

Implementasi Manajemen Operasional pada Industri Manufaktur Mukena

Nazmi Dzuhur Mubarak
201100080

Perguruan Manajemen STIE Yasa Anggana Garut
Jalan Pembangunan No. 161a, Tarogong Kidul, Garut,
Jawa Barat -

Kode Pos 44151 Telephone (0262) 2248910

Email: nazmidm123@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan perekonomian saat ini mengalami perkembangan yang dapat dikatakan lebih maju daripada tahun sebelumnya. Hal ini dapat dilihat dari perkembangannya pasar modern yang serba digital yang dapat menimbulkan persaingan yang lebih ketat. Oleh karena itu diperlukan manajemen operasional untuk mampu bertahan dan tetap mampu bersaing. The Simple Fashion merupakan perusahaan yang bergerak di bidang fashion, yang memproduksi mukena, Perusahaan ini dinamakan The Simple Fashion karena produk yang kami produksi dibuat dengan desain yang sederhana. Adapun arti warna lilac pada logo perusahaan kami yaitu melambangkan perasaan terdalam kita, memberikan kesan yang feminim dan elegan. The simple Fashion bertempat di Jl. Gordah, Perum Rama Cipta Indah, yang berdiri pada tahun 2022. The Simple Fashion didirikan oleh sekelompok mahasiswa Stie Yasa Anggana Garut. The Simple 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 teknik 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.

ABSTRAK

Economic development is currently experiencing developments that can be said to be more advanced than the previous year. This can be seen from the development of a modern, all-digital market which can lead to tougher competition. Therefore, operational management is needed to be able to survive and remain competitive. The Simple Fashion is a company engaged in the fashion sector, which produces mukena. This company is called The Simple Fashion because the products we produce are made with simple designs. The meaning of the lilac color in our company logo is to symbolize our deepest feelings, giving a feminine and elegant impression. The simple Fashion is located on Jl. Gordah, Perum Rama Cipta Indah, which was established in 2022. The Simple Fashion was founded by a group of Stie Yasa Anggana Garut students. others. The Simple Fashion uses mixed techniques (semi Modern) so that it can attract quite a lot of customers. The simple fashion does marketing by posting on e-commerce and advertising on Social Media.

PENDAHULUAN



Perkembangan laju perekonomian di era modern sudah berkembang dengan pesat. Hal ini terlihat dengan kemudahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, terutama dengan keberadaan pasar modern yang ada di sekitar masyarakat. Namun dengan keberadaan pasar modern ini nantinya akan menimbulkan kompetensi dengan pedagang biasa saja.

Manajemen operasional merupakan serangkaian kegiatan yang mana mengubah input menjadi output baik barang maupun jasa melalui proses kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan pengawasan (Irmayanti 2011, 1). Manajer operasi mempunyai tanggung jawab untuk mengelola bagian-bagian yang ada dalam suatu perusahaan atau organisasi baik yang memproduksi barang maupun jasa.

Manajemen operasional yang handal, pada perusahaan harus memiliki manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran terfokus pada kegiatan pemasaran saja, berbeda dengan manajemen operasional yang perencanaan sampai pengendalian terhadap suatu perusahaan atau organisasi. Pentingnya pemasaran dalam masyarakat tercermin pada keberagaman produk yang ada pemasaran dan digunakan sebagai sarana penelitian serta evaluasi terhadap nilai suatu produk sehingga adanya pemasaran suatu produk akan berinovasi dan selalu terciptanya perbaikan dari segi kualitas maupun dari desain-desain produk tersendiri.

Pentingnya pemasaran dalam masyarakat tercermin pada keberagaman produk yang ada pemasaran dan digunakan sebagai sarana penelitian serta evaluasi terhadap nilai suatu produk sehingga adanya pemasaran suatu produk akan berinovasi dan selalu terciptanya perbaikan dari segi kualitas maupun dari desain-desain produk tersendiri (M. Taufik 2005, 4).

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar. Dengan memberikan perhatian pada kualitas akan memberikan dampak yang positif kepada bisnis melalui dua cara yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan (Gaspersz, 2005).

