

Implementasi Manajemen Operasional pada Industri Manufaktur Mukena

Dena Hadiyanti

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana, Garut

ABSTRACT

The competition in the manufacturing industry is growing, as many fashion companies already have. For that matter, every company must be able to withstand the competition by performing and performing best for its consumers, both with service and products. The goal of this study is to determine the consumer's response to mucosa products launched by the PT Lanapuri group's creative design and innovation, trendy and current market interests. Qualitative products are the company's main concern. The research method used by the writer is by using descriptive, literary reviews, and observations. To set the priorities, the analysis company should first recognize that swot analysis is essential to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the product and to be able to determine the total cost of production through BEP (break even point). This segmentation of the product is earthen for the middle class to enjoy. In the marketplace of social and economic media, companies have broad opportunities to market their products digitally and to reach more consumers.

Keyword: Manufacturing, Trendy, SWOT analyse, Segementation, Marketplace

Persaingan dalam industri manufaktur saat ini sudah semakin berkembang, dikarenakan sudah banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang fashion, untuk itu setiap perusahaan harus mampu menghadapi persaingan dengan menampilkan dan memberikan performa mereka yang terbaik bagi konsumennya baik dengan pelayanannya, produk maupun keduanya. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui respon konsumen terhadap produk mukena yang diluncurkan oleh PT Lanapuri Group yang memiliki desain dan inovasi yang kreatif, *trendy* dan sesuai dengan minat pasar saat ini. Maka dari itu kualitas produk menjadi perhatian utama perusahaan. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah dengan menggunakan metode deskriptif, literatur review dan observasi. Untuk menetapkan prioritas apa saja yang harus didahulukan oleh perusahaan analisis yang digunakan adalah analisis *SWOT* penting dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada produk serta dapat mengetahui total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi melalui BEP (*Break Even Point*). Segmentasi produk ini diperuntukkan bagi kalangan menengah ke atas. Dalam pemasarannya keberadaan media sosial dan *marketplace* memberi kesempatan luas bagi perusahaan untuk memasarkan produk secara digital serta menjangkau lebih banyak konsumen.

Kata Kunci: Manufaktur, Trendy, analisis SWOT, BEP, Segmentasi, Marketplace.

Corresponding Author:

Dena Hadiyanti

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana

Jalan Samarang, Tarogong Kidul, Garut

Email: hadiyantidena@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.

Produk adalah barang atau jasa yang dibuat atau ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu. Produk yang diluncurkan PT Lanapuri adalah mukena. Mukena merupakan sebuah produk yang dibutuhkan oleh banyak muslimah di Indonesia guna menutup aurat dalam menjalankan ibadah shalat.. Sehingga dengan kata lain, mukena adalah salah satu jenis busana yang merupakan perlengkapan sholat. Namun uniknya, mukena hanya dipakai oleh wanita Indonesia. Pasar fashion muslimah di Indonesia memang terbilang sangat menjanjikan melihat penduduk Indonesia yang mayoritas muslim. Tentunya hal ini menjadikan peluang perusahaan untuk ikut terjun langsung dalam bisnis penyedia fashion muslimah dengan design beragam dan ramah lingkungan. 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

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. Dalam artikel ini jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata bukan angka-angka. Penelitian 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

yang bukan, sehingga untuk menyesuaikan dengan cara berbusana Islam maka dibuatlah mukena yang sederhana akan tetapi bisa menutupi seluruh anggota badan kecuali wajah dan telapak tangan. Sejak saat itu, para muslimah tidak bisa dipisahkan dari mukena yang merupakan perlengkapan ibadah muslimah atau Islamic Prayer Set.

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. Di zaman modern saat ini, mukena juga mengalami berbagai perkembangan, jika dulu mukena didominasi warna putih dan polos tanpa corak, kini model mukena semakin beragam mengikuti perkembangan zaman dengan aneka warna dan model yang beragam. Untuk itulah PT Lanapuri Group hadir sebagai penyedia mukena trendy dan inovatif yang dapat digunakan wanita dewasa kalangan menengah ke atas. Kepala Badan Standardisasi dan Kebijakan Jasa Industri (BSKJI) Doddy Rahadi dalam menyebutkan, Kemenperin antara lain mendukung upaya peningkatan daya saing industri dalam negeri untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan berkesinambungan. Jaminan kepastian mutu produk yang dihasilkan industri tersebut menjadi hal penting yang harus dipertahankan dan ditingkatkan.

