

# **Implementasi Manajemen Operasional pada Industri Manufaktur Mukena PT. Karen'C**

**Novi Suciani (201100069)**

**Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “Yasa Anggana” Garut**

**Jl. Otto Iskandardinata No. 278A Garut**

**email: [novisuciani3011@gmail.com](mailto:novisuciani3011@gmail.com)**

## **ABSTRAK**

Manajemen operasional merupakan bagian terpenting dalam sebuah perusahaan. Tidak terkecuali dalam sebuah industri manufaktur. Manajemen operasional memegang peranan penting dalam memanfaatkan dan memaksimalkan fungsi-fungsi manajemen yang ada. Dalam kaitannya, industri manufaktur PT. Karen'C menerapkan fungsi-fungsi manajemen dalam pelaksanaan Manajemen operasional untuk memproduksi mukena yang inovatif. PT. Karen'C mengedepankan kepuasan pelanggan dengan menciptakan inovasi yang kreatif pada produk mukena yang diproduksinya. Analisis kepuasan pelanggan dilakukan dengan melihat kebutuhan dan masalah yang dihadapi dengan produk terkait. Oleh karena kepuasan pelanggan merupakan orientasi dari produksi PT. Karen'C, maka dari itu mutu produk tentunya menjadi perhatian utama selama proses produksi. Dalam produksi mukena ini, manajemen operasional berada di jajaran terdepan dalam merumuskan setiap proses produksi. Mulai dari pemilihan bahan, desain produk, sampai metode pemasaran produk yang dilakukan.

## **ABSTRACT**

Operational management is the most important part of a company. No exception in a manufacturing industry. Operational management plays an important role in utilizing and maximizing existing management functions. In relation, the manufacturing industry of PT. Karen'C applies management functions in the implementation of operational Management to produce innovative mukena. PT. Karen'C prioritizes customer satisfaction by creating creative innovations in the mukena products it produces. Customer satisfaction analysis is carried out by looking at the needs and problems faced with related products. Therefore, customer satisfaction is the orientation of PT. Karen'C, therefore product quality is certainly the main concern during the production process. In this mukena production, operational management is at the forefront of formulating every production process. Starting from the selection of materials, product design, to marketing product that used.

---

## **1. PENDAHULUAN**

Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan ekonomi amat pesat. Industri manufaktur bermunculan dalam berbagai bentuk, tanpa terkecuali manufaktur di bidang fesyen dan mode. Oleh karena fenomena tersebut, para produsen atau pebisnis memaksimalkan mutu produknya dengan berbagai cara, baik dari segi kualitas, harga, maupun desain agar dapat unggul dalam persaingan yang ketat ini. Salah satu industri manufaktur yang penulis soroti di sini yaitu produksi mukena. Dalam kaitannya, Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim tidak asing dengan mukena yang biasa dikenakan wanita untuk beribadah. Seiring perkembangan zaman, mukena dikreasikan ke dalam berbagai bentuk dan kegunaan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan/konsumen.

Mengingat manajemen operasional merupakan bagian yang mahal dikarenakan besarnya biaya yang dikeluarkan dan usaha penuh dalam produksi sebuah produk, maka dari itu produksi sebuah produk harus dilakukan

sesuai dengan ruang lingkup manajemen operasional yang terdiri dari perencanaan produksi, pengendalian produksi, dan sistem informasi produk<sup>[1]</sup>. Inovasi yang diciptakan para pebisnis biasanya kreatif dan berdaya guna tinggi. Namun permasalahan yang diangkat di sini yaitu terkait penerapan inovasi yang dihasilkan apakah sudah sesuai dengan pasar atau minat dan kebutuhan pelanggan atau tidak. Dengan kata lain, apakah inovasi yang dikeluarkan sudah tepat sasaran atau tidak. Tepat sasaran di sini meliputi efisiensi harga, nilai dari ide dan gagasan sebuah produk, serta kepuasan dan minat pelanggan terhadap produk inovatif yang diluncurkan. Untuk itu, diperlukan analisis terhadap logo dan nama perusahaan terkait, desain produk, harga, dan metode pemasaran sebuah produk (dalam hal ini mukena PT. Karen'C).

## 2. METODE

Metode yang penulis gunakan pada tulisan ini yaitu metode observasi dan *literature review*. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Menurut Sutrisno Hadi metode observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan fenomena-fenomena yang diselidiki dengan sistematis<sup>[2]</sup>. Metode *literature review* merupakan penelitian yang mengkaji atau meninjau secara kritis pengetahuan, gagasan, atau temuan yang terdapat di dalam tubuh literatur yang berorientasi akademik (*academic-oriented literature*), serta merumuskan kontribusi teoritis dan metodologisnya untuk topik tertentu, Cooper (2010)<sup>[3]</sup>. Latar belakang pemilihan kedua metode ini yaitu metode observasi yang digunakan guna mengobservasi secara langsung subjek penelitian yang dibahas, serta metode *literature review* digunakan sebagai pedoman teoritis dalam memaparkan ide dan gagasan dalam tulisan ini.

