

Implementasi Manajemen Operasional Pada Industri Manufaktur Mukena

Yayang Nugraha¹

¹Manajemen, STIE Yasa Anggana Garut, Garut, Indonesia

ABSTRAK

Kelangsungan organisasi dan bisnis selalu memiliki bagian yang didedikasikan untuk manajemen operasional. Manajemen operasi perusahaan mempertimbangkan kinerja berdasarkan tujuan manajemen operasional. Faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen operasional dianggap penting dalam perusahaan. Dengan kata lain, ia berperan dalam mencapai tujuan. Meningkatkan produktivitas karyawan. Meningkatkan niat baik. Penggunaan sumber daya dan motivasi karyawan secara optimal. Manajer perlu memahami semua proses di perusahaan. Sertakan koordinasi dalam proses dengan perkembangan terbaru sambil menilai kembali strukturnya. Tugas dan peran PT. Claraa Fashion yang paling penting adalah bertanggung jawab atas kelangsungan hasil produksi dari segi kuantitatif dan kualitatif. PT. Claraa Fashion ini bertempat di Garut, Jawa Barat yang memproduksi mukena yang premium sehingga menjadi incaran bagi pemuda pada saat ini. Selain itu berbagai macam jenis mukena telah hadir dengan kualitas dan bahan yang terbaik. Sehingga permintaan mukena yang masih tinggi dapat terpenuhi apabila produksi mukena dilakukan oleh industri manufaktur yang dikenal dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh pasar karena proses produksinya menyesuaikan dengan permintaan pasar.

Kata Kunci : Claraa Fashion, Manajemen Operasional, Perseroan Terbatas,

ABSTRACT

Organizational and business continuity always have a section dedicated to operational management. The company's operations management considers performance based on operational management objectives. Factors that affect operational management are considered important in the company. In other words, it plays a role in achieving goals. Increase employee productivity. Increase goodwill. Optimal use of resources and employee motivation. Managers need to understand all processes in the company. Include coordination in the process with the latest developments while reassessing the structure. Duties and roles of PT. Claraa Fashion is most important is responsible for the continuity of the production in terms of quantitative and qualitative. PT. Claraa Fashion is located in Garut, West Java, which produces premium mukena so that it is the target of today's youth. In addition, various types of mukena are available with the best quality and materials. So that the demand for mukena which is still high can be fulfilled if the production of mukena is carried out by a manufacturing industry which is known to be able to meet the needs needed by the market because the production process adapts to market demand.

Keywords: Claraa Fashion, Manajemen Operasional, Perseroan Terbatas,

Corresponding Author:

Yayang Nugraha

S1 Manajemen, STIE Yasa Anggana Garut

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

Email: nugrahayayang111@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Manajemen operasi adalah penerapan ilmu bisnis untuk mengarahkan kegiatan manufaktur atau operasional sehingga dapat dijalankan secara efisien. Manajemen operasi pada umumnya adalah proses mengubah berbagai faktor produksi, termasuk sumber daya manusia, mesin, peralatan, bahan baku, dan faktor produksi lainnya, menjadi berbagai faktor, barang, atau jenis jasa yang penting bagi organisasi atau bisnis. upaya untuk memaksimalkannya.

Manajemen produksi merupakan bagian dari bidang kendali dengan tugas mengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan bisnis. Untuk mengatur produksi, kita harus membuat keputusan yang berkaitan dengan pencapaian tujuan kita. Sehingga barang dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang direncanakan.

Manajemen produksi berkaitan erat dengan pengambilan keputusan pada proses produksi untuk mencapai tujuan organisasi. Selain itu, ada dua faktor yang mempengaruhi pengendalian produksi. Termasuk pembagian kerja, yang merupakan faktor di balik pembagian kerja yang benar. Oleh karena itu, produk yang diperoleh berkualitas tinggi dan diterima dengan baik di pasar. Pembagian kerja membantu membuat proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien.

