikasi menyebabkan kinerja karyawan tidak maksimal.
- Sanksi yang diterima oleh karyawan diabaikan dan tidak melaksanakan dengan baik.

### **III. Opportunity (Peluang)**

- Pangsa pasar yang berkembang luas di luar wilayah jabodetabek.
- Jumlah pemasok yang banyak untuk mendapatkan kualitas produk yang baik.

### **IV. Threat (Ancaman)**

- Persaingan yang ketat antara perusahaan sejenis di indonesia, khususnya wilayah jabodetabek.
- Banyak perusahaan sejenis yang melakukan inovasi dan pemberian harga khusus untuk memikat konsumen.

## **4.3.1 Alur Proses Produksi**

Alur dari sebuah tahapan produksi yang dimulai dari pengolahan awal bahan baku, pembentukan, pemolesan, penyelesaian, penjagaan dan pengawasan mutu, hingga pendistribusian barang hasil produksi. Berikut ini alur proses produksi pada pembuatan mukena PT. Madeena

1. Cari bahan mukena, Renda dan Sleting.
2. Siapkan Bahan Kain Silky untuk Mukena.
3. Melakukan proses pembuatan dengan desain mukena yang telah ditentukan.
4. Memasangkan renda dibagian ujung bawah mukena, dan juga diroknya.
5. Siapkan packaging yang sudah dipasangkan sleting, lalu pasang name tag dibagian tas dan juga ujung bawah mukena.
6. Siap untuk dijual.

Selama ini sistem manajemen operasional di PT. Madeena telah berlangsung dengan baik dan tidak ditemukan permasalahan yang cukup signifikan. Dilihat dari sistem manajemennya semua sudah berjalan dengan terstruktur dimulai dari pemesanan bahan, kedatangan bahan, proses produksi, quality control hingga proses pengiriman. PT. Madeena selalu mengupayakan bahan yang dipesan sesuai dengan pesanan customer dengan memperhatikan kerapian, agar barang jadi yang dikirim sudah merupakan kualitas terbaik yang dibuat. Dalam proses produksi terjadi pengecekan berulang kali untuk memastikan bahan yang dibuat sesuai dengan ukuran yang dipesan customer. Namun terkadang sering terjadi salah ukuran yang disebabkan sumber daya manusia atau staf yang melakukan pekerjaan tidak mengecek dengan benar.

Penulis mengusulkan agar permasalahan tersebut diatasi dengan segera mungkin dengan beberapa alternatif yang ada seperti pelatihan, pengendalian dan pengawasan dari atasan langsung seperti penggantian sumber daya manusia yang ada saat ini yang dinilai kurang memiliki kompetensi atau keterampilan yang baik. Upaya yang dilakukan divisi produksi dan operasional untuk meningkatkan produksi perusahaan yaitu berusaha semaksimal mungkin untuk menemukan ide-ide kreatif dengan tujuan meningkatkan efisiensi suatu peralatan yang digunakan perusahaan. Hal tersebut akan sangat bermanfaat dengan tujuan dapat mengurangi terjadinya breakdown atau maintenance sehingga perusahaan dapat memiliki kapasitas yang berlebih untuk produksi.

Barang yang dikirim ke customer merupakan barang jadi yang sudah melewati beberapa proses produksi dan pengecekan, sehingga customer akan puas dengan hasil kualitas produk kami. Dengan demikian, PT. Madeena dapat dikatakan berhasil dalam menetapkan manajemen operasional di perusahaannya. Walaupun ada beberapa kendala yang terjadi dalam proses produksi semua itu bisa diatasi dengan baik.

## 5. KESIMPULAN

Perkembangan Industri manufaktur saat ini sangat pesat yang dapat menimbulkan persaingan yang sangat ketat antara perusahaan yang satu dengan yang lain, sehingga semakin banyak tantangan yang dihadapi oleh perusahaan. Umumnya suatu usaha didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba, maka perusahaan ini berusaha menjalankan operasinya dengan menggunakan sumber-sumber ekonomi dan pengusaha ini harus menekan biaya produksi agar harga pokok produksi menjadi lebih rendah, sehingga harga jual dapat ditekan. Dalam menekan harga jual dan beli, PT. Madeena tetap memperhatikan kualitas bahan yang dipakai agar konsumen tetap percaya bahwa walaupun harga naik atau turun kualitas bahan kami tetap yang terbaik.






## REFERENSI

- [1] Tatik Suryani, 2013. Perilaku Konsumen di era Internet "Implikasinya pada Strategi pemasaran". Edisi pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu. Peter, Paul dan Jerry C. Olson. 2013..
- [2] Peter, Paul dan Jerry C. Olson. 2013. Perilaku konsumen & strategi pemasaran Edisi 9 buku 1. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- [3] Supranto & Limakrisna. 2011. Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran "Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis". Edisi 2. Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media.
- [4] Pride, Hughes, dan Kapoor. 2015. Pengantar Bisnis "Introduction to Business". Edisi 11. Jakarta. Salemba Empat [5] S. Li and J. Zheng, "The relationship between self-efficacy and self-regulated learning in one-to-one computing environment: The mediated role of task values," *Asia-Pacific Educ. Res.*, vol. 27, no. 6, pp. 455–463, 2018, doi: 10.1007/s40299-018-0405-2.
- [6] Juliansyah Noor. 2011. Metodologi Penelitian : Skripsi, tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. Jakarta : Prenada Media Group.
- [7] Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Manajemen. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- [8] Burhan Bungin. 2013. Metodologi penelitian Ekonomi dan Sosial. Jakarta : PT. Kencana.
- [9] Puguh Suharso. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis. Jakarta : PT Indeks.
- [10] David, F.R. Manajemen Strategis Konsep (12th ed.). Jakarta: Salemba Empat. Dr. Farida Nugrahani, M.Hum. Metode Penelitian

Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. 36051-ID-manajemen-dan-pengembangan-fungsi-produksi-dan-operasionalpada-usaha-manufaktur. [11] T. J. Cleary and A. Kitsantas, "Motivation and self-regulated learning influences on middle school mathematics achievement," *School Psych. Rev.*, vol. 46, no. 1, pp. 88–107, 2017.

- [12] Kharismawan, Andhika, and Dwi Ratna Hidayati. "Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Sebagai Pendukung Pengembangan Bisnis Cv Kajeye Food." *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo* 9.2 (2016).
- [13] Winarto, Ashif Jauhar. Analisis SWOT pemasaran digital produk Omah Fatih di Pondok Pesantren Darul Ulum Jombang. Diss. UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020..
- [14] Anwar, Moch Choiril, and Meinarini Catur Utami. "Analisis SWOT pada strategi bisnis dalam kompetisi pasar (studi kasus: toko pojok madura)." (2012)
- [15] Fatchur, Rozi. "PERANCANGAN ENTERPRISE ARCHITECTURE E-COMMERCE PADA PENJUALAN MUKENA DI CV. SULAMI COLLECT MENGGUNAKAN METODE TOGAF ADM." Tugas ETS (2021).

## BIOGRAFI PENULIS

	<p><b>Erina Dwi Nanda</b>     Seorang mahasiswi semester 4 di STIE Yasa Anggana Garut yang mengambil program studi S1 Manajemen. Hobinya membaca buku dan menyanyi. . Dapat menghubungi melalui Email : erinadwinanda16@gmail.com atau Instagram : erinadwinanda</p>
--	--