

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Kantor PT. Miranda Moda Indonesia



Gambar 2.2 Logo PT. Miranda Moda Indonesia

Sumber: Data Internal Perusahaan

RiaMiranda adalah sebuah brand pakaian wanita yang mengusung konsep modest fashion. Berdiri di Jakarta pada tahun 2009, RiaMiranda telah menjadi ikon gaya feminin dalam industri mode Indonesia. Brand ini didirikan oleh Indria Miranda, seorang desainer

yang berbakat dan lulusan dari sekolah mode terkemuka, ESMOD. RiaMiranda dikenal dengan koleksi-koleksinya yang beragam, yang tidak hanya meliputi baju tetapi juga hijab dan aksesoris yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan para wanita modern. Selain itu, RiaMiranda aktif dalam berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperluas pilihan produk yang tersedia, menjadikan brand ini lebih dapat diakses oleh berbagai kalangan. Dengan kehadiran 43 offline store yang tersebar di seluruh Indonesia, RiaMiranda telah menjelma menjadi destinasi fashion yang dicari banyak orang, menawarkan produk yang memadukan kualitas tinggi dengan desain yang menawan.

RiaMiranda telah mengalami transformasi signifikan dengan menjadi sebuah perusahaan terdaftar, PT. Miranda Moda Indonesia. Langkah ini menandai tahap kemajuan besar dalam perjalanan brand tersebut, menunjukkan komitmen yang kuat untuk terus berkembang dan memperluas dampaknya dalam industri fashion. Dengan status resminya sebagai perusahaan, PT. Miranda Moda Indonesia memiliki pondasi yang lebih kuat untuk melanjutkan misinya dalam menciptakan gaya modest yang feminin dan menghadirkan koleksi yang beragam bagi para pelanggan setianya. Transformasi ini juga memungkinkan RiaMiranda untuk meningkatkan kapasitas produksinya dan memperkuat posisi mereka di pasar domestik maupun internasional.

Nama RiaMiranda diambil dari nama pendirinya, Indria Miranda, yang telah menjadi wajah dari brand tersebut. Dengan membawa identitas personal pendiri sebagai bagian yang tak terpisahkan dari merek, RiaMiranda bukan hanya sekadar sebuah label, melainkan juga sebuah representasi dari visi dan nilai-nilai yang dipegang teguh oleh Indria Miranda. Sebagai "face of the brand," RiaMiranda mencerminkan keanggunan, kefemininan, dan kekuatan dalam setiap koleksinya. Hal ini menempatkannya sebagai salah satu pelopor dalam dunia mode modest di Indonesia, menginspirasi banyak wanita untuk tampil elegan tanpa mengesampingkan nilai-nilai kesederhanaan dan ketaatan beragama.

RiaMiranda mengusung sebuah brand DNA yang kuat, yang menekankan pada penjualan apparel dengan nilai-nilai Islam yang memberikan dampak positif pada aspek sosial. Lebih dari sekadar menjual pakaian, RiaMiranda memperjuangkan pesan tentang keberagaman, kesederhanaan, dan kesetaraan dalam setiap koleksinya. Melalui desain-desain yang elegan dan beragam, brand ini tidak hanya memenuhi kebutuhan fashion para wanita Muslim, tetapi juga menginspirasi mereka untuk menjalani kehidupan yang lebih bermakna dan berdampak positif bagi masyarakat sekitarnya. Komitmen RiaMiranda terhadap nilai-nilai ini tercermin dalam setiap aspek operasionalnya, mulai dari desain produk hingga kampanye pemasaran yang selalu mengedepankan pesan-pesan moral dan sosial yang mendalam.

Dengan kehadiran 43 offline store di seluruh Indonesia, RiaMiranda telah menjelma menjadi destinasi fashion yang dicari banyak orang. Setiap toko tidak hanya menawarkan berbagai pilihan busana, tetapi juga menyediakan ruang bagi para pelanggan untuk merasakan langsung kualitas dan keindahan produk-produk RiaMiranda. Dalam usahanya untuk menjangkau lebih banyak konsumen, RiaMiranda juga aktif mengembangkan platform online yang memudahkan pelanggan untuk berbelanja dari mana saja. Kehadiran online yang kuat ini memungkinkan RiaMiranda untuk terus tumbuh dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta perubahan perilaku konsumen, memastikan bahwa mereka tetap relevan dan kompetitif di pasar fashion yang terus berkembang.