Produksi ialah penciptaan produk (barang/jasa). Produksi juga bisa dimaknai sebagai kegiatan ataupun proses pentransformasian input menjadi output. Adapun manajemen operasional merupakan suatu proses ataupun kegiatan membuat produk dengan cara mentransformasi input menjadi output. Manajemen produksi dan operasi juga bisa didefinisikan sebagai kegiatan mengatur dan mengkoordinasi penggunaan berbagai sumber daya secara efektif dan efisien dalam upaya membuat produk ataupun menambah kegunaannya.

Ruang lingkup manajemen operasi meliputi perancangan/ penyiapan dan pengoperasian sistem produksi. Perancangan sistem produksi meliputi hal-hal berikut:

1. Penyeleksian dan perancangan produk, proses dan peralatan.
2. Pemilihan lokasi perusahaan dan unit produksinya
3. Perancangan tata letak (*layout*)
4. Perancangan tugas dan pekerjaan
5. Penyusunan strategi produksi dan pemilihan kapasitas

Adapun pengoperasian sistem produksi meliputi hal-hal berikut:

1. Penyusunan rencana produksi.
2. Perencanaan, pengadaan dan pengendalian persediaan atau bahan.

Manufaktur adalah sektor inti karena empat alasan. Pertama, sektor manufaktur merupakan sektor yang paling berkontribusi terhadap pembentukan PDB. Kedua, cabang ini termasuk cabang dengan tingkat penyerapan tenaga kerja yang relatif tinggi. Ketiga, selain migas, sektor ini memberikan kontribusi terbesar dalam struktur ekspor. Keempat, industri manufaktur memiliki tingkat keterkaitan ke belakang (sensitivitas) dan keterkaitan ke belakang (penetrasi) yang tinggi dengan sektor lain. Mengingat peran penting yang dimainkan manufaktur, mungkin perlu untuk menganalisis kinerja produktivitas manufaktur Indonesia. Secara khusus, untuk memastikan keberlanjutan pertumbuhan produksi di wilayah tersebut. Daerah pertumbuhan. Selama satu dekade terakhir, pertumbuhan manufaktur Indonesia berkisar antara 2,2% hingga 6,1%. Namun, ada kekhawatiran bahwa kontribusi industri manufaktur terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia telah menurun sejak berakhirnya krisis ekonomi 1998, dari 2003 hingga 2013, terutama sejak 2008.

Beberapa pihak mengkhawatirkan penurunan kontribusi industri manufaktur terhadap pembentukan PDB Indonesia selama satu dekade terakhir, bahkan menyebutkan bahwa era deindustrialisasi telah datang ke Indonesia. Optimisme dalam industri konstruksi di Indonesia tidak boleh berhenti, teknologi dalam perkembangan sektor industri manufaktur memegang peranan penting dan patut mendapat perhatian. Kontribusi teknologi terhadap pertumbuhan sektor industri di Indonesia sejauh ini belum berperan signifikan dan relatif jauh dari negara-negara lain di kawasan Asia-Pasifik.

2. 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 penelitian.

Lokasi dalam penelitian ini adalah PT. Claraa Fashion, yang beralamatkan di Jl.Ngontong. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang akan penulis lakukan meliputi tiga halantara lain: Observasi, Wawancara, Dokumentasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Claraa Fashion Merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Fashion Muslim, serta mempunyai sebuah produk, yaitu mukena. Claraa Fashion diambil dari nama seorang anak perempuan disebuah kerajaan yang Bernama Claraa, yang memiliki filosofi wanita Anggun, cantik, dan mempesona. Claraa Fashion ini bertempat di Jl. Ngontong No 67. Claraa Fashion didirikan karena ingin membuat produk mukena, tetapi mukena perusahaan kami akan berbeda, karena produk kami selalu memberikan inovasi terbaru sehingga orang-orang yang pernah membeli produk kami tidak bosan dengan produk kami.