## 3. PEMBAHASAN

### a. Logo Perusahaan

Logo adalah simbol dari suatu organisasi kelompok dan bisa juga perorangan yang mencerminkan makna atau pesan yang ingin disampaikan dari kelompok atau organisasi tersebut<sup>[4]</sup>. Menurut Sagi Haviv, Ada 3 aturan dalam mendesain logo, yaitu *appropriate* (logo harus sesuai atau merepresentasikan kepribadian si pemilik perusahaan), *Distinctive & Memorable* (sebuah logo harus dengan mudah diingat oleh audiens), dan *simple* (sebuah logo harus dibuat sesederhana mungkin dan dapat direproduksi dalam setiap ukuran piksel)<sup>[4]</sup>.



Gambar 1.1 Logo PT. Karen'C

Dapat dilihat pada gambar yang tersaji, logo perusahaan yang digunakan telah memenuhi 2 aturan yaitu *appropriate*, yang mana logo perusahaan PT. Karen'C mencerminkan sikap seorang muslimah yang lembut dan sederhana melalui pemilihan warna yang *soft* serta bentuk kantong uang yang diambil dari kata identitas perusahaan yaitu "Karen'C" yang pengucapannya sama dengan *currency* atau mata uang, keunikan logo yang dimiliki menjadikan perusahaan ini mudah diingat, dengan begitu logo perusahaan ini telah memenuhi 2 aturan. Aturan ketiga tidak terpenuhi, karena logo tersebut apabila diperkecil maka akan menjadi buram dan sulit terlihat dengan jelas.

## b. Desain Proses Produksi

Desain proses adalah pemilihan bahan masukan, operasi aliran kerja, dan metode–metode untuk memproduksi barang dan jasa<sup>[5]</sup>. Jenis system produksi yang digunakan PT. Karen'C yaitu sistem *make to order*. Sistem ini menurut Nasution (1999) dan Fogarty et. al (1991) merupakan prose produksi yang dilakukan jika ada pesanan, namun sudah sudah memiliki desain dan bahan baku standarnya<sup>[6]</sup>. Adapun Serangkaian proses yang dilakukan dalam desain proses produksi ini yaitu:

### 1. Merancang Desain Produk

Desain produk adalah bagian dari proses dan pengembangan dalam sistem yang terintegrasi dengan banyak bidang keilmuan yang lain. Pada proses development, hasil dari komunikasi dan koordinasi untuk membuat, mencoba, memodifikasi dan mematangkan desain hingga benar-benar siap untuk diluncurkan, (Hanif 2013: 3)<sup>[6]</sup>. Pada proses ini, PT. Karen'C menelaah kebutuhan pelanggan dan inovasi apa yang dapat dimunculkan pada produk mukena yang diluncurkan. Pada akhirnya menciptakan suatu rancangan mukena yang tidak hanya unggul dalam nilai estetikanya tetapi juga dalam hal kegunaan. Adapun inovasi yang dimunculkan pada desain produk mukena ini yaitu penambahan saku berlesleting di bagian pinggir bawahan mukena, penggunaan resleting pada bagian tengah atasan mukena, serta nilai estetika yang ditonjolkan dengan penggunaan renda yang timbul dengan warna dan corak yang padu padan dengan mukena pada bagian bawah dan leher.

### 2. Supply Bahan

Setelah dilakukan perancangan produk, dan dihasilkan bahan pendukung apa saja yang diperlukan, maka langkah selanjutnya adalah memasok bahan. Pasokan bahan yang dipilih disesuaikan dengan warna, corak dan bentuk dari mukena, tentunya juga mempertimbangkan sasaran pengguna dari produk mukena yang dirancang.

### 3. Produk masuk ke tahap produksi

Mukena yang sudah memiliki desain dan bahan pendukung, masuk ke tahap produksi. Dikarenakan sistem produksi berbasis proyek, maka pengolahan produk diberikan pada pihak ketiga untuk pemasangan bahan pendukungnya.

### 4. Modelling

Langkah terakhir yaitu proses modelling sebagai bahan untuk memasarkan produk jadinya.

## C. Harga

menurut Kotler pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya<sup>[7]</sup>. Tujuan Penetapan Harga yaitu berorientasi pada Laba, (bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi atau maksimasi harga), berorientasi pada Volume (bahwa penetapan harga sedemikian rupa agar dapat mencapai tingkat volume penjualan tertentu, nilai penjualan atau pangsa pasar tertentu), berorientasi pada citra/image (bahwa penetapan harga tertentu dapat membentuk citra perusahaan), dan berorientasi pada Stabilitas Harga, hal ini dilakukan untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (industry leader)<sup>[8]</sup>. Adapun penetapan harga yang dilakukan PT. Karen'C yaitu dengan memperhitungkan besaran biaya yang dikeluarkan dan besaran laba yang didapat dengan memperhatikan persentase keuntungan.

