

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

1. Perancangan konsep pengembangan produk *fashion knitwear* dapat dilakukan melalui pendekatan *market-oriented design* dengan mempertimbangkan tren *fashion*, aspek fungsionalitas, kenyamanan material, serta estetika jangka panjang. NIRALUNA telah mengadaptasi pendekatan tersebut dengan merancang lini produk bergaya modern-minimalis yang diposisikan pada segmen *affordable luxury*. Adaptasi terhadap pasar beriklim tropis diwujudkan melalui penggunaan benang rajut polycotton yang *breathable* dan nyaman di kulit. NIRALUNA melakukan eksplorasi struktur rajut yang lebih kompleks dan berkarakter, siluet yang dirancang tegas namun tetap feminin, serta pendekatan desain yang tidak sekadar mengikuti tren musiman, melainkan mengedepankan relevansi jangka panjang. Diferensiasi ini diperkuat dengan setiap koleksi dirancang untuk menghadirkan kesan *refined*, modern, dan berkelas tanpa terlihat berlebihan.
2. Peningkatan daya saing dan visibilitas produk *knitwear* di tengah industri *fashion* yang kompetitif memerlukan strategi pemasaran terintegrasi yang mencakup optimalisasi saluran digital, pembentukan identitas visual yang kuat, serta interaksi proaktif dengan target pasar. NIRALUNA mengimplementasikan strategi pemasaran yang berpusat pada kampanye visual bergaya editorial melalui Instagram dan mengarahkan transaksi utama ke platform *e-commerce* Shopee. Strategi ini didukung oleh konten edukatif, *lifestyle*, dan interaktif yang dirancang untuk membangun kedekatan emosional dengan konsumen. Visibilitas organik kemudian dikonversi secara efektif menjadi penjualan melalui program promosi berbasis momentum, seperti diskon *Early Bird* 10%, paket bundling hemat, hingga *Payday Sale*, yang mampu menstimulasi keputusan pembelian tanpa mengorbankan citra premium merek.
3. Langkah strategis dalam mendukung proses peluncuran merek (*brand release*) yang sukses memerlukan persiapan komprehensif, mulai dari pematangan identitas visual, penyelarasan tagline "*Timeless Knitwear With Elevated*

*Sensibility*”, penyediaan pengalaman pelanggan yang eksklusif, hingga pengelolaan persediaan yang taktis. NIRALUNA melakukan pembenahan internal secara terstruktur sebelum mengeksekusi *grand launching* koleksi terbaru, yang menjadi titik balik signifikan dalam menggeser stagnasi penjualan menuju tren pertumbuhan omzet yang meningkat secara akseleratif. Dalam memperkuat nilai eksklusivitas saat peluncuran, NIRALUNA menghadirkan kemasan premium guna meningkatkan *customer experience*. Keberlanjutan siklus produk NIRALUNA dijaga melalui penerapan sistem *ready stock* dengan kebijakan *No-Restock* untuk membangun nilai kelangkaan (*scarcity value*), yang secara strategis diimbangi dengan program *Exclusive Drop “Semester Re-run”* guna mengakomodasi tingginya permintaan pasar terhadap produk *best-seller* dan program *“Clearance Sale”* untuk produk yang masih bertahan di gudang selama 6 hingga 8 bulan guna memitigasi risiko penumpukan stok dan meningkatkan efisiensi perputaran persediaan (*inventory turnover*).

## 5.2 Saran

1. Dalam merespons dinamika tren *fashion* yang berubah cepat, NIRALUNA menetapkan agenda *R&D* yang terstruktur dan terjadwal setiap kuartal. Secara operasional, tim *Research & Development* melakukan uji coba penggunaan benang rajut baru yaitu benang *cotton* sebagai alternatif material utama guna menghasilkan tekstur rajut yang lebih ringan, *breathable*, dan adaptif terhadap iklim tropis. Uji material dilakukan melalui tahap *sampling*, *wear-test* internal, serta evaluasi tingkat kenyamanan dan daya tahan sebelum masuk ke tahap produksi massal. Selain eksplorasi material, pengembangan struktur rajut baru perlu dituangkan dalam katalog desain internal sebagai *database* inovasi agar dapat digunakan kembali pada koleksi mendatang. Selain itu, untuk memaksimalkan potensi pasar, R&D NIRALUNA disarankan terbuka terhadap pengembangan lini produk di luar sektor *fashion*, guna memperluas portofolio bisnis ke ranah produk fungsional lainnya yang masih memanfaatkan teknologi rajut. Dengan sistem *R&D* yang terdokumentasi dan terukur, peluncuran koleksi

baru dapat dilakukan secara konsisten tanpa kehilangan arah *positioning* sebagai produk *affordable luxury*.

2. Pada aspek pemasaran, NIRALUNA mengembangkan sistem *affiliate marketing* yang terintegrasi dengan campaign “NIRALUNA Muse”. Secara operasional, NIRALUNA merekrut *micro-influencer* dan *loyal customer* terpilih sebagai *affiliate* dengan pemberian koleksi terbaru. Program ini tidak hanya meningkatkan konversi, tetapi juga memperluas jangkauan organik melalui konten autentik yang merepresentasikan karakter brand. Campaign “NIRALUNA Muse” difokuskan pada *storytelling personal styling*, di mana setiap *muse* menampilkan interpretasi gaya masing-masing terhadap produk NIRALUNA. Pendekatan digital yang lebih proaktif dan personal ini digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* sekaligus memupuk *brand loyalty*, sehingga identitas merek semakin mengakar kuat di tengah persaingan industri pakaian rajut.
3. Dalam memastikan pertumbuhan yang dinamis, NIRALUNA menerapkan *continuous improvement*. Secara operasional, evaluasi dilakukan secara berkala dengan mengintegrasikan data keluhan dan masukan konsumen, ke dalam tinjauan kinerja lintas fungsi (R&D, produksi, dan pemasaran). Tindak lanjut dari evaluasi ini mencakup pengetatan *Quality Control (QC)* dan pembukaan peluang kerja sama dengan vendor produksi baru guna memitigasi risiko sekaligus meningkatkan standar mutu rajutan. Selain pengendalian mutu produksi, pengendalian juga diterapkan pada aspek manajemen stok melalui sistem *monitoring inventory*. Setiap produk diklasifikasikan berdasarkan usia penyimpanan untuk menentukan tindakan strategis, seperti penguatan promosi, redistribusi kanal penjualan, atau pengalokasian ke program *Clearance Sale* guna memitigasi risiko penumpukan stok. Hal ini didukung oleh penerapan produksi berbasis data penjualan historis serta pembatasan kuantitas melalui sistem *limited drop*. Pemrosesan data evaluasi secara komprehensif ini dilakukan agar brand tidak mengalami stagnasi atau terjebak pada repetisi masalah yang sama di setiap peluncuran koleksi.