Claraa Fashion didirikan karena Maraknya Mukena yang berbahan dari Katun Rayon sehingga kami tertarik untuk memproduksi mukena ini dengan tampilan yang berbeda dari mukena yang lain.The Simple Fashion ini menggunakan tehnik campuran (semi Modern) sehingga dapat memikat pelanggan yang cukup banyak. The simple fashion melakukan pemasaran dengan cara memposting di e-commerce dan iklan di Media Sosial.

3.1. Visi dan Misi

Visi dari perusahaan PT. Claraa Fashion adalah menjadi perusahaan fashion busana muslim yang memiliki ciri khas yang berbeda serta mengikuti trend dari masa ke masa.

Sedangkan untuk Misi nya adalah menjadi perusahaan yang bergerak di industri fashion yang mengutamakan kualitas dan pelayanan yang maksimal.

3.2. Unsur Manajemen

Manajemen saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya. Selain itu dengan menerapkan unsur-unsur manajemen dalam sebuah perusahaan dapat berguna untuk peningkatan dalam mencapai tujuan yang telah di rencanakan dalam sebuah perusahaan. Unsur-unsur manajemen terdiri dari 7 unsur, yaitu sebagai berikut:

1. *Man*(Sumber Daya Manusia)

Man merupakan faktor yang paling penting dan menentukan didalam manajemen. Input pertama yang di gunakan adalah *Man* atau (Manusia). Semua proses produksi di lakukan semua anggota tim Perusahaan, Agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimum.

Sumber Daya Manusia terdiri dari :

- a. Staff Produksi
- b. Staff Administrasi
- c. Editor
- d. Marketing
- e. Tailor (tukang jahit)

2. *Money* (Uang)

Manajemen membutuhkan biaya dalam menjalankan aktivitasnya, baik untuk perawatan alat-alat, pembelian, pembayaran gaji tenaga kerja, pembelian bahan baku / material, dan lainnya.

Dalam pengeluaran yang dipakai dalam pembuatan 100 pcs Mukena Avimia sebesar Rp. 30.000.000.

3. *Material*(Bahan Baku)

Perusahaan membutuhkan bahan baku dalam memproduksi suatu barang. Persediaan bahan baku sangat penting dalam proses. Material yang kami gunakan adalah, Kain katun Rayon, Benang jahit, Aksesoris Merek dan Renda. Sedangkan alat yang kami gunakan untuk memulai produksi yaitu menggunakan Mesin Jahit, Jarum dan Gunting.*Machine* (Mesin)

Diperlukan mesin yang dapat digunakan untuk proses pengelolaan bahan mentah menjadi barang jadi.Selain itu, dibutuhkan mesin dan peralatan kerja lainnya untuk memudahkan pekerjaan yang sulit menjadi lebih mudah (efisien) dan lebih cepat sehingga dapat meningkatkan hasil dan keuntungan. Mesin yang digunakan pada produksi mukena ini berupa Mesin Jahit.

4. *Machine* (Mesin)

Pada sebuah perusahaan pastinya membutuhkan beberapa mesin untuk mempercepat serta mempermudah berlangsungnya produksi. Mesin yang digunakan untuk proses produksi berupa Mesin Jahit.

5. *Method* (Metode)

Diperlukan adanya beberapa metode dalam menentukan bagaimana suatu pekerjaan dapat dilakukan dalam manajemen. Seperti menetapkan serangkaian prosedur dengan mempertimbangkan fasilitas yang tersedia, waktu, kegiatan bisnis, uang dan tujuan yang ingin dicapai.Metode yang digunakan berupa Metode Campuran (Semi Modern).

6. *Market* (Pasar)

Market yang digunakan adalah berupa E-commerce seperti; Instagram, Shopee, Facebook Marketplace.

perusahaan wajib memahami dunia pemasaran dengan baik agar dapat memasarkan hasil produksinya dengan baik pula. Untuk kelangsungan proses produksi pentingnya di lakukan pemasaran produk dari perusahaan itu sendiri..

