

BAB II

GAMBARAN UMUM NIRALUNA

2.1 Profil Umum NIRALUNA

NIRALUNA merupakan usaha bisnis yang bergerak di bidang industri *fashion* dengan fokus utama pada produksi dan perdagangan pakaian rajut (*knitwear*) yang mengedepankan keseimbangan antara fungsionalitas dan estetika desain. Secara administratif, NIRALUNA terdaftar dengan identitas usaha sebagai berikut:

- Nama Usaha : NIRALUNA
- Jenis Usaha : Usaha Dagang (UD)
- KBLI : 477111 – Perdagangan Eceran Pakaian
- Nomor NPWP : 36.04.1119.0104.0002
- Nomor Induk Berusaha (NIB): 202602-1621-5931-6531-931

Sebagai merek, NIRALUNA mengusung konsep pakaian rajut yang memadukan esensi *basic knitwear* dengan identitas estetika yang khas dan berkarakter, sehingga menghadirkan karya busana yang modern, elegan, dan berkelas. Setiap koleksi dirancang melalui proses kreatif yang terkurasi dengan cermat, menyeimbangkan fungsionalitas dan nilai estetika untuk menciptakan tampilan busana yang relevan, ekspresif, serta memiliki daya tarik visual yang kuat.

Nama NIRALUNA berasal dari dua elemen makna, yaitu NIRA dan LUNA. “Nira” merepresentasikan keanggunan sebagai fondasi utama dalam setiap rancangan, sementara “Luna” yang berarti bulan melambangkan keindahan yang tenang, konsisten, dan memancarkan pesona. Filosofi ini membentuk identitas NIRALUNA sebagai *brand* yang menonjolkan keindahan elegan melalui desain yang tidak berlebihan, namun tetap menghadirkan kesan eksklusif dan berdaya pikat kuat.

Setiap produk NIRALUNA dikembangkan menggunakan material dan melalui proses produksi yang mengedepankan presisi serta perhatian terhadap detail. Komitmen terhadap kualitas, kenyamanan, dan daya tahan diwujudkan secara konsisten di setiap tahap produksi, sehingga menghasilkan produk yang tidak hanya bernilai fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetika serta potensi sebagai investasi jangka panjang. Bagi NIRALUNA, busana diposisikan sebagai medium ekspresi

personal yang mampu menyampaikan narasi, memperkuat karakter, dan merefleksikan identitas pemakainya.

NIRALUNA menasar konsumen muda dengan tingkat kesadaran tinggi terhadap tren dan kualitas, khususnya dari kalangan generasi Milenial dan Generasi Z, baik di pasar domestik maupun internasional. Dalam memperkuat identitas merek, NIRALUNA membangun citra visual dan komunikasi yang konsisten, refined, dan berkarakter modern-elegan di seluruh kanal digital. Kehadiran digital tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai medium storytelling untuk menyampaikan nilai, filosofi desain, serta proses kreatif di balik setiap koleksi. Melalui strategi digital, NIRALUNA berupaya membangun visibilitas global secara berkelanjutan serta memperkuat posisinya sebagai *brand knitwear* yang relevan di pasar internasional tanpa kehilangan identitas autentiknya.

2.1.1 Logo Bisnis



Gambar 2. 1 Logo NIRALUNA

Merujuk pada Gambar 2.1 Logo NIRALUNA yang merepresentasikan identitas merek yang elegan, berkelas, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang. Desain logo mencerminkan nilai inti perusahaan yang mencakup keindahan, keseimbangan, dan kekuatan karakter. Logo NIRALUNA merepresentasikan perempuan yang tumbuh, bersinar, dan berani mengekspresikan dirinya dengan

elegan. Sebuah simbol bahwa keindahan sejati lahir dari kepercayaan diri dan karakter yang kuat. Dengan pendekatan visual yang minimalis namun berwibawa, logo NIRALUNA dirancang untuk mendukung *positioning brand* sebagai label *knitwear* yang matang dan memiliki karakter kuat di industri *fashion* dan *lifestyle*.

