

## BAB II

### GAMBARAN UMUM LUNA HIJAB KUDUS DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Dalam bab ini disajikan mengenai sejarah perusahaan yang dideskripsikan secara umum, visi misi perusahaan, logo, struktur organisasi beserta deskripsi jabatan, klasifikasi SDM perusahaan, serta identitas responden.

#### 1.1 Sejarah Luna Hijab

Luna Hijab merupakan *brand* fashion lokal asli dari Indonesia yang bergerak di bidang fashion muslim. *Brand* ini berdiri sejak tahun 2007. Sejak awal di dirikan Luna Hijab berbentuk bisnis rumahan yang menerima pesanan jahitan, hingga memulai produksi merek sendiri. Pada awalnya sesuai dengan namanya, Luna Hijab hanya berfokus dalam memproduksi hijab terutama hijab model khimar ped atau biasa disebut hijab instan langsung. Dalam proses produksinya Luna Hijab memberikan detail desain yang tidak dimiliki oleh *brand* lain yakni berupa *handmade* khas Luna. *Handmade* ini dibuat dengan detail dan ketelitian tinggi dijahit satu-persatu secara manual dengan tangan terampil untuk dapat menghasilkan *handmade* bunga dan *swarovski* yang identik dengan *brand* Luna serta tidak mudah ditiru oleh *brand* lain sejenis.

Seiring dengan perkembangan bisnis fashion wanita Luna Hijab membuka peluang yang lebih lebar untuk memperluas pasarnya. Setelah berhasil dan sukses di bidang produksi hijab, Luna juga memulai untuk memproduksi gamis/ *dress* muslim wanita dengan tetap mempertahankan ciri khas dan keunikannya. *Dress* yang di produksi merupakan *dress* muslimah dengan menonjolkan keunikan

*cutting design* pola yang rumit dan tidak biasa. Hal ini yang membuat gamis Luna tidak mudah ditiru oleh *brand* lainnya. Sehingga *dress* Luna semakin diminati oleh masyarakat.

## **1.2 Lokasi Store Luna Hijab**

*Store* Luna Hijab Kudus terletak di Jl. Sukun Raya Pegunungan, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus, Provinsi Jawa Tengah.

## **1.3 Visi Misi Luna Hijab**

### **Visi :**

*To be the top choice for Indonesian muslim in selecting quality, fashionable, and religion-compliant muslim attire.*

### **Misi :**

1. *Providing quality muslim attire products that align with market trends and needs*
2. *Offering the best customer service by prioritizing satisfaction and comfort*
3. *Encouraging awareness of diversity and beauty in muslim attire*
4. *Supporting women's empowerment through training and job opportunities*
5. *Being a positive change agent in the Indonesian Muslim Fashion Industry*
6. *Developing environmentally friendly and sustainable product innovations*
7. *Building partnerships with local and international communities to support business growth and establish a strong network*
8. *Emphasizing religious values and ethics in every aspect of business and customer interaction*

9. *Setting an example of sustainable and socially responsible business success*

10. *Inspiring muslim to be confident and express themselves through muslim attire that aligns with religious and cultural values*

