

# ARTIKEL IMPLEMENTASI MANAJEMEN OPERASIONAL PADA INDUSTRI MANUFAKTUR PT. RINI COLLECTION

DITUJUKKAN UNTUK MEMENUHI TUGAS MATA KULIAH MANAJEMEN OPERASIONAL 1

DOSEN PENGAMPU : MIA KUSMIATI SE.MM

PT. RINI COLLECTION



NISA ZULKISTI

201100059

4B MANAJEMEN REGULER A

STIE YASA ANGGANA GARUT

E\_mail: [nisazulkisti32@gmail.com](mailto:nisazulkisti32@gmail.com)

## ➤ **ABSTRACK**

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan manufaktur yang dalam proses pengoperasiannya atau proses produksinya terdapat perencanaan produksi dan pengendalian agregat karena dalam 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 pertengahan tahun 2022 PT. RINI COLLECTION memperkenalkan mukena yang di desain oleh mahasiswa STIE Yasa Anggana Garut yang melakukan tugas praktek Manajemen Operasional yang berinovasi dan di desain secara menarik dan dijual dengan harga yang terjangkau, dengan ini PT Rini Collection menjual mukena dengan bahan Rayon Premium dengan brand "AVIMIA". Saat itu mukena digunakan untuk menutupi bagian Tubuh wanita di negara Indonesia khususnya yang hanya memakai kerudung awalnya jadi pakai mukena modern di zaman sekarang. Seiring berjalannya waktu muncullah para inovasi baru yaitu Modifikasi mukena, Kondisi ini disebabkan oleh Karakteristik mukena sebagai barang ekonomi, Permintaan pasar yang tinggi begitupun minat pembeli sedikit menjadikan motivasi bagi para pengusaha. Kondisi ini memberikan peluang bagi penjahit/produsen untuk mengembangkan industri. Hal ini terkait pula dengan pasar yang menjadikan penjual mukena sebagai sumber keuntungan. Posisi produsen menguasai beberapa aspek yaitu adanya modal, modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik yang berenergi.

## ➤ **ABSTRACT**

In Indonesia, there are several manufacturing companies whose operations or production processes have production planning and aggregate control because in manufacturing companies, production planning and aggregate control are very important so that they can adjust the production activities of a company that can maximize sales revenue, minimize production costs, maximize working hours. regular, minimize overtime hours, maximize machine utility, and minimize quality costs

In mid-2022 PT. RINI COLLECTION introduces mukena designed by STIE Yasa Anggana Garut student who performs Operational Management practice tasks that innovate and are attractively designed and sold at affordable prices, hereby PT Rini Collection sells mukena with Premium Rayon material with the brand "AVIMIA". At that time, mukenas were used to cover parts of the body of women in Indonesia, especially those who only wore headscarves, initially, so wearing modern mukenas today. As time goes by, new innovations appear, namely Modification of mukena. This condition is caused by the characteristics of mukena as an economic item. High market demand as well as buyer interest is a bit of motivation for entrepreneurs. This condition provides opportunities for tailors/producers to develop the industry. This is also related to the market that makes mukena sellers a source of profit. The position of the producer controls several aspects, namely the existence of capital, economic, social, cultural and symbolic capital that is energetic.

## ➤ **PENDAHULUAN**

Di Indonesia perusahaan manufaktur semakin banyak dan berkembang sehingga di era globalisasi ini setiap perusahaan bersaing dengan perusahaan lainnya tetapi bukan hanya bersaing dengan perusahaan dalam negeri saja tetapi dengan perusahaan luar negeri sehingga setiap perusahaan harus memiliki strategi untuk memenangkan persaingan. Dengan meningkatnya persaingan, maka perusahaan akan lebih meningkatkan kualitas manajemennya agar dapat tetap bertahan dalam persaingan. Ada beberapa cara agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yaitu dengan menentukan perencanaan yang tepat dan cepat sehingga barang tersebut memenuhi permintaan pasar serta menghindari terjadinya penumpukan barang produksi di gudang, memanipulasi persediaan, laju produksi, jumlah tenaga kerja, serta kapasitas atau variabel lainnya. Jika suatu perubahan dapat dilakukan terhadap suatu variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan laju produksi yang disebut strategi murni (pure strategy), diantaranya yaitu mengendalikan jumlah persediaan, mengendalikan jumlah tenaga kerja, sub kontrak, mempengaruhi demand, sedangkan jika digabungkan dua atau lebih strategi murni sehingga perencanaan produksi lebih fleksibel disebut strategi gabungan (mixed strategy). (Ginting, 2014)