7. *Minute* (Waktu)

Perusahaan harus bisa mengatur dan mengalokasikan waktu. Hasil proses produksi produk kami perharinya menghasilkan 8-10 Pcs Mukena Avimia. Jika ditotalkan untuk membuat 100 Pcs, Kami hanya membutuhkan waktu sekitar kurang lebih 14 Hari atau 2 Mingguan. Waktu produksi dilakukan

dari pukul 08.00-17.00 WIB.

3.2.1. Alur Proses Produksi

Alur proses produksi adalah bagaimana proses produksi itu berlangsung dari awal sampai akhir menjadi sebuah produk. Berikut ini adalah alur produksi pada pembuatan mukena di PT. Claraa Fashion

- Tahap 1
Memilih Bahan yang Berkualitas dan Harga yang Minim.
- Tahap 2
Memilih Aksesoris untuk mempercantik dan memodifikasi produk.
- Tahap 3
Menentukan ukuran mukena serta mendesain produk mukena
- Tahap 4
Menjahit mukena sesuai desain
- Tahap 5
Melakukan pengecekan mukena yang sudah jadi.
- Tahap 6
Melakukan shoot pemaotretan untuk Iklan dalam pemasaran. Pada tahap ini cukup dibutuhkan karna konsumen bisa melihat terlebih dahulu motif-motif atau model yang mereka inginkan sebelum membeli produk.
- Tahap 7
Tahap terakhir yaitu Packaging, Kemasan atau packaging suatu identitas yang lebih efektif, dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing, karena kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.

Analisa Pemasaran Produk

1. Strategi Harga
Strategi harga dilakukan berdasarkan harga pasar. Harga yang ditetapkan adalah dibawah harga pasar dengan tetap menjaga kualitas.
2. Strategi Promosi
Promosi dilakukan dengan cara memasarkan melalui market place, serta e-commers dan dari mulut ke mulut.
3. Strategi Bisnis
Strategi bisnis dilakukan dengan mempelajari strategi pesaing untuk mencontoh serta menambahkan suatu inovasi dari pesaing. Persaingan terjadi di beberapa hal seperti harga, kualitas produk, serta pemasaran produk.
4. Strategi Pemasaran
Sebuah perusahaan harus bisa menyusun strategi pemasaraan salah satunya dengan mempromosikan produk secara efektif, menjajikan nilai super, menetapkan harga yang menarik dengan diskon-diskon yang menggiurkann untuk menjaga pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru. Melakukan pemasaran dengan membuat brosur atau pamflet, dan menggunakan media social. Mengutamakan kualitas baik itu dari segi bahan baku, maupun harga produk. Menyiapkan fasilitas *delivery order*. Memberikan jasa atau layanan pada konsumen dengan semaksimal mungkin.

3.2.2. Alur Proses Produksi

Alur proses produksi adalah bagaimana proses produksi itu berlangsung dari awal sampai akhir menjadi sebuah produk. Berikut ini adalah alur produksi pada pembuatan mukena di PT. Claraa Fashion

- Tahap 1
Memilih Bahan yang Berkualitas dan Harga yang Minim.
- Tahap 2
Memilih Aksesoris untuk mempercantik dan memodifikasi produk.
- Tahap 3
Menentukan ukuran mukena serta mendesain produk mukena
- Tahap 4
Menjahit mukena sesuai desain
- Tahap 5
Melakukan pengecekan mukena yang sudah jadi.
- Tahap 6
Melakukan shoot pemaotretan untuk Iklan dalam pemasaran. Pada tahap ini cukup dibutuhkan karna konsumen bisa melihat terlebih dahulu motif-motif atau model yang mereka inginkan sebelum membeli produk.
- Tahap 7
Tahap terakhir yaitu Packaging, Kemasan atau packaging suatu identitas yang lebih efektif, dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing, karena kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.