Dampak terhadap biaya produksi terjadi melalui proses pembuatan produk yang memiliki derajat konformasi yang tinggi terhadap standar-standar sehingga bebas dari tingkat kerusakan. Dampak terhadap peningkatan pendapatan terjadi melalui peningkatan penjualan atas produk berkualitas yang berharga kompetitif. Dengan memperhatikan aspek kualitas produk, maka tujuan perusahaan untuk memperoleh laba yang optimal dapat terpenuhi sekaligus dapat memenuhi tuntutan konsumen akan produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif.

Salah satu aktifitas dalam menciptakan kualitas agar sesuai standar yang telah ditetapkan adalah dengan menerapkan sistem pengendalian kualitas yang tepat, mempunyai tujuan dan tahapan yang jelas, serta memberikan inovasi dalam melakukan pencegahan dan penyelesaian masalah-masalah yang dihadapi perusahaan. (Gaspersz, 2005).

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen

Laurent A. Aply menerjemahkan manajemen sebagai "The art of getting things done through people". Manajemen diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengawasi usaha-usaha



dari anggota organisasi ataupun suatu kelompok yang mana untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen dikatakan sebagai seni yang dilakukan untuk melakukan sesuatu serta manajemen dianggap suatu hal yang fungsional dan bebas nilai (M. Karebet 2003, 13).

Adapun konsep dasar manajemen dikelompokkan menjadi 3 macam yakni pertama lingkup manajemen yang menyentuh seluruh bidang pada masyarakat seperti pemerintah, perdagangan, perindustrian. Kedua unsur dan fungsi manajemen seperti Unsur dan fungsi manajemen. Ketiga Orientasi manajemen yaitu mencapai profit setinggi-tingginya, perusahaan yang terus mengupayakan pertumbuhan dari profitnya dan menjaga keberlangsungan profit yang telah didapatkan (M. Karebet 2003, 13).

Fungsi Manajemen

Terdapat lima fungsi manajemen yaitu, pertama planning menentukan tujuan-tujuan yang nantinya akan dicapai pada suatu organisasi. Kedua organizing mengelompokkan serta menentukan kegiatan. Ketiga staffing menentukan keperluan yang dibutuhkan. Keempat Motivating menyalurkan kegiatan kearah tujuan-tujuan tertentu perusahaan. Kelima Controlling pengukuran pelaksanaan dari suatu kegiatan serta pengawasan ketika tercapainya tujuan.

Manajemen Operasional

Menurut dari Heizer dan Render bahwa manajemen operasional merupakan rangkaian dari segala aktivitas yang dapat menghasilkan nilai baik dalam bentuk barang maupun jasa dari input menjadi output (Jay Heizer 2009, 4).

Manajemen Operasional secara umum adalah sebuah usaha pengelolaan secara maksimal dalam penggunaan berbagai faktor produksi, mulai dari sumber daya manusia (SDM), mesin, peralatan (tools), bahan mentah (raw material), dan faktor produksi lainnya dalam proses mengubahnya menjadi beragam produk barang atau jasa. Manajemen Operasional menjadi hal penting dalam organisasi atau bisnis. Dan tugasnya pun tergantung pada ukuran perusahaan. Pengelolaan manajemen operasional ini dimulai dari SDM, peralatan, mesin, raw material serta hal lainnya yang memberi pengaruh pada kinerja perusahaan.

Manajemen operasional secara umum memegang peranan soal isu strategis dalam menentukan rencana produksi (manufacturing) juga metode manajemen proyek serta implementasi struktur jaringan teknologi informasi. Di sisi lain, mereka juga melakukan beberapa hal penting berikut ini:

- Mengatur skala inventaris
- Mengatur level proses level pengerjaan
- Mengorganise Akuisisi bahan baku
- Mengontrol kualitas
- Meng-handle material
- Menjaga dan merawat kebijakan

Manajemen operasional juga harus mempelajari bahan baku yang digunakan untuk produksi dan menjamin tidak ada kelebihan yang sia-sia. Mereka memiliki formula pemesanan jumlah bahan yang dibutuhkan sehingga sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

METODE PENELITIAN

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 (Philip Kotler 2004, 13).

