

Manajemen Dalam
Industri Pakaian Jadi
(M a k a l a h)

ASPEK PERBUKUTAN	UNIV. ...
TERIMA TEL	9-11-1999
SUMBER	H
NO. ...	KI
NO. INVENTARIS	844 / KI / 99 - km / 23
NO. ...	646.5 EFI - m ①

O
L
E
H

Dra. AGUSTI EFI

*Disajikan Pada Pelatihan Teknis Khusus Komoditi Industri
Bagi Kelompok UPPKS Se Propinsi Sumatera Barat
Pada Tanggal 17 Juni 1999
Di Balatbang Kanwil BKRBN
Propinsi Sumatera Barat*



**BADAN KOORDINASI KELUARGA BERENCANA NASIONAL
KANTOR WILAYAH PROPINSI SUMATERA BARAT**

Jalan Khatib Sulaiman Telp. 52357 - Padang

2	5	1	3	5
---	---	---	---	---

SURAT KETERANGAN

NOMOR : 42 / PL-101 / L.13 / 1999

MAKALAH DENGAN JUDUL "MANAJEMEN DALAM INDUSTRI PAKAIAN JADI" INI
DISAJIKAN PADA PELATIHAN TEKNIS KHUSUS KOMODITI INDUSTRI BAGI
KELOMPOK UPPKS SE PROPINSI SUMATERA BARAT PADA TANGGAL 16 JUNI
1999, DI BALATEANG KANWIL BKKBN PROPINSI SUMATERA BARAT

PADANG, 16 JUNI 1999

KA. BALATEANG KANWIL BKKBN

PROPINSI SUMATERA BARAT



BERES. HARI BUDI UTOMO.

NIP. : 380001791.

MANAJEMEN DALAM INDUSTRI PAKAIAN JADI

Oleh : Dra. Agusti Efi

A. PENDAHULUAN

Perkembangan Industri Pakaian jadi di Indonesia semakin pesat, hal ini disebabkan masih murah dan mudah mendapatkan tenaga kerja serta terbukanya pemasaran di dalam dan di luar negeri.

Industri pakaian jadi yang berkembang tersebut tentu dilandasi manajemen berusaha yang baik, pengetahuan tentang pakaian dan langkah-langkah memproduksi yang sistematis dan praktis.

Sebagai bekal terjun dalam usaha pakaian jadi perlu mempelajari dan membekali diri dengan pengetahuan yang menunjang seperti : Manajemen berusaha dan langkah-langkah yang ditempuh dalam memproduksi pakaian jadi sesuai dengan perkembangan sarana dan prasarana dalam proses produksi.

ARTI DARI MANAJEMEN

Manajemen penting sekali artinya dalam suatu industri. Industri akan berkembang dengan baik apabila mempunyai manajemen yang tepat serta dikelola oleh orang yang profesional. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (1989) yang dimaksud dengan manajemen. Manajemen adalah proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran. Dalam industri manajemen dapat diartikan, suatu kegiatan atau penelaahan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian usaha sampai menjadi barang jadi dan termasuk di dalamnya pemasaran (553).

Dengan demikian, dalam industri yang memproduksi suatu benda atau barang, manajemen merupakan aspek mengubah bahan baku menjadi bahan jadi.

Orang yang melakukan manajemen disebut manajer. seorang manajer yang profesional adalah orang yang mampu menata dan menjalankan tugas berupa perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengendalikan semua komponen terkait dengan jalan memanfaatkan pengetahuan, konsep, asas dan bahasa teknis bersama dan yang menunjang standar praktis pekerjaan dan kode etik yang diakui.

Pada umumnya seorang manajer menjadi penanggung jawab atas strategi perusahaan, yang meliputi penentuan dan pengarahannya sasaran, pengendalian sumber daya, penilaian pertumbuhan dan kebijaksanaan jangka panjang dalam berusaha.

INDUSTRI PAKAIAN JADI

Industri pakaian jadi merupakan suatu usaha yang bergerak dalam memproduksi pakaian jadi.

Pada kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan arti tentang industri pakaian jadi :

- Industri (Hal 330) ialah perusahaan untuk membuat atau menghasilkan (memproduksi) barang-barang.
- Pakaian (Hal 637) ialah barang yang dipakai.
Pengertian dari jadi adalah langsung berlaku atau siap pakai.

Dengan demikian pakaian jadi artinya pakaian siap pakai. Dapat disimpulkan bahwa industri pakaian jadi adalah perusahaan yang membuat pakaian siap pakai untuk tujuan dipasarkan.

MANAJEMEN DALAM INDUSTRI PAKAIAN JADI

A. PERENCANAAN

1. Rencana bentuk produk/jasa

Sebelum kita memulai usaha apapun, pertama-tama yang harus diketahui atau ditentukan adalah apa yang harus dikerjakan yang merupakan sasaran/tujuan dari kegiatan yang akan dilakukan.