2.1.2 Filosofi Logo

Logo NIRALUNA merepresentasikan keanggunan, kekuatan karakter, dan proses transformasi menuju cahaya yang selaras dengan citra *brand* yang berkelas dan modern.

1) Tipografi Huruf “N I R A” yang Mengalir

Huruf N dan A merupakan representasi dari kata NIRA sebagai identitas utama merek. Bentuk huruf yang tegas namun mengalir mencerminkan fondasi *brand* yang kuat, sekaligus keseimbangan antara rasionalitas dan kepekaan, serta antara kekuatan dan kelembutan dalam desain.

2) Lengkungan Tengah sebagai Titik Fokus

Lengkungan di bagian tengah (antara huruf) menyerupai gerbang atau pelukan, melambangkan *journey* yang berarti proses pertumbuhan, penerimaan diri, dan kepercayaan diri perempuan. Ini menegaskan bahwa *brand* tidak hanya menjual produk, tetapi juga pengalaman dan nilai emosional.

3) Elemen Sinar Cahaya (*Radiant Lines*)

Garis-garis yang memancar ke atas menyerupai cahaya matahari terbit, merepresentasikan:

- a) Harapan dan awal baru
- b) *Inner glow* atau kecantikan dari dalam
- c) Aspirasi dan potensi yang terus berkembang

Elemen ini memperkuat makna bahwa NIRA hadir untuk membuat pemakainya bersinar, bukan sekadar terlihat.

4) Warna Emas (Gold) di atas Latar Hitam

- a) Emas melambangkan kemewahan, kualitas premium, keanggunan, dan nilai yang *timeless*.
- b) Hitam mencerminkan eksklusivitas, kekuatan, dan kepercayaan diri.

Kombinasi ini menciptakan kesan luxury modern yang *mature*.

2.1.3 Visi dan Misi Bisnis

2.1.3.1 Visi "NIRALUNA"

Ruang bagi produk *knitwear* untuk merepresentasikan keanggunan, dan keindahan dengan memperlihatkan sisi kreativitas dan kebebasan berekspresi dalam setiap helai rajutan.

2.1.3.2 Misi "NIRALUNA"

1. Merancang *knitwear* dengan siluet yang bersih dan karakter yang kuat dengan perpaduan antara kesederhanaan dan ekspresi artistik.
2. Mencipta koleksi yang melampaui tren, menghadirkan busana dengan makna dan nilai personal.
3. Menghadirkan koneksi melalui karya yang merefleksikan identitas dan gaya personal pemakainya.

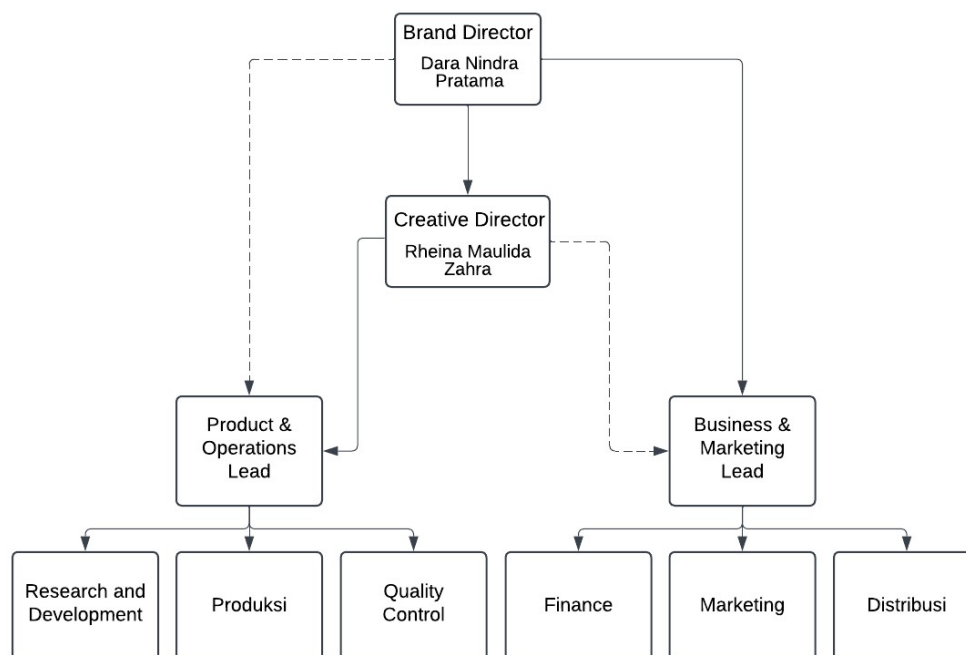
2.1.3.3 Tagline "NIRALUNA"

