

## BAB II TINJAUAN UMUM PRINNA ID (TDA)

### 2.1 Sejarah perusahaan/bagian/divisi

#### 2.1.1 Sejarah Prinna Id (