Jadi terlebih dahulu tentukan bentuk produk/jasa yang akan dibuat/disajikan/dengan memperhatikan kemungkinan yang dapat dijual yang menguntungkan bagi sipembeli maupun penjual.

Dengan demikian langkah-langkah yang akan dilakukan dapat dilaksanakan dengan terarah dan seekonomis mungkin tanpa terjadinya kegiatan-kegiatan yang tidak diperlukan.

Dalam industri pakaian jadi bentuk produk bisa berbentuk macam-macam pakaian seperti : celana, kemeja, blus, baju muslim dan lain-lain. Bentuk produk atau jasa bisa juga berupa asesoris atau perlengkapan busana. Kemungkinan lain bisa jadi perusahaan merupakan bahagian dari perusahaan lain yang merakit komponen-komponen pakaian yang telah disiapkan sebahagiannya pada perusahaan lain.

2. Rencana membuat atau membeli

Setelah produk/jasa diketahui/ditentukan, langkah selanjutnya adalah memikirkan bagaimana caranya untuk memperoleh produk atau jasa tersebut apakah :

1) Dibuat sendiri kemudian dijual atau



2) Dibeli dari perusahaan/orang lain kemudian dijual

Dalam hal ini jika permintaan cukup besar dan ada kemungkinan-kemungkinan untuk membuat pakaian sendiri adalah pilihan yang tepat. Jika jumlah tidak cukup besar, dianjurkan untuk membeli pakaian siap, apabila harga beli memungkinkan untuk menjualnya yang menguntungkan bagi pembeli maupun penjual.

Kemungkinan-kemungkinan lain adalah sebagian dibuat sendiri, dan sebagian lain dibeli. Kemungkinan lain membeli barang setengah jadi kemudian diselesaikan sendiri.

3. Rencana menjual

Setelah ditetapkan cara mendapatkan produk/jasa dalam hal ini pakaian, kemudian direncanakan bagaimana caranya menjual produk/jasa tersebut sedemikian rupa sehingga sampai ke tangan pembeli dengan harga semurah mungkin yang masih memberikan keuntungan yang wajar bagi sipenjual disamping pihak pembelipun puas.

a. Cara Menjual

Untuk memilih cara-cara yang akan dipakai perlu dipertimbangkan mana diantara cara menjual pakaian yang paling mudah, cepat, murah namun tetap menguntungkan.

Beberapa cara menjual yang sering dilaksanakan antara lain :

1) Langsung

Penjual pakaian secara langsung dari produsen kepada konsumen dapat dilaksanakan dengan cara :

- Dari rumah ke rumah, kantor ke kantor atau perusahaan ke perusahaan.
- Surat menyurat langsung ke alamat rumah atau perusahaan.
- Langsung kepada pembeli pakaian (di pasar)

2) Tidak langsung

Menjual secara tidak langsung kepada konsumen dapat dilaksanakan sebagai berikut :

- Melalui tengkulak, penyalur atau perantara
- Melalui pengecer.
- Melalui juru-juru jual khusus.

b. Sarana Penjualan

Pilihlah sarana yang mudah digunakan, cepat, aman, mudah perawatan dan murah. Sesuai dengan cara-cara penjualan yang akan dilakukan dapat ditentukan sarana-sarana apa yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan penjualan tersebut.

4. Rencana Tempat Kerja, Fasilitas Pembantu

Setelah rencana membuat/membeli dan menjual telah ditetapkan maka langkah selanjutnya adalah menen-

tukan lokasi, gedung dan ruangan tempat kerja. Disamping itu masalah-masalah lain yang harus diperhatikan lagi adalah :

Letak daerah pembeli (pasar)

Antara tempat kerja dengan daerah pasar perlu dipertimbangkan sarana transportasi sehingga beban biaya untuk ini dapat ditekankan serendah mungkin. Bila diperlukan tempat produksi yang cepat dijangkau oleh agen atau perantara maka tempat produksi dengan daerah pasar jangan terlalu jauh.

Letak daerah bahan-bahan baku

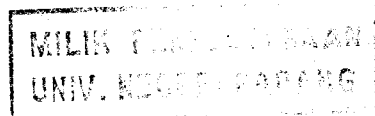
Bahan baku yang akan dipakai seperti kain, benang, bahan pelapis dan bahan lainnya yang menunjang juga diusahakan pada pasar yang menyediakan bahan-bahan tersebut pada satu tempat berdekatan.

Sarana-sarana pengangkutan

Kelancaran sarana pengangkutan dari tempat pembelian bahan baku ke pabrik atau ke tempat pemasaran sangat mempengaruhi produksi. Jadi sarana pengangkutan hendaknya sudah siap bila diperlukan.