#### 1.4 Logo Luna Hijab



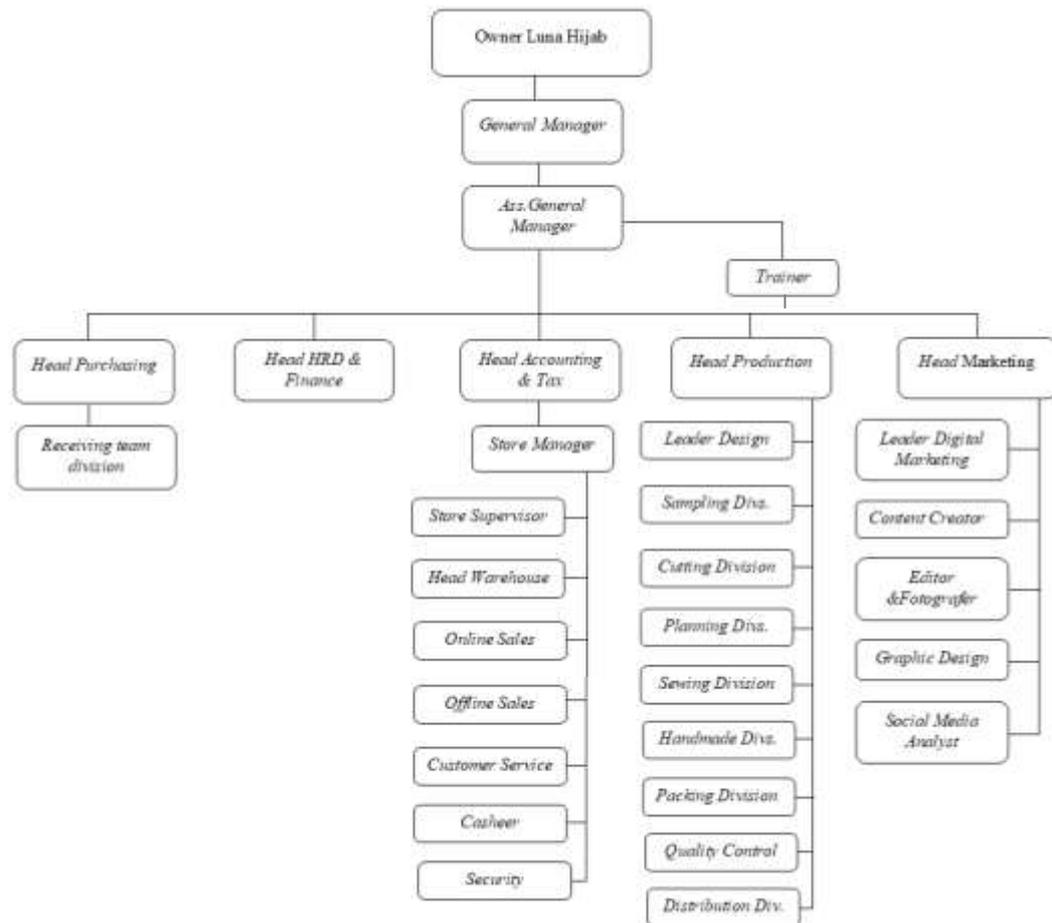
**Gambar 2. 1 Logo Luna Hijab**

Sumber : Luna Hijab Kudus

Logo perusahaan memiliki makna cerminan hijab sebagai mahkota wanita muslimah, sesuai dengan *tagline* yang diangkat Luna yaitu “*Hijab is our crown*”. Berisi pesan untuk mengajak wanita muslimah Indonesia memilih produk yang paling tepat dan indah karena hijab adalah mahkota wanita muslim yang harus dijaga dan diperhatikan, serta memberikan makna tersirat pada konsumen bahwa Luna Hijab menyediakan hijab terbaik untuk kebutuhan setiap wanita muslim.

#### 1.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan bagian terpenting bagi suatu perusahaan agar dapat beroperasi sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Struktur organisasi yang ada di Luna Hijab yaitu sebagai berikut :



**Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Luna Hijab**

Sumber : Luna Hijab Kudus, 2024

Struktur yang digunakan dalam perusahaan ini adalah jenis struktur fungsional. Struktur fungsional merupakan jenis struktur organisasi yang sering digunakan di perusahaan dengan mengurutkan struktur berdasarkan pembagian kerja seperti produksi, pemasaran, dan keuangan.

### 2.5.1 Deskripsi Jabatan

Deskripsi jabatan operasional struktur organisasi Luna Hijab yaitu sebagai berikut:

1. *Owner*, bertugas untuk memantau dan melakukan pengambilan keputusan terhadap perusahaan, serta memastikan setiap kegiatan bisnis di perusahaan sesuai dengan arahan dan kebijakan *owner*.
2. *General Manager*, memiliki peran dalam pengambilan keputusan bagi perusahaan serta bertanggungjawab dalam usaha mencapai target dan rencana perusahaan.
3. *Assistant General Manager*, memiliki tugas untuk mengkoordinir dan memberikan bantuan kepada manager dalam menyusun rencana serta strategi penting untuk mencapai tujuan perusahaan.
4. *Tainer*, bertanggung jawab dalam mengontrol, dan memberikan pelatihan serta arahan pada masing – masing divisi dan jabatan agar setiap karyawan dapat menyelesaikan *jobdesk* dengan baik.
5. *Head purchasing*, memiliki fungsi dan peran penting dalam proses pengadaan barang di suatu perusahaan untuk mengelola seluruh proses pengadaan mulai dari perencanaan hingga pemantauan persediaan.
6. *Receiving team division*, bertanggung jawab dalam proses penerimaan di dalam gudang, hal ini merupakan tahapan yang penting dalam rantai pasokan dan manajemen logistic, diantaranya meliputi penerimaan, pemeriksaan, hingga pencatatan barang keluar-masuk.
7. *Head HRD & Finance*, bertanggung jawab dalam menerapkan kebijakan dan strategi perusahaan terhadap karyawan, mengelola kebutuhan SDM dalam perusahaan, hingga menjaga hubungan baik antara karyawan

dengan perusahaan agar kegiatan bisnis dapat berjalan selaras dan harmonis.