Perencanaan produksi yaitu suatu kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan produk sesuai kebutuhan dua pihak yaitu perusahaan dan konsumen. Perencanaan produksi dapat diartikan sebagai suatu pernyataan rencana produksi secara menyeluruh yang dapat memuat kesepakatan antara bagian manufaktur dengan top management yang dapat disusun berdasarkan permintaan serta kebutuhan suatu sumber daya perusahaan. Dalam perencanaan produksi suatu perusahaan mempunyai tiga tingkatan perencanaan yang berdasarkan periode waktunya yaitu perencanaan jangka panjang, perencanaan jangka menengah dan perencanaan jangka pendek.

Dalam perencanaan perusahaan, permasalahan dapat diselesaikan dengan mempertimbangkan berbagai macam suatu keputusan pilihan. Pilihan permintaan yaitu pilihan yang berupaya untuk mengurangi perubahan pola permintaan selama periode. Perencanaan yang dapat dilakukan dengan cara mempengaruhi permintaan yaitu ketika permintaan rendah maka sebuah perusahaan dapat mencoba untuk meningkatkan permintaan melalui promosi, iklan di media sosial, kewiraniagaan dan diskon, contohnya seperti penjualan mukena lama sehingga bisa saja terjadi diskon akhir pekan pada musim sepi atau musim-musim ramai pembeli seperti mendekati hari raya Idul Fitri, dan Idul Adha.

## ➤ **METODELOGI**

Metodologi penelitian ini termasuk kedalam metode literatur dan kualitatif yang merujuk pada buku Manajemen Operasi dan Produksi serta artikel – artikel dari jurnal internasional dan nasional dengan pendekatan metode deskriptif, sehingga hasil dari artikel ini berasal dari opini pribadi yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar memahami materi perencanaan produksi dan pengendalian perusahaan dengan suatu permasalahan yang terjadi dalam perencanaan produksi dan pengendalian perusahaan.

## ➤ **HASIL**

Target pelanggan Mukena adalah muslimah-muslimah seluruh Indonesia, baik anak-anak, remaja putri, maupun ibu-ibu. Untuk itu, kami akan melakukan promosi melalui media sosial kepada para muslimah. Promosi menggunakan media sosial cukup efektif karena masyarakat banyak yang mencari barang yang ingin mereka beli dari internet, selain itu pengguna media sosial mayoritas adalah perempuan. PT. Rini Collection berdiri sejak tahun 2022, perusahaan ini bergerak di bidang produksi mukena. Di zaman ini kebutuhan hidup sudah semakin meningkat. Kebutuhan sekunder sekarang sudah menjadi kebutuhan primer. Mengingat bahwa masyarakat Indonesia mayoritas adalah umat muslim, dalam hal ini PT. Rini Collection menjual mukena dengan bahan rayon premium dengan brand "AVIMIA".

Desain proses produksi: Merupakan proses menyusun stasiun kerja berdasarkan urutan operasi pembuatan produk menurut langkah-langkah standar dalam proses produksi sehingga menghasilkan nilai dan manfaat lebih.

Desain mukena AVIMIA: Untuk desain yang digunakan dalam memproduksi mukena avimia ini yaitu bersifat fleksibel mengikuti Trend pasar. Kain bermotif dan berbeda pilihan utama yang kami gunakan karena dengan motif-motif yang dimiliki setiap kain memiliki nilai fashion tersendiri dan menjadi acuan pertama dalam memproduksi mukena AVIMIA

### ***Input 7 M:***

- ***MAN (manusia)***

Team produksi: 2 orang

Team desain :2 orang

Team promosi : 2 orang

- ***Money (uang)***

Modal pertama yang digunakan oleh perusahaan yaitu sebesar Rp.25.000.000,

- ***Machine (mesin)***

Mesin yang digunakan untuk proses produksi mukena Avimia yaitu MESIN JAHIT.