Lokasi dalam penelitian ini adalah The Simple Fashion, yang beralamatkan di Jl. Gordah, Perum Rama Cipta Indah, yang berdiri pada tahun 2022. The Simple Fashion didirikan oleh sekelompok mahasiswa Stie Yasa Anggana Garut. The Simple Fashion didirikan karena Maraknya Mukuena yang berbahan dari Katun Rayon sehingga kami tertarik untuk memproduksi mukuena ini dengan tampilan yang berbeda dari mukuena yang lain.



HASIL DAN PEMBAHASAN

The Simple Fashion memproduksi Mukena yang berbahan dari Katun Rayon sehingga kami tertarik untuk memproduksi mukena ini dengan tampilan yang berbeda dari mukena yang lain. Semua Proses Pembuatan kami lakukan sendiri. Proses produksi ter jadi dengan diawali pemilihan bahan mentah berupa kain katun bali yang nantinya diproduksi menjadi mukena, lalu tim kami melanjutkan dengan pencarian kasesoris produk berupa renda untuk menghias mukena setelah itu kami menjahit kain sesuai desain sebelumnya setelah produk benar benar jadi kami membuat packaging dan melakukan pemotretan untuk keperluan pemasaran.

Strategi pemasaran dari produk The Simple Fashion. Pemasaran Social Media Marketing Sosial media marketing atau pemasaran media sosial (SMM) adalah bentuk pemasaran digital yang menggunakan platform sosial dan situs web jaringan untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui cara berbayar dan tidak berbayar.

Cara The Simple Fashion dalam menghadapi persaingan yang baik dengan produk produk yang lebih bagus maupun dengan produk lain, .Menjaga dan memperbaiki kualitas produk lebih ditingkatkan, menjalin hubungan baik dengan relasi, dan melakukan strategi pemasaran dengan baik.

PEMBAHASAN

Implementasi Manajemen Operasional The Simple Fashion Mukena

The Simple Fashion merupakan salah satu produsen yang bergerak dibidang Fashion muslimah yaitu memproduksi perlengkapan sholat untuk perempuan muslim khas Indonesia. Implementasi manajemen operasional yang diterapkan oleh CV Hanafi Mulya Tulungagung, juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Jay Heizer dalam bukunya yang berjudul Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, bahwa terdapat sepuluh strategi dalam menentukan keputusan dalam manajemen operasional. Sepuluh strategi tersebut antara lain kualitas, desain produk, desain proses, lokasi, tata letak, sumber daya manusia, manajemen rantai pasokan, persediaan, penjadwalan, dan terakhir pemeliharaan (Jay Heizer 2017, 7-8).

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Nahdijatul F yang menjelaskan tentang manajemen operasional jika dilakukan dengan optimal maka akan memberikan dampak positif bagi perusahaan (Alfa Nahdijatul 2016, 92).xv Dengan mengedepankan kualitas produksi agar tetap terjaga hingga ke tangan konsumen. Memiliki SDM yang mumpuni juga dapat menopang berlangsungnya kegiatan produksi.

Faktor-Faktor Yang Menjadi Pendukung Manajemen Operasional Yang Diterapkan Pada The Simple Fashion

Faktor pendukung The Simple Fashion yakni dengan menggunakan sistem pembayaran COD bayar ditempat bisa juga bisa bayar secara langsung dengan cara transfer. Penambahan jenis produksi yang dilakukan oleh The Simple Fashion juga dapat menambah pemasukan dan juga perluasan pemasaran akan membuat nama The Simple Fashion dikenal oleh masyarakat luas. Pemasaran yang optimal dapat memberikan input yang lebih besar kepada kedepannya.