"Timeless Knitwear With Elevated Sensibility"

Timeless Knitwear menunjukkan bahwa pakaian rajut yang ditawarkan memiliki desain yang klasik dan tetap relevan dipakai kapan saja, tidak hanya mengikuti tren musiman. Sedangkan, *Elevated Sensibility* menekankan adanya rasa desain yang lebih refined, elegan, dan berkualitas, baik dari segi material, detail, maupun gaya.

2.2 Struktur Organisasi

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, NIRALUNA menerapkan struktur organisasi yang disesuaikan dengan skala usaha dan kebutuhan pengelolaan yang efisien. Struktur organisasi ini disusun untuk mendukung keterpaduan antar fungsi kerja, mulai dari pengembangan produk, proses produksi, hingga pemasaran dan distribusi kepada konsumen.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi NIRALUNA

Merujuk pada Gambar 2.2 Struktur Organisasi NIRALUNA, Struktur organisasi NIRALUNA disusun dengan mempertimbangkan skala usaha serta kebutuhan operasional yang efisien, di mana pengelolaan kegiatan usaha dijalankan oleh dua peran utama dengan pembagian fungsi dan tanggung jawab yang jelas. Struktur ini dirancang untuk mendukung kelancaran proses bisnis mulai dari tahap perencanaan produk hingga distribusi kepada konsumen.

Struktur organisasi NIRALUNA disusun secara hierarkis dengan menempatkan *Brand Director* pada posisi tertinggi sebagai pihak yang memiliki kewenangan dalam pengambilan keputusan strategis serta penentuan arah pengembangan merek. Di bawahnya, *Creative Director* berperan dalam mengarahkan konsep kreatif dan menjaga konsistensi identitas merek. Selanjutnya, struktur organisasi dibagi ke dalam dua fungsi utama yang berjalan secara paralel, yaitu *Product & Operations Lead* dan *Business & Marketing Lead*. *Product & Operations Lead* membawahi fungsi *Research & Development*, *Produksi*, dan *Quality Control* yang berfokus pada pengembangan produk, pelaksanaan proses produksi, serta pengendalian mutu. Sementara itu, *Business & Marketing Lead* membawahi fungsi *Finance*, *Marketing*,

dan Distribusi yang bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan, pelaksanaan kegiatan pemasaran, serta penyaluran produk kepada konsumen.

Dalam bagan struktur organisasi, garis penuh menunjukkan hubungan hierarkis dan jalur komando utama yang mencerminkan alur pertanggungjawaban antar jabatan. Adapun garis putus-putus menggambarkan pola koordinasi lintas fungsi yang bersifat fungsional dan kolaboratif, khususnya antara fungsi kreatif dengan unit pemasaran dan pengembangan produk, guna memastikan keselarasan antara perencanaan strategis dan pelaksanaan operasional.

Tabel 2. 1 *Job Description* NIRALUNA

Jabatan	Fokus Strategis	Job Description
<i>Brand Director</i>	Arah jangka panjang & <i>positioning brand</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menetapkan visi dan <i>positioning brand</i> • Mengambil keputusan strategis lintas fungsi • Memastikan keselarasan <i>brand</i>, produk, dan bisnis • Mengevaluasi performa dan pertumbuhan <i>brand</i>
<i>Creative Director</i>	Diferensiasi kreatif & identitas visual	<ul style="list-style-type: none"> • Menerjemahkan strategi <i>brand</i> ke dalam konsep kreatif • Mengarahkan desain produk dan kampanye • Menjaga konsistensi visual dan storytelling • Mendukung daya saing <i>brand</i>
<i>Product & Operations Lead</i>	Kesiapan produk & efisiensi operasional	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun strategi pengembangan produk • Mengoptimalkan proses produksi • Memastikan kualitas dan ketepatan waktu • Mengelola risiko operasional
<i>Research & Development</i>	Inovasi & relevansi pasar	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis tren dan kebutuhan pasar