- ***Method (metode)***

Metode atau cara yang digunakan oleh perusahaan adalah dengan cara menjahit.

- ***Material (bahan baku)***

Bahan yang digunakan oleh perusahaan yaitu: kain rayon, benang jahit, renda pakaian dan aksesoris untuk merek sedangkan alat yang digunakan yaitu jarum jahit dan benang.

- ***Market***

Target pasar, sasaran perusahaan kami yaitu kalangan middle dan media promosi yang kami gunakan yaitu platform online seperti IG, Shopee dan yang lainnya.



<https://shopee.co.id/product/540222922/18902824173?smtt=0.553598705-1652766321.3>

- ***Minutes (menit)***

Dalam 1 bulan perusahaan dapat memproduksi 40pcs. Dan dalam 1 minggu perusahaan dapat memproduksi sebanyak 10 pcs.

### ***Alur proses produksi:***

Tahap 1 Sesuai dengan fungsi manajemen dimana pada tahapan ini perusahaan mulai melakukan perencanaan yang akan dilakukan untuk produksi. Dalam hal ini perusahaan mengolah produk yang sudah jadi. Perencanaan yang telah disepakati yaitu menambahkan renda pada mukena dengan desain yang terbaru dari mukena Avimia.

Di tahap ke 2 ini, manajer operasional memulai tugasnya yaitu mencari bahan-bahan yang akan di gunakan dan kebutuhan lain yang akan di perlukan untuk proses produksi mukena Avimia. Seperti renda pakaian, benang, penjahit dan yang lainnya.

Pada tahap 3 manajer SDM melakukan tugasnya yaitu mencari sumber daya manusia yang dibutuhkan dan berkompeten dalam menjahit untuk memproduksi mukena AVIMIA.

Pada tahap ke 4 manajer pemasaran mulai merencanakan tugasnya yaitu merencanakan rencana dan strategi apa yang akan di pakai untuk melakukan promosi produk mukena AVIMIA agar setiap promosi yang dilakukan oleh perusahaan dapat menarik perhatian dan minat para konsumen untuk membeli produk perusahaan.

Pada tahap ke 5 tugas manajer keuangan untuk mengatur dan mengawasi semua aspek dalam keuangan baik dari segi pengeluaran maupun pemasukan yang dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan dapat mengetahui seberapa besar keuntungan/kerugian yang di alami perusahaan.

Tahap 6 merupakan tahap evaluasi dimana semua manajer dan SDM PT Rini Collection melakukan meeting untuk mengevaluasi dari setiap bidang dalam perusahaan untuk perbaikan ke depannya.

### ***Analisa Pemasaran Produk***

Strategi pemasaran yang akan dilakukan adalah:

1. Strategi Harga  
Strategi harga dilakukan berdasarkan harga pasar. Harga yang ditetapkan adalah dibawah harga pasar dengan tetap menjaga kualitas.
2. Strategi Promosi  
Strategi promosi dilakukan dengan cara memasarkan melalui media sosial, grup chatting, dari mulut ke mulut, dll.
3. Strategi Bisnis

Strategi bisnis dilakukan dengan mempelajari pesaing untuk mengambil hal-hal yang baik dari mereka.