Dalam keseluruhan perjalanannya, RiaMiranda terus menunjukkan komitmennya untuk berinovasi dan memberikan yang terbaik bagi pelanggannya. Dengan dasar yang kuat dan visi yang jelas, PT. Miranda Moda Indonesia siap untuk menghadapi tantangan di masa depan dan melanjutkan kontribusinya dalam memajukan industri fashion Indonesia. Brand ini tidak hanya berfokus pada pertumbuhan bisnis, tetapi juga pada pemberdayaan wanita dan penyebaran pesan positif melalui mode, menjadikannya lebih dari sekadar sebuah brand fashion, tetapi juga sebuah gerakan sosial yang berdampak luas.

a. Visi PT. Miranda Moda Indonesia

Visi dari RiaMiranda adalah untuk menciptakan sebuah dunia yang terinspirasi oleh nilai-nilai Islam. Artinya, perusahaan ini bermimpi untuk membangun sebuah lingkungan di mana prinsip-prinsip seperti kebaikan, kedermawanan, dan kesetiaan menjadi pendorong utama dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam industri fashion. Dengan visi ini, RiaMiranda berkomitmen untuk tidak hanya menghasilkan produk fashion yang elegan dan modis, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat. Mereka ingin menjadi contoh dalam bagaimana sebuah brand dapat mengintegrasikan nilai-nilai moral dan etika dalam operasi bisnisnya.

RiaMiranda mengimplementasikan visinya dengan mengedepankan prinsip-prinsip Islam dalam desain dan pemasaran produk-produknya. Setiap koleksi yang dihasilkan tidak hanya memprioritaskan estetika, tetapi juga memastikan bahwa busana yang ditawarkan sesuai dengan nilai-nilai kesopanan dan kesederhanaan yang diajarkan dalam Islam. Dengan demikian, para wanita Muslim dapat merasa percaya diri dan nyaman, baik dari segi penampilan maupun keyakinan.

Selain itu, RiaMiranda berusaha untuk menjadi kekuatan yang menginspirasi dalam industri fashion melalui berbagai inisiatif sosial dan kolaborasi yang melibatkan komunitas. Mereka seringkali mengadakan program-program amal, workshop edukatif, dan kolaborasi dengan organisasi non-profit untuk mendukung kesejahteraan masyarakat. Dengan menggabungkan bisnis dan tanggung jawab sosial, RiaMiranda ingin menunjukkan bahwa industri fashion dapat berperan aktif dalam mempromosikan kebaikan dan kepedulian sosial.

Di lingkungan kerja internal, RiaMiranda juga menerapkan nilai-nilai Islam dalam budaya perusahaannya. Mereka mendorong suasana kerja yang penuh dengan integritas, kejujuran, dan saling menghormati. Hal ini tercermin dalam hubungan antar karyawan, manajemen, serta dengan para mitra bisnis. RiaMiranda percaya bahwa dengan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan berbasis nilai, mereka dapat menghasilkan produk yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga sarat dengan makna dan nilai.

Dengan visi ini, RiaMiranda berharap dapat menginspirasi para pelanggan dan masyarakat luas untuk mengadopsi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Mereka ingin menjadi brand yang bukan hanya dikenali karena desainnya yang modis, tetapi juga karena kontribusinya dalam mempromosikan nilai-nilai positif. RiaMiranda bercita-cita untuk menjadi pelopor dalam fashion modest yang mampu mengintegrasikan etika dan estetika, sekaligus mempengaruhi industri untuk bergerak ke arah yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab.

b. Misi PT. Miranda Moda Indonesia

Misi RiaMiranda adalah untuk berkreasi dalam menciptakan produk gaya hidup yang tidak hanya sekadar mode, tetapi juga memberikan inspirasi dari nilai-nilai kebaikan. Perusahaan ini berkomitmen untuk mengembangkan produk yang tidak hanya memanjakan mata, tetapi juga mencerminkan dan menanamkan nilai-nilai moral yang luhur seperti kerendahan hati, keadilan, dan toleransi. RiaMiranda percaya bahwa fashion bisa menjadi media untuk menyampaikan pesan-pesan positif dan memperkuat nilai-nilai etika dalam kehidupan sehari-hari.

Desain produk RiaMiranda selalu mempertimbangkan aspek nilai-nilai kebaikan yang ingin disampaikan. Setiap koleksi yang dirilis dirancang dengan hati-hati untuk mencerminkan kerendahan hati, baik melalui pemilihan bahan, warna, maupun potongan yang modest namun elegan. Dalam setiap detail,

perusahaan ini berusaha untuk memastikan bahwa produk-produknya bukan hanya memenuhi standar estetika tinggi, tetapi juga mengekspresikan prinsip-prinsip keadilan dan toleransi. Dengan demikian, RiaMiranda berupaya untuk mengajak para pelanggannya untuk tidak hanya tampil cantik, tetapi juga merasa baik dan melakukan kebaikan.