Jabatan	Fokus Strategis	Job Description
		<ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan inovasi produk • Memastikan produk relevan dan berkelanjutan • Mendukung keunggulan kompetitif
Produksi	Eksekusi dan skalabilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola kapasitas dan jadwal produksi • Memastikan output sesuai standar • Mendukung skalabilitas bisnis • Menjaga efisiensi biaya.
Quality Control	Standar mutu & kepercayaan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Menetapkan dan menjaga standar kualitas • Meminimalkan cacat produk • Menjaga reputasi <i>brand</i> melalui kualitas produk.
Business & Marketing Lead	Pertumbuhan bisnis & monetisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun strategi pertumbuhan dan pemasaran • Mengelola target penjualan • Mengidentifikasi peluang pasar • Mengintegrasikan fungsi keuangan, pemasaran, dan distribusi.
Finance	Keberlanjutan finansial	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola arus kas dan anggaran • Memberikan <i>insight</i> keuangan untuk keputusan strategis • Memastikan kesehatan finansial bisnis.
Marketing	<i>Brand awareness & demand creation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membangun <i>awareness</i> dan <i>engagement</i> • Mengelola kampanye berbasis data

Jabatan	Fokus Strategis	Job Description
		<ul style="list-style-type: none"> • Mendorong konversi dan loyalitas pelanggan.
Distribusi	Akses pasar & efisiensi kanal	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola kanal distribusi • Memastikan ketersediaan produk • Mengoptimalkan proses fulfillment untuk mendukung penjualan.

Struktur ini mendukung fleksibilitas operasional, mempercepat proses pengambilan keputusan, serta memungkinkan pengembangan usaha secara berkelanjutan seiring dengan pertumbuhan perusahaan.

2.3 Produk Bisnis

Produk yang ditawarkan oleh NIRALUNA berfokus pada kategori pakaian rajut (*knitwear*) dengan pendekatan desain yang mengutamakan keseimbangan antara estetika, kenyamanan, dan fungsionalitas. Setiap produk dikembangkan sebagai representasi identitas merek yang modern, elegan, dan berkarakter premium, serta dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sadar tren dan kualitas.

Rancangan produk NIRALUNA dikembangkan melalui pendekatan *market-oriented design*, dengan mempertimbangkan perkembangan tren *fashion* global, karakter target pasar, serta nilai estetika jangka panjang. Proses perancangan dilakukan secara terkurasi untuk memastikan setiap koleksi memiliki konsistensi desain dan selaras dengan identitas merek.

2.3.1 Produk NIRALUNA

Produk NIRALUNA mengusung konsep modern–minimalist dengan penerapan siluet yang sederhana, palet warna netral, serta detail rajutan yang halus dan presisi. Pendekatan ini bertujuan untuk menghasilkan produk yang mudah dipadupadankan, relevan digunakan lintas musim, serta memiliki daya tarik yang berkelanjutan. Selain aspek visual, desain juga mempertimbangkan kenyamanan pemakaian dan fleksibilitas fungsi, sehingga produk dapat digunakan dalam berbagai konteks gaya hidup.

a) NIRA: Banana Top



Gambar 2. 3 Produk NIRA: Banana Top

Atasan rajut bernuansa krem dengan panel depan berwarna kuning bermotif rajut berpola unik yang menjadi *focal point* desain. Potongan leher V memberikan kesan jenjang dan feminin, sementara bagian samping dan belakang menggunakan rajutan polos berwarna netral untuk keseimbangan visual.

b) NIRA: Blooming Cardigan



Gambar 2. 4 Produk NIRA: Blooming Cardigan

Cardigan rajut berwarna pink lembut dengan siluet *cropped* yang feminin dan modern. Didesain dengan bukaan kancing depan serta detail tepi bergelombang pada bagian bawah dan ujung lengan, memberikan sentuhan manis namun tetap minimalis. Tekstur rajut halus membuatnya nyaman dipakai untuk aktivitas sehari-hari maupun layering ringan.