### ***Analisis SWOT***

1. Strength
  - Potensi pasar yang cukup besar dan menjanjikan
  - Respon masyarakat yang positif
  - Bahan baku yang mudah didapat
  - Kualitas yang baik
  - Harga lebih murah
2. Weakness
  - Jumlah pesaing yang cukup banyak
  - Ketidakpercayaan masyarakat akan kualitas yang ditawarkan
3. Opportunity
  - Banyaknya konsumen
  - Mudahnya melakukan promosi
4. Threats
  - Timbul usaha sejenis yang lebih murah

- Jaringan usaha yang belum luas
- Naiknya harga bahan baku karena banyaknya permintaan

### ➤ **STRATEGI PEMASARAN**

**PROCES (PROSES):** Keunikan dari proses produksi mukena AMIVIA di mana produk yang dihasilkan di desain sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk yang unik dan tentunya memiliki nilai guna sehingga dapat menciptakan daya tarik tersendiri terhadap pasar. Mengontrol kualitas secara berkala dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat dan menjaga loyalitas konsumen.

**Fisik Evidenc (tampilan fisik):** Mukena Amivia akan didesain sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk yang unik, bernilai guna, serta sesuai selera pasar. Produk akan didesain dengan berbagai model dan ukuran dengan memperhatikan faktor kenyamanan bahan yang digunakan. Dengan demikian akan tercipta sebuah produk mukena yang unik, modis, trendi, serta nyaman dipakai.

**PRODUCT (produk):** Mukena Avimia memberikan ciri khas terhadap produk. Kualitas produk menjadi kunci utama produk dalam membidik target pasar. Produk memiliki beberapa jenis model sesuai dengan pangsa pasar.

**Price (Harga):** Produk memiliki berbagai macam harga sesuai dengan model dan ukuran dengan tujuan agar tepat dalam membidik target pasar yang sesuai. Kisaran harga produk adalah Rp 250.000,00-Rp. 350.000,00.

**Place (Tempat):** Lokasi pemasaran awal berfokus pada pemasaran secara langsung dilingkungan sekitar pelaksana kegiatan PT. Rini Collection yang terletak di Pamoyanan 2 blok u no 1 rt 04/16 kelurahan Sukagalih, Kecamatan Tarogong Kidul, Kabupaten Garut, Jawa Barat.

**Promotion (promosi):** Promosi dilakukan menggunakan media pemasaran daring dan luring. Promosi daring memanfaatkan sosial media bertujuan agar produk dikenal secara luas dan pemesanan tidak terikat waktu.

### ➤ **TUJUAN PRODUK**

Tujuan dari pembuatan produk barang mukena ini untuk mengasah kemampuan produsen dalam membangun serta mengembangkan sebuah produk sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membelinya. Produk ini dibuat untuk mengembangkan suatu perusahaan, selain membenarkan factor produksi, tindakan pemasaran yang sangat berperan didalamnya sehingga melalui pengembangan produknya tujuan yang ingin dicapai dapat sesuai dengan rencana yang dibuat dan ada kesesuaian dengan keadaan pasar lalu Produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan keinginan konsumen, atau harga yang ditetapkan dapat memenuhi harapan konsumen, sehingga memungkinkan konsumen untuk melipatgandakan pembeliannya terhadap produk yang ditawarkan, yang pada gilirannya mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Keberhasilan pemasaran produk dapat menjamin kehidupan serta menjaga kestabilan kegiatan-kegiatan operasional perusahaan Dalam upaya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan dengan mengadakan riset terhadap produk khususnya untuk menjamin mutu dengan mencari banyak sample untuk sasaran pasar. Selalu mengevaluasi kinerja karyawan dalam memproduksi barang atau jasa. Tujuan produk harus dijadikan pedoman dalam menentukan tipe dasar strategi yang dibutuhkan. Sebagai contoh, jika tujuan utama produk adalah meningkatkan kuantitas penjualan atau pertumbuhan harga pasar, maka biasanya alternative utama yang dipertimbangkan adalah strategi permintaan selektif yang berfokus pada upaya merebut pelanggan dari pesaing / memperluas pasar yang dilayani. Pembeli akan membeli produk jika merasa cocok. Karena itu, produk harus disesuaikan dengan keinginan pasar / selera pasar. Mukena digunakan sebagai sarana perlengkapan bagi seorang muslimah untuk mendekatkan diri kepada pencipta- Nya, maka tidak ada salahnya bila manusia mengusahakan untuk mengenakan pakaian yang terbaik. Dan untuk berfungsi barang 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.