Selain aspek desain, RiaMiranda juga berfokus pada penyebaran pesan-pesan positif kepada konsumen dan masyarakat luas. Melalui kampanye pemasaran, media sosial, dan berbagai inisiatif komunitas, perusahaan ini berusaha untuk menjadi agen perubahan yang aktif dalam mempromosikan nilai-nilai kebaikan. Mereka mengadakan berbagai kegiatan seperti diskusi tentang isu-isu sosial, program amal, dan kolaborasi dengan berbagai organisasi yang memiliki visi serupa. Dengan cara ini, RiaMiranda berusaha untuk tidak hanya menjadi brand fashion, tetapi juga menjadi inspirasi dan contoh dalam menciptakan dampak sosial yang positif.

RiaMiranda juga mengedepankan dampak sosial dan moral yang dihasilkan dari setiap produk dan aktivitasnya. Mereka memahami bahwa setiap produk yang mereka keluarkan memiliki potensi untuk mempengaruhi cara pandang dan sikap konsumen terhadap nilai-nilai etika dan sosial. Oleh karena itu, RiaMiranda berupaya keras untuk memastikan bahwa seluruh rantai produksinya, dari sumber bahan baku hingga proses pembuatan, dilakukan dengan cara yang etis dan bertanggung jawab. Mereka bekerja sama dengan pemasok yang memiliki komitmen yang sama terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan pekerja.

Melalui misinya ini, RiaMiranda bertujuan untuk menjadi lebih dari sekadar penyedia produk fashion. Mereka ingin menjadi pemimpin dan pelopor dalam industri fashion modest yang tidak hanya peduli pada aspek estetika, tetapi juga berkomitmen untuk mempromosikan dan menegakkan nilai-nilai kebaikan

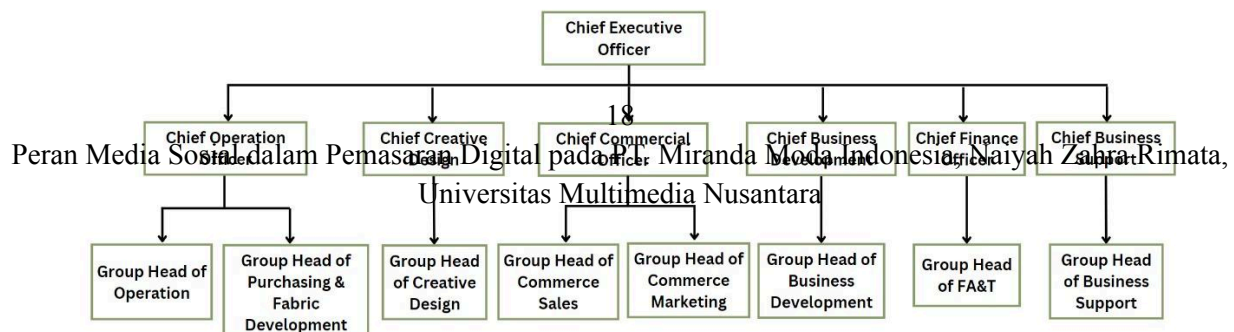
dalam setiap aspeknya. Dengan demikian, RiaMiranda berharap dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk masyarakat yang lebih adil, toleran, dan penuh kebaikan, sekaligus menginspirasi para pelanggannya untuk menjalani kehidupan yang lebih bermakna dan berempati.

2.2 Kegiatan Operasional Perusahaan

PT. Miranda Moda Indonesia menjalankan kegiatan operasionalnya dari pukul 08.30 pagi hingga 17.00 setiap Senin hingga Jumat. Rentang waktu yang ditetapkan ini memberikan kerangka waktu yang jelas bagi karyawan untuk melakukan tugas-tugas mereka dengan efisien dan menegakkan disiplin waktu di lingkungan kerja, serta memungkinkan manajemen untuk merencanakan kegiatan dan pertemuan dengan tepat. Dengan jadwal yang terstruktur seperti ini, karyawan dapat mengatur prioritas dan tanggung jawab mereka dengan lebih baik, mengurangi potensi untuk stres dan ketidakpastian dalam menyelesaikan pekerjaan mereka. Selain itu, jadwal kerja yang konsisten juga membantu membangun rutinitas yang sehat dan produktif bagi setiap anggota tim, menciptakan lingkungan kerja yang teratur dan efisien.