Analisa Pemasaran Produk

5. Strategi Harga
Strategi harga dilakukan berdasarkan harga pasar. Harga yang ditetapkan adalah dibawah harga pasar dengan tetap menjaga kualitas.
6. Strategi Promosi
Promosi dilakukan dengan cara memasarkan melalui market place, serta e-commers dan dari mulut ke mulut.
7. Strategi Bisnis
Strategi bisnis dilakukan dengan mempelajari strategi pesaing untuk mencontoh serta menambahkan suatu inovasi dari pesaing. Persaingan terjadi di beberapa hal seperti harga, kualitas produk, serta pemasaran produk.
8. Strategi Pemasaran
Sebuah perusahaan harus bisa menyusun strategi pemasaraan salah satunya dengan mempromosikan produk secara efektif, menjajikan nilai super, menetapkan harga yang menarik dengan diskon-diskon yang menggiurkann untuk menjaga pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru. Melakukan pemasaran dengan membuat brosur atau pamflet, dan menggunakan media social. Mengutamakan kualitas baik itu dari segi bahan baku, maupun harga produk. Menyiapkan fasilitas *delivery order*. Memberikan jasa atau layanan pada konsumen dengan semaksimal mungkin.

3.2.3. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu cara untuk menentukan strategi bisnis yang digunakan oleh perusahaan untuk mengalahkan pesaing agar memenangkan persaingan bisnis, bentuk sederhananya adalah apabila perusahaan telah mengenal kekuatan dan kelemahan dalam tubuh sendiri serta mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan, dapat dipastikan perusahaan dapat memenangkan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) yang dimiliki serta mengetahui strategi pemasaran yang dijalankan oleh PT. The Simple Fashion dalam usahanya.

1. *Strength*(Kekuatan)

Kelebihan dari produk Mukena ini adalah selain dari bahannya yang Super Premium juga Harganya sangat terjangkau, Karena selain harganya yang terjangkau setiap konsumen yang membeli produk ini akan mendapatkan keuntungan produk berupa kualitas bahan yang Adem, Nyaman, Lembut dan Voucher diskon yang sangat besar. *Weaknes* (Kelemahan) Penggunaan kain katun rayon yang membuat mukena lebih besar saat di lipat tidak sepraktis mukena model parasut

2. *Weakness* (Kelemahan)

Seperti halnya model yang akan terus berkembang. Bisnis mukena ini bisa digunakan oleh semua kalangan wanita baik remaja ataupun dewasa dengan model yang begitu beragam. Dengan ini bahan yang bagus susah dicari serta bahan material mengalami kenaikan harga.

3. *Opportunity* (Peluang)

Peluang Usaha Mukena ini sangat cocok, baik dari segi Pasar Offline ataupun Online. Biasanya mayoritas orang-orang muslim selalu membeli mukena. Seperti halnya model yang akan terus berkembang. Bisnis mukena ini bisa digunakan oleh semua kalangan wanita baik remaja ataupun dewasa dengan model yang begitu beragam. Dan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada dalam hal promosi, seperti promosi lebih gencar melalui sosial media.

4. *Threat*(Ancaman)

Ancamannya selain dari banyaknya Kompetitor yang membuat usaha yang sama, Juga ada beberapa Kompetitor yang menurunkan harga Pasar, Karena dari ancaman tersebutlah yang membuat kami harus berpikir kembali bagaimana caranya agar produk bisa terjual namun dengan harga yang biasa kami tentukan.

4. KESIMPULAN





Claraa Fashion Merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Fashion Muslim, serta mempunyai sebuah produk, salah satunya yaitu mukena. Input yg kami gunakan dalam menjalankan usaha kami tidak lupa dari unsur manajemen yaitu 7 M diantaranya ada man, money, method, material, machine, market, dan minute sehingga dapat mempermudah dalam penyusunan serta pengaplikasiannya. Usaha ini memiliki potensi untuk berkembang lebih maju agar memiliki banyak konsumen dengan melihat analisis SWOT yang telah dilakukan. Usaha ini memiliki ciri khas dari corak yang digunakan dari pada produk yang dapat memuaskan konsumen dengan desain yang elegan dan sesuai perkembangan zaman.