#### D. Pemasaran

Pemasaran mencakup kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tindakan menciptakan guna atau manfaat karena tempat, waktu dan kepemilikan. Pemasaran menggerakkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya, menyimpan kemudian membuat perubahan dalam kepemilikan, melalui tindakan membeli dan menjual barang-barang tersebut. Pemasaran merupakan aktifitas komersial yang berhubungan dengan arus barang dan jasa antara produsen dan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009), “Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya<sup>[9]</sup>. Metode pemasaran yang dilakukan yaitu mix marketing, yaitu pemasaran dilakukan secara daring dan luring.

Susunan planning distribusi:

- Analisa hasil prestasi kegiatan pemasaran
- Analisis keunggulan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman perusahaan
- Penyusunan program pemasaran
- Penentuan tujuan pemasaran
- Penerapan strategi pemasaran
- Penetapan target pemasaran
- Penyusunan rencana pemasaran
- Penyusunan anggaran pemasaran

Susunan Planning Pemasaran

- Offline

Membuka stand stand diacara yang banyak kemungkinan orang berkumpul seperti bazar bazar, membuat poster yang menarik dan disebar luaskan.

- Online

Membuat website yang menarik, lalu membuat akun instagram untuk promosi dan membuat akun e-commurce seperti shopee, toko pedia dan masih banyak lagi untuk mempermudah transaksi pembelian.

#### **KESIMPULAN**

Manajemen operasional merupakan bagian yang mahal dikarenakan besarnya biaya yang dikeluarkan dan usaha penuh dalam produksi sebuah produk, maka dari itu produksi sebuah produk harus dilakukan sesuai dengan ruang lingkup manajemen operasional yang terdiri dari perencanaan produksi, pengendalian produksi, dan sistem informasi produk<sup>[1]</sup>. Inovasi yang diciptakan para pebisnis biasanya kreatif dan berdaya guna tinggi. Namun permasalahan yang diangkat di sini yaitu terkait penerapan inovasi yang dihasilkan apakah sudah sesuai dengan pasar atau minat dan kebutuhan pelanggan atau tidak.

Desain Proses Produksi diantaranya:

- a) Merancang desain produk
- b) Supply bahan

- c) Produk masuk ke tahap produksi
- d) Modelling.

#### REFERENSI

- 1) <http://eprints.umpo.ac.id/6883/5/BAB%20III.pdf>  
28 Mei 2020 oleh L Kurnia ·
- 2) 2020 (<http://eprints.poltekkesjogja.ac.id/2957/4/04.Chapter2.pdf>)
- 3) <https://bpptik.kominfo.go.id/2020/12/23/8496/logo-dan-identitas-visual/>  
By Ramadhan Febri / In Artikel /23 Desember 2020
- 4) 10/22/17 [https://www.academia.edu/34927618/Makalah\\_desain\\_proses\\_produksi](https://www.academia.edu/34927618/Makalah_desain_proses_produksi)  
Violin Duka
- 5) <https://adoc.pub/bab-ii-bahan-rujukan77bb7c1cad15d4ea6dd8a78baa88a72a68228.html>
- 6) [http://repository.dharmawangsa.ac.id/269/6/BAB%20II\\_15510133.pdf](http://repository.dharmawangsa.ac.id/269/6/BAB%20II_15510133.pdf)  
oleh MA Khuzzanah · 2019
- 7) [http://eprints.undip.ac.id/32283/5/M03\\_Wisnu\\_Widi\\_S\\_chapter\\_II.pdf](http://eprints.undip.ac.id/32283/5/M03_Wisnu_Widi_S_chapter_II.pdf)  
oleh WW Sukmono · 2003
- 8) [http://repository.radenintan.ac.id/1117/3/BAB\\_II.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/1117/3/BAB_II.pdf)  
(oleh E ACHMAD · 2017)
- 9) <https://www.ekomarwanto.com/2012/04/teori-penentuan-harga.html> (25 Apr 2012)
- 10) <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/8226/05.%20BAB%20II.pdf?sequence=5&isAllowed=y>  
(oleh AVN Fachri · 2018 )
- 11) <https://www.zenius.net/blog/fungsi-ruang-lingkup-tujuan-manajemen-operasional>
- 12) Dr. Rita Ambarwati Sukmono, SE. M.MT. dan Dr. Supardi, SE. MM. Umsida Press Sidoarjo. 2020.  
*Manajemen Operasional dan Implementasi Dalam Industri.*
- 13) [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=xGgDqdl5NZEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=info:8rklOT9iwIJ:scholar.google.com/&ots=IxzcFuPFp&sig=BWv856BUJLL-HJ9F1r4uNSshEu0&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=xGgDqdl5NZEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=info:8rklOT9iwIJ:scholar.google.com/&ots=IxzcFuPFp&sig=BWv856BUJLL-HJ9F1r4uNSshEu0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- 14) [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CHXcDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=info:XacwitwFmn8J:scholar.google.com/&ots=Jw5T22KcJJ&sig=NPhp\\_uZ03Wu7XtSCmO9Dc62fGx8&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CHXcDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=info:XacwitwFmn8J:scholar.google.com/&ots=Jw5T22KcJJ&sig=NPhp_uZ03Wu7XtSCmO9Dc62fGx8&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- 15) Dr. H.A. Rusdiana, M.M. Bandung. 2014. Manajemen Operasi. CV Pustaka Setia.