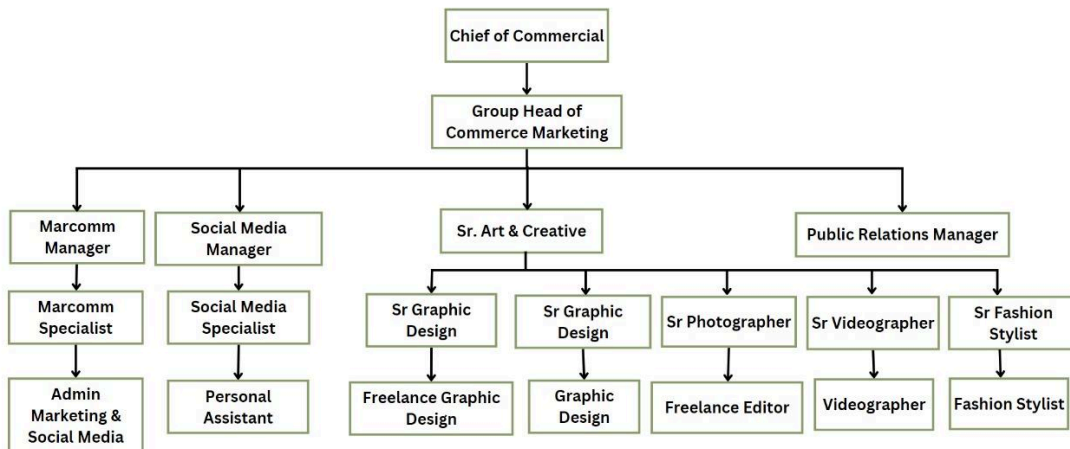
PT. Miranda Moda Indonesia menganut kebijakan berpakaian bebas tanpa adanya aturan khusus terkait busana kerja. Pendekatan ini memberikan kebebasan kepada karyawan untuk mengekspresikan diri mereka sendiri melalui pakaian tanpa merasa terbatas oleh kode berpakaian tertentu. Dengan demikian, lingkungan kerja menjadi lebih inklusif dan memungkinkan individu untuk merasa nyaman dan percaya diri dalam berbagai gaya berpakaian yang mereka pilih. Pendekatan ini juga mencerminkan nilai-nilai keterbukaan dan keragaman yang dianut oleh perusahaan, memperkuat ikatan antara karyawan dan perusahaan serta memperkuat rasa kepemilikan dan identitas perusahaan secara keseluruhan.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Dewan Direksi dan *Group Head* PT. Miranda Moda Indonesia

Sumber: Data Internal Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi *Marketing* PT. Miranda Moda Indonesia

Sumber: Data Internal Perusahaan

Sesuai dengan gambar 2.3, Struktur organisasi PT. Miranda Moda Indonesia didasarkan pada empat manajer merek, yang meliputi *Marketing Communication Manager*; *Social Media Manager*, *Senior Art & Creative*, dan *Public Relation Manager*. Setiap manajer memiliki tanggung jawab yang unik dalam mendukung operasional merek. *Marketing Communication Manager* bertanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan citra merek dan memperluas pangsa pasar. *Social Media Manager* bertugas mengelola dan

mengembangkan kehadiran merek di platform media sosial, memastikan konten yang dipublikasikan sesuai dengan identitas merek dan menghasilkan interaksi yang positif dengan pengguna. *Senior Art & Creative* bertanggung jawab atas konsep dan desain visual dari materi pemasaran dan promosi, memastikan konsistensi dan keunggulan estetika merek. Sementara itu, Public Relation Manager bertanggung jawab untuk membangun dan memelihara hubungan baik dengan media, influencer, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung visibilitas dan reputasi merek.

Di bawah kepemimpinan mereka, masing-masing departemen memiliki tugas khusus yang sesuai dengan bidangnya. Tiap departemen dipimpin oleh seorang kepala departemen atau Departemen Head. Sebelumnya, terdapat Chief of Commercial, yang saat ini dijabat oleh Kak Yaya Wulandari. Di divisi Commerce Marketing, yang penulis tempati, Kak Cut Meutia Ayunda bertanggung jawab sebagai Departemen Head of Commercial Marketing. Sebagai seorang Social Media Intern, penulis berada di bawah supervisi dari Social Media Specialist, yaitu Kak Puti Andam Sari. Dengan struktur organisasi yang terorganisir dengan baik, PT. Miranda Moda Indonesia dapat menjalankan operasionalnya dengan efisien untuk mencapai tujuan dan visi perusahaan. Setiap anggota tim memiliki peran yang jelas dan mendapat dukungan serta bimbingan dari atasan mereka, menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif dan produktif.