REFERENSI

- [1] Efendi, Suryono, Djoko Pratiknyo, and Edi Sugiono. "Manajemen Operasional." (2019)..
- [2] Wijaya, A., Sisca, S., Silitonga, H. P., Candra, V., Butarbutar, M., Sinaga, O. S., ... & Rikki, A. (2020). Manajemen Operasi Produksi. Yayasan Kita Menulis.
- [3] Parinduri, Luthfi, S. Hasdiana, Pratiwi Bernadetta Purba, Andriasan Sudarso, Ismail Marzuki, Rakhmad Armus, Noni Rozaini et al. Manajemen Operasional: Teori dan Strategi. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [4] Julyanthry, Julyanthry, Valentine Siagian, Asmeati Asmeati, Abdurrozzaq Hasibuan, Ramses Simanullang, Adi Papa Pandarangga, Sukarman Purba, Bonaraja Purba, Rolyana Ferinia Pintauli, and Muhammad Fitri Rahmadana. Manajemen Produksi dan Operasi. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [5] S. Sundari, E. Riadi, R. Alexandro, F. H. H, and M. Oktaria, "Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba (Studi Kasus Pada Cokelat Klasik Palangka Raya)," *Eduonomics J.*, vol. 3, no. 1, 2022.
- [6] M. P. Tampubolon, "Manajemen Operasional - 14," *Ghalia Indones. Jakarta*, no. 2005, 2004.
- [7] Harahap, K. and Amanah, D., 2018. Peningkatan daya saing usaha mukena dan keset kaki di Kecamatan Percut Sei Tuan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(1), pp.502-509.
- [8] Rosmilasari, Rosmilasari. "Manajemen Operasional dalam Pengembangan Program Kerja di Masjid Al-Irsyad Ujung Baru Kota Parepare." PhD diss., IAIN Parepare, 2021. Hopipah, Anisa. ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DI PT. YUMNA BERKAH NUSANTARA. Diss. Universitas Siliwangi, 2021.
- [9] Rizal Saeful, M. (2008). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ONLINE DI PERUSAHAAN MUKENA YUMNA TASIKMALAYA (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- [10] SOLEKHAH, LAILI AFIFATUS. "PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN METODE FULL COSTING DAN VARIABLE COSTING SEBAGAI DASAR PENENTUAN HARGA JUAL PADA NILNA MUKENA KECAMATAN NGUNUT KABUPATEN TULUNGAGUNG." (2022).
- [11] Bilqis, Suci Mutiara, Noverdi Bross, and Bayyinah Nurul Haq. "Perancangan Mukena UKM DW Kreasi Untuk Muslimah." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)* 2, no. 4 (2020): 504-514.
- [12] Rosmilasari, Rosmilasari. "Manajemen Operasional dalam Pengembangan Program Kerja di Masjid Al-Irsyad Ujung Baru Kota Parepare." PhD diss., IAIN Parepare, 2021. Hopipah, Anisa. ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DI PT. YUMNA BERKAH NUSANTARA. Diss. Universitas Siliwangi, 2021.
- [12] Maharani, Muthia, and Liana Dewi Susanti. "Peningkatan Pelayanan Pada PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro Dilihat Dari Analisis SWOT." *Multazam: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah* 1.1 (2022): 54-62.
- [13] ROHMAWATI, MUSFIKOH IFNA KHOIRU. "STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN KONVEKSI MUKENA BORDIR TULUNGAGUNG PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." (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



Yayang Nugraha     Seorang Mahasiswa Semester 4 dengan Program studi S1 Manajemen di Stie Yasa Anggana Garut. Hobi nya di Otomotif. Bisa hubungi:
Email : nugrahayayang111@gmail.com
Instagram : @nugrahhu