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. Penelitian ini menggunakan model penelitian deskriptif dengan jenis penelitian studi pustaka.

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 digunakan 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.

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 industri 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 Tranformasi 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 pla 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 adlah 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 tida ada keusakan maka produk tersebut kolos 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 berkuliatas 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.
- Opportunities (Kelemahan)
- 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 Mukena Avimia yang akan resmi di buka pada bulan Ramadhan tahun 2022. Momen Ramadan merupakan momen yang penting bagi pegiat usaha khususnya yang bergerak di bidang fesyen karena transaksi mengalami peningkatan yang signifikan. Pemilihan produk mukena ini sebagai ajang perayaan Idul Fitri bagi umat muslim agar menjadi lebih istimewa dan spesial. Input yang digunakan menggunakan unsur Manajemen yaitu 7M diantaranya man, money, method, material, machine, market dan minute sehingga mudah dalam penyusunan dan pengaplikasian yang diterapkan. Perusahaan 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.

REFERENSI

- [1] Pawar, A., Kusmiati, M., & Suryaningprang, A. (2021). *Manajemen Operasi dan Produksi*. CV Aksara Global Akademia.
- [2] Sukardi. (21 April 2022). *Metodologi penelitian pendidikan: kompetensi dan Praktiknya (edisi revisi)*.
- [3] Albi Anggito, J. S. (21 April 2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- [4] 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.
- [5] Kadim. (2017). *Penerapan Manajemen Produksi dan Operasi di Industri Manufaktur*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- [6] Dalma, Afif. 2022. *Pengertian Produk*. <https://dosenpintar.com/pengertian-produk/>. (23 April 2022)
- [7] Athallah, Gattar. 2022. *Pengertian analisis usaha dan 7 cara melakukannya*. <https://mekari.com/blog/analisis-usaha/> (4 Januari 2022)
- [8] Wijaya, Putut. 2021. Contoh analisis Peluang dengan analisis SWOT. <https://www.ukulele.co.nz/contoh-analisis-peluang-usaha/amp/> (1 September 2021).
- [9] Raharja, Algonz. 2022. *Manajemen Produksi: Definisi, Tujuan, Fungsi dan 3 Aspeknya*. <https://www.ekrut.com/media/manajemen-produksi>. (11 Januari 2022).
- [10] Riyanti, D. (2016). *Inovasi Mukenah Rok Anti Melorot MAsa Kini sebagai Solusi Permasalahan Shalat Pada Muslimah*. Sumedang: Universitas Pendidikan Indonesia.

- [11] Rahmawahida, Deasy. 2021. *Shalwa: Boutique Attire Muslimah dengan Penerapan Dinamic Capability Sustainable Bussines Model Zero waste Fashion*. Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- [12] Anggraeni, Rina. 2021. *Potensi pasarnya bikin ngiler, Menperin dorong pengembangan Industri Halal*. <https://today.line.me/id/v2/article/z3WDzJ>. (22 Juni 2021).
- [13] Fitrihana, Noor. *Pemberdayaan Pendidikan Teknik Busana di Perguruan Tinggi untuk Pengembangan Industri Garmen di Pasar Global*. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- [14] Azzahra, Rasya. 2022. *Ramadan jadi Momen Industri fashion dorong Pemulihan Ekonomi*. <https://www.urbanasia.com/ramadan-jadi-momen-industri-fashion-dorong-pemulihan-ekonomi-U56411>. (Maret 2022).
- [15] Ali Noer Zaman. 2004. *Energi Suci Kerja Sama Agama-agama untuk Menyelematkan Masa Depan Manusia dan Dunia*. Jakarta: Pohon Sukma. Fortress Press.

Biografi Penulis



Dena Hadiyanti adalah Mahasiswi kelahiran kota Garut, Jawa Barat. Sebagai Mahasiswi disalah satu perguruan tinggi yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana Garut. Mahasiswi 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. Serta menyadari bahwa pengalaman berorganisasi penting untuk mahasiswa yang sedang mencari jati diri dan mencari relasi yang dapat menambah wawasan maupun pengetahuan.