8. *Head accounting & Tax*, bertugas untuk melakukan pencatatan, analisa, dan perhitungan hingga perpajakan sehubungan dengan segala bentuk transaksi dalam perusahaan.
9. *Store manager*, bertanggung jawab dalam memimpin *store* beserta dengan unsur-unsur yang ada didalamnya, serta memastikan tujuan perusahaan dapat tercapai.
10. *Store supervisor*, bertanggung jawab dalam melakukan pengawasan dan pemantauan terhadap karyawan dalam melakukan pekerjaannya.
11. *Head warehouse*, bertanggung jawab dalam mengawasi seluruh pekerjaan yang berhubungan dengan stok warehouse, pencatatan dan pengelolaan barang keluar-masuk di warehouse untuk dapat memenuhi kebutuhan setiap barang penjualan.
12. *Online sales*, bertugas untuk melakukan penjualan secara online dengan menggunakan platform yang ditentukan perusahaan, memastikan target penjualan tercapai, dan membangun komunikasi serta hubungan baik dengan konsumen secara virtual.
13. *Offline sales*, bertugas dalam memberikan pelayanan langsung kepada konsumen yang datang ke store, berperan sebagai sales assistant dan mendampingi konsumen dari awal masuk sampai transaksi selesai dilakukan. Sales assistant memastikan konsumen mendapatkan pelayanan yang ramah dan nyaman.

14. *Customer service*, bertugas untuk memberikan layanan reward, menjadi pusat informasi *brand* kepada konsumen, bertanggung jawab dalam melayani komplain dan keluhan konsumen, serta bertanggung jawab dalam pembuatan *membership*.
15. *Casheer*, bertugas dalam melakukan kegiatan transaksi pembelian yang dilakukan konsumen, mengelola keuangan dan laporan pendapatan *store*.
16. *Security*, bertugas dalam menjaga keaman dan ketertiban pengunjung *store* serta memastikan keamanan barang milik *customer*.
17. *Head production*, bertanggung jawab dalam mengelola dan mengatur sistem produksi yang berlangsung, memberikan arahan dalam setiap proses produksi.
18. *Leader design* : pimpinan *designer* bertugas untuk memberikan instruksi design dan revisi design produk yang direncanakan, memastikan design yang dibuat dapat direalisasikan dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
19. *Sampling division*, bertugas dan bertanggung jawab dalam pembuatan sample pola dan realisasi pembuatan dress untuk dapat di analisis sebelum akhirnya produk di launching dan di produksi dalam jumlah besar.
20. *Cutting division*, bertugas dalam pemotongan pola kain, dan memastikan pola tersebut sesuai dengan aturan dan panduan ukuran yang telah ditetapkan.
21. *Sewing division*, bertanggung jawab dalam menjahit dan menyelesaikan jahitan dress sesuai dengan SOP yang berlaku, detail memperhatikan

kualitas jahitan yang baik dan sesuai dengan design model yang telah diputuskan sebelumnya.

22. *Handmade division*, bertugas dalam pembuatan handmade khas luna dengan jahitan manual, serta menjahit swarovski khas luna secara manual dan detail agar aksesoris hiasan produk awet, rapi, dan tidak mudah lepas.
23. *Packing division*, bertugas dalam melakukan pengepakan dan pengemasan produk yang telah jadi agar dapat didistribusikan kepada konsumen.
24. *Quality control*, bertanggung jawab dalam pengecekan kualitas produk, memastikan tidak ada bagian yang reject, serta memberikan grade setiap kualitas produk layak dan tidak layak jual.
25. *Distribution division*, bertugas dan bertanggung jawab dalam mendistribusikan produk kepada jaringan perusahaan, diantaranya yaitu stok store, stok grosir, stok agen, dan lainnya.
26. *Head marketing*, bertugas untuk membuat kebijakan dan analisis pemasaran untuk dapat meningkatkan penjualan produk. *Head marketing* bertanggung jawab dalam mengawasi dan memutuskan strategi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.
27. *Leader digital marketing*, bertugas untuk mengawasi, menganalisis strategi pemasaran digital, serta mengambil langkah kebijakan promosi/ *ads/ endorse* untuk dapat meningkatkan exposure perusahaan secara *online*.
28. *Content creator*, bertugas dalam memproduksi konten yang menarik untuk disebarluaskan di *platform* perusahaan.