## ➤ KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan: Mukena adalah busana perlengkapan shalat untuk perempuan muslim khas di Indonesia, sebenarnya dalam Islam tidak ada kaidah terperinci perihal pakaian seperti apa yang digunakannya untuk shalat, yang ada hanyalah prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk salat hendaknya menutupi aurat dan bersih dari noda atau kotoran. PT. Rini Collection berdiri sejak tahun 2022. perusahaan ini bergerak di bidang produksi mukena. Di zaman ini kebutuhan hidup sudah semakin meningkat, Kebutuhan sekunder sekarang sudah menjadi kebutuhan primer. Mengingat bahwa masyarakat Indonesia mayoritas adalah umat muslim, dalam hal ini PT.Rini Collection menjual mukena dengan bahan rayon premium dengan brand "AVIMIA" bahan yang digunakan sangatlah lembut dan nyaman di gunakan saat beribadah. Mukena yang di prosuksi oleh PT. Rini Collection memiliki nilai fashion yang sangat tinggi dengan kombinasi motif yang berbeda dan selaras antara atasan dan bawahan sehingga akan tetap terlihat cantik bagi penggunanya

Saran: Meningkatkan iklan penjualan, meskipun pasar garut telah diketahui oleh masyarakat luas tetapi meningkatkan iklan penjualan juga merupakan solusi yang baik. Misalkan iklan melalui sosial media yang saat ini sedang trend agar lebih banyak diketahui lagi bagi kalangan masyarakat.


## ➤ 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.

## REFERENSI

- ❖ Erlian Supriyanto, MT. 2013. "Manufaktur" Dalam Dunia Teknik Industri. Indept. 3(3): 1-4
- ❖ Pawar, Avinash, Mia Kusmiati dan Andre Suryaningprang. 2020. Manajemen Operasi dan Produksi. Garut: CV Aksara Global Akademia
- ❖ <https://www.hipwee.com/>
- ❖ Villarino, R. R. 2011. Learning to Live: Consumerism. Original Edition. Nova Galicia Edicions. Terjemahan Septina Yuda P. 2011. Konsumerisme. Jakarta: PT Bhuwana Ilmu Populer.
- ❖ Atmadja, N.B., 2010. Ajeg Bali: gerakan, identitas kultural, dan globalisasi. Penerbit & distribusi, LKIS
- ❖ Ibrahim. 2007. Penelitian dan Penilaian Pendidikan. Bandung: Sinar Baru
- ❖ Pustaka Pelajar. Marguire, D. C. 2000. Sacred Energies. Fortress Press. Terjemahan Ali Noer Zaman, 2004. Energi Suci Kerja Sama Agama-agama untuk Menyelamatkan Masa Depan Manusia dan Dunia. Jakarta: Pohon Sukma.
- ❖ Fealy, G., & White, S. (Eds.), 2008. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia. Institute of Southeast Asian Studies
- ❖ Fealy, G. 2008. Consuming Islam: Commodified religion and aspirational pietism in contemporary Indonesia. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia.
- ❖ Fealy, G., & White, S. (Eds.), 2008. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia. Institute of Southeast Asian Studies.

## BIOGRAFI

	<p>Nisa Zulkisti adalah salah satu mahasiswa STIE Yasa Anggana Garut , Kelas 4B Manajemen reguler A, Lahir di Ciamis 13 Februari 2002, Beliau bertempat tinggal di Griya Pamoyanan 2 Blok U no.1 rt 04/rw018 kelurahan Sukagalih,Tarogong Kidul,Garut, Jawa Barat. Sebelum tinggal Garut beliau pernah tinggal di Bandung selama 12 Tahun dan menyelesaikan pendidikan dasar di SD AL-GHAZALI, lalu ia pernah tinggal di Ciamis selama 6 tahun dan menyelesaikan sekolah di MTsN 5 Ciamis, SMAN 1 RANCAH. Beliau merupakan anak pertama dari 2 bersaudara anak dari pasangan Jajang Rahmat S.Sos dan Nunung Umiasih Amd.</p>
---	--