Faktor-Faktor Penghambat Jalannya Manajemen Operasional Yang Diterapkan Pada The Simple Fashion Mukena

Faktor penghambat The Simple Fashion adalah masalah internal yang memiliki dampak besar yaitu perunan produksi. Selain itu proses produksi yang tidak berlangsung di satu tempat akan mempengaruhi waktu pengerjaan produksi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan



Implementasi manajemen operasional The Simple Fashion yaitu menjaga kualitas barang dan memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen. Desain produk yang akan diproduksi dilihat dari kemudahan dalam pengelolaan dan mampu membuat konsumen tertarik dan harus sesuai dengan keputusan pemilik. SDM yang memiliki skill yang mumpuni. Melakukan kegiatan promosi agar dikenal oleh banyak kalangan. Penerapan manajemen likuiditas agar tidak terjadi kekosongan barang. Pemeliharaan yang dilakukan telah dijalankan dengan optimal mulai dari gudang, alat produksi, dan bahan baku. Implementasi manajemen pemasaran The Simple Fashion dengan memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen sehingga selalu menjadi langganan. Selain itu untuk produk baru dipasarkan ke toko online maupun offline. Selain menggunakan toko online juga menggunakan sosmed lainnya untuk media promosi.

Kendala dalam pemasaran adanya persaingan bisnis maka The Simple Fashion harus menjaga dan memperbaiki kualitas produk, membangun hubungan baik dengan para relasi, melakukan strategi pemasaran yang sesuai dengan produk yang ditawarkan, tempat maupun harga yang diberikan.

Saran

Adapun saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah mengacu pada kesimpulan yang menyatakan bahwa implementasi manajemen operasional The Simple Fashion dapat menjaga kualitas barang dan memberikan pelayanan terbaik pada konsumen. Meskipun manajemen operasionalnya sudah maksimal, disarankan untuk meningkatkan pelayanan terbaik pada konsumen. Bagi peneliti yang akan datang mempertimbangkan faktor-faktor manajemen operasional yang turut berpengaruh terhadap disiplin kerja dan kinerja pegawai. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas orientasi penelitian pada lingkup organisasi yang lebih besar dan luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofijan. 2014. *Operational Strategic: Lean Operation Process*. Jakarta. Rajawali Pers
- Hasan, Irmayanti. 2011. *Manajemen Operasional Prespektif Integratif*. Malang. UIN Maliki Press.
- Hasan, Irmayanti. 2011. *Manajemen Operasional Prespektif Integratif*. Malang. UIN Maliki Press.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2017. *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. USA: Pearson Education, Inc.
- Karebet, M. Widjakusuma dan M. Ismail Yusanto. 2003. *Pengantar Manajemen Syariah*. Jakarta. Khairul Bayan.
- Kotler, Philip, dkk. 2004. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Indonesia. Indeks.
- Nurohman, Dede. 2011. *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta. Teras.
- Rivai, Veithzal dan Rifki Ismail. 2013. *Islamic Risk Management for Islamic Bank*. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarasi, Vita. Urgensi Manajemen Operasi dalam Perspektif Syariah dalam Dunia Bisnis. Pusat Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran.
- Sholahuddin, M. 2007. *Asas-asas Ekonomi Islam*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.
- Taufik, M. Amir. 2005. *Dinamika Pemasaran Jajaja dan Rasakan*. Jakarta. PT. RajaGrafindo
- Baumback, Clifford, M.1985, *How to Organize and Operate A Small Bussiness*. New Jersey Prentice Hall,




Inc.Englewoods Clift.

Boone& Kurtz 2009, Contemporary Business, Bisnis Kontemporer, Jakarta Salemba empat. Buchori Alma 2010, Pengantar Bisnis, Bandung Alfabeta.

Cravens, David W. 1996. Pemasaran Strategi Jakarta Erlangga.

Tulus Tambunan. 2011 UMKM di Indonesia, Jakarta Ghalia Indonesia.

Noer Sutrisno, 2005 Ekonomi Rakyat Usaha Mikro dan UKM , STIEKPI Yogyakarta

	<p>Nazmi Dzuhur Mubarak Mahasiswa kelahiran Kota Garut. Sebagai Mahasiswa di salah satu Perguruan Tinggi yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana Garut pada Program Studi Manajemen. Sebagai Mahasiswa 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.</p>
---	--