29. *Editor & Foto/Videografer* bertugas dalam memproduksi artikel produk launching terbaru agar materi dapat di share sebagai alat dalam menunjang penjualan online dan offline.
30. *Graphic design*, bertugas dalam merancang dan membuat desain grafis yang diperlukan untuk mendukung konten promosi yang dibutuhkan. Desain grafis bertanggung jawab dalam memastikan karya grafis perusahaan bebas hak cipta dan aman untuk di publikasikan.
31. *Social media analyst*, bertugas dalam menganalisis dan menentukan kebijakan dan strategi untuk dapat mengembangkan sosial media merek agar semakin dikenal masyarakat.

## **2.6 Karakteristik Responden**

### **2.6.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Kategori jenis kelamin responden meliputi laki-laki dan perempuan. Responden yang ditemui dalam pengisian kuesioner seluruhnya berjenis kelamin perempuan dengan jumlah total 96 responden. Hal ini dikarenakan Luna merupakan *brand fashion* muslim wanita.

### **2.6.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Karakteristik responden berdasarkan usia dibagi menjadi beberapa kategori yang dimasukkan kedalam kuesioner. Pembagian kategori usia berdasarkan aturan internasional pembagian kelompok usia menggunakan interval 4. Maka interval pembagian kategori responden berdasarkan usia dapat diturunkan dalam tabel diantaranya yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Kategori Generasi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
20 – 24 tahun	Generasi Z	8	8,3%
25 - 29 tahun	Generasi Z	7	7,3%
30 - 34 tahun	Generasi Millenial	16	16,7%
35 - 39 tahun	Generasi Millenial	30	31,3%
40 – 44 tahun	Generasi Millenial	30	31,3%
45 – 49 tahun	Generasi X	3	3,1%
50 – 54 tahun	Generasi X	2	2,0%
<b>Total</b>		<b>96 responden</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data hasil kuesioner, 2024

Pada tabel 2.1 dijumpai kategori usia dengan jumlah terbanyak yaitu pada usia 33-36 tahun dan 37- 40 tahun yang termasuk dalam kelompok dewasa. Responden didominasi oleh generasi millenial usia 30-44 tahun.

### **2.6.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Terdapat beberapa kategori pendidikan yang dimasukkan kedalam kuesioner dengan persentase dan frekuensi berikut ini :

**Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sekolah Menengah Pertama	11	11,4%
Sekolah Menengah Atas	40	41,7%
Diploma	3	3,1%
Sarjana – S1	42	43,8%
<b>Total</b>	<b>96 responden</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data hasil kuesioner, 2024

Pada tabel 2.2 didapati tingkat pendidikan terakhir yang memiliki jumlah frekuensi terbanyak yaitu pada jenjang sarjana – S1. Dengan demikian dapat disimpulkan mayoritas pendidikan terakhir responden pada jenjang S1.

#### 2.6.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Terdapat beberapa kategori pekerjaan yang dimasukkan kedalam kuesioner dengan frekuensi dan presentase sebagai berikut:

**Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	5	5,2%
Tenaga Medis	4	4,2%
Ibu rumah tangga	37	38,5%
Wiraswasta/pengusaha	28	29,1%
Karyawan Swasta/Pabrik	22	23%
<b>Total</b>	<b>96 responden</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data hasil kuesioner, 2024

Pada tabel 2.3 dapat disimpulkan profesi ibu rumah tangga yang menempati urutan pertama dengan frekuensi profesi terbanyak sejumlah 37 responden dan dilanjutkan dengan profesi wiraswasta/pengusaha urutan profesi terbanyak kedua.

#### 2.6.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per-Bulan

Terdapat beberapa kategori pendapatan responden yang dimasukkan kedalam kuesioner sebagai berikut :

**Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Penghasilan Per-Bulan**

<b>Penghasilan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Rp1.000.000 – Rp3.000.000	35	36,5%
>Rp 3.000.000 – Rp5.000.000	44	45,8%
>Rp5.000.000 – Rp10.000.000	12	12,5%
>Rp10.000.000	5	5,2%
<b>Total</b>	<b>96 responden</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data hasil kuesioner, 2024

Tabel 2.4 menunjukkan penghasilan yang diperoleh responden mayoritas berada pada Rp3.000.000 – Rp5.000.000 dengan jumlah frekuensi terbanyak yaitu 44 responden dan dilanjutkan dengan mayoritas pendapatan kedua sebesar Rp1.000.000-Rp3.000.000 sebanyak 35 responden.