Tersedianya sarana yang diperlukan

Sepertilistrik/gas/air dan sebagainya juga merupakan faktor yang menentukan dalam jalannya produksi yang akan dibuat. Kemudian setelah hal tersebut di atas ditentukan langkah berikutnya adalah menentukan bentuk badan usaha dan struktur (susunan) organisasi yang sesuai untuk melakukan usaha tersebut.



5. Perhitungan Biaya dan Rencana Laba, Kegiatan, Anggaran.

Hal yang penting sebagai lanjutan dari rencana-rencana yang telah ditetapkan di atas (rencana bentuk produk/jasa, rencana membuat atau membeli, rencana menjual, sarana-sarana produk) adalah menentukan unsur-unsur biaya, rencana laba yang diharapkan, kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai laba tersebut atas dasar apa di susun suatu anggaran.

B. PELAKSANAAN

Apa-apa yang telah dibicarakan dari nomor 1 sampai ke 5 di atas adalah merupakan suatu langkah utama dari satu kegiatan manajemen (tata laksana atau pengurusan atau pengelolaan) yang disebutkan PERENCANAAN (plan) yang menggambarkan seluruh sasaran-sasaran yang akan dicapai maupun yang disediakan.

Suatu perencanaan sama sekali tidak ada artinya jika tidak diikuti dengan PELAKSANAAN (do). Oleh karena itu sesuai dengan apa yang direncanakan, sebelum mulai dilaksanakan harus diperiksa kembali apakah sarana dan wahana yang diperlukan telah lengkap dan kemudian baru dimulai dengan instruksi-instruksi kerja, bimbingan kerja, dorongan-dorongan semangat serta pengawasan yang merupakan unsur-unsur dari kegiatan pelaksanaan yang didalam manajemen dinamakan juga kegiatan utama II.

C. PENILAIAN

Kegiatan utama III didalam manajemen dinamakan PENILAIAN (pengendalian/pengamanan) yang dalam bahasa asingnya disebut Control.

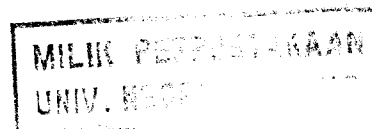
Dalam bidang kegiatan ini termasuk diantaranya memeriksa catatan-catatan pelaksanaan seperti pembu- kuan, jumlah bahan yang dipakai, jumlah jam kerja yang digunakan dan sebagiannya atas dasar mana dilaku- kan penilaian-penilaian sampai berapa jauh pelaksa- naan telah sesuai dengan perencanaan yang diikuti dengan tindakan-tindakan perbaikan.

D. PENYEMPURNAAN

Dari hasil-hasil pengukuran ataupun penilaian sebagai langkah lanjut dari kegiatan utama III (penilaian) dapat mengukur sampai berapa jauh usaha-usaha telah mencapai sasaran yang diharapkan.

Atas dasar mana harus berusaha memperbaikinya atau menyempurnakannya jika sasaran belum tercapai sesuai dengan yang diinginkan. Dan jika sasaran telah dapat dicapai tidak boleh begitu saja puas tetapi juga harus memikirkan untuk bagaimana caranya agar usaha tersebut lebih berkembang.

Dalam melaksanakan penentuan rencana usaha, perbaikan usaha, penyempurnaan maupun pengembangan usaha harus melihat kemungkinan-kemungkinan pelaksanaan dan berhasilnya usaha itu untuk menjamin tercapainya hasil yang diharapkan dengan sesempurna mungkin.



646.5

EPI

m ①

844/KI/99-M1/2J

Dalam melaksanakan keputusan-keputusan hendaknya didalamnya sudah termasuk pertimbangan-pertimbangan :

1. Pasar (permintaan yang ada ataupun yang akan ada).
2. Kemungkinan tersedianya bahan-bahan.
3. Kemungkinan tersedianya peralatan/mesin.
4. Kemungkinan tersedianya tenaga kerja.
5. Kemungkinan-kemungkinan tersedianya modal berikut resiko-resiko yang akan dihadapi.
6. Kemungkinan-kemungkinan ditinjau dari sudut ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- * Assuari, Syofyan, 1990, Managemen Perusahaan, Dasar Konsep Strategi, CV. Rajawali, Jakarta.
- * Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1989, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka (BP), Jakarta.
- * Harding, HA, 1979, Manajemen Produksi, Balai Aksara, Jakarta.
- * Pusat Produktifitas Nasional, 1983, Tata Laksana Membeli dan Menjual, Seri Manajemen Perusahaan Kecil, Departemen Tenaga Kerja/Transmigrasi/Koperasi RI, Jakarta.