c) Scarlet Petal



Gambar 2. 5 Produk NIRALUNA: Scarlet Petal

Produk ini merupakan rompi rajut tanpa lengan dengan siluet lurus dan tampilan minimalis. Warna merah marun memberikan kesan hangat dan elegan, sementara detail kancing bermotif bunga menjadi aksen feminin yang halus. Desain ini dirancang sebagai *layering piece* yang fleksibel, cocok dipadukan dengan kemeja maupun atasan polos untuk berbagai suasana kasual hingga semi-formal.

d) Flower Whisper

Gambar 2. 6 Produk NIRALUNA: Flower Whisper

Flower Whisper dirancang dengan tekstur rajut berpola halus dan siluet panjang yang memberikan kesan anggun, dilengkapi dengan detail belt tipis bermotif bunga sebagai aksent dekoratif sekaligus penegas bentuk tubuh. Desain ini mengutamakan keseimbangan antara estetika dan kenyamanan, sehingga sesuai digunakan dalam berbagai konteks gaya hidup.

e) Bloomvale

Gambar 2. 7 Produk NIRALUNA: Bloomvale

Bloomvale menghadirkan karakter lembut dan artistik melalui motif bunga rajut pada bagian depan dan belakang. Potongan outer berlengan pendek dengan bukaan depan memberikan kesan ringan dan nyaman, sementara kombinasi warna krem, cokelat, dan sentuhan merah menciptakan tampilan klasik namun tetap modern.

f) Rowan *Classic*



Gambar 2. 8 Produk NIRALUNA: Rowan *Classic*

Atasan rajut model polo dengan yang memberikan kesan elegan dan maskulin. Dilengkapi kerah klasik dan kancing depan, desain ini menggabungkan gaya kasual dan rapi dalam satu tampilan. Material rajut lembut membuatnya nyaman dipakai seharian, cocok untuk aktivitas santai, kerja semi-formal, maupun acara kasual yang membutuhkan tampilan lebih polished.

g) Alder



Gambar 2. 9 Produk NIRALUNA: Alder

Sweater rajut dengan motif cable knit klasik yang memberikan kesan hangat dan premium. Didesain dengan detail resleting setengah (half-zip) dan kerah tinggi, menghadirkan tampilan modern sekaligus fungsional. Potongan *long sleeve* dengan rib di bagian manset dan hem bawah menambah kesan rapi dan nyaman.

2.3.2 Packaging

Kemasan (*packaging*) NIRALUNA dirancang dengan pendekatan yang fungsional dan elegan, selaras dengan identitas visual merek yang modern-minimalis. Desain kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai elemen pendukung pengalaman konsumen (*customer experience*). Melalui pemilihan material dan desain yang tepat, kemasan diharapkan mampu memperkuat persepsi kualitas dan eksklusivitas merek.



Gambar 2. 10 *Packaging* Produk NIRALUNA

Gambar 2.10 *Packaging* Produk NIRALUNA menampilkan desain kemasan eksklusif dengan konsep premium dan elegan. Kemasan berbentuk *hard box* berwarna hitam doff, menonjolkan identitas merek NIRALUNA melalui penggunaan logo berwarna emas pada bagian luar kemasan, yang memberikan kesan mewah dan berkelas. Pada bagian luar, kemasan dilengkapi dengan pita hitam sebagai elemen estetika sekaligus penutup, sehingga meningkatkan nilai visual dan pengalaman membuka produk.

Bagian dalam kemasan menampilkan desain minimalis dengan dominasi warna hitam yang konsisten, dilengkapi dengan tulisan “*Exclusive for you*” dan “*Premium Collection*” pada bagian tutup dalam kemasan. Produk dikemas menggunakan kertas tisu berwarna hitam yang rapi dan disegel dengan stiker logo NIRALUNA, mencerminkan perhatian terhadap detail serta kualitas produk yang ditawarkan. Secara keseluruhan, desain *packaging* ini tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi merek yang memperkuat citra eksklusivitas, kualitas, dan keanggunan dari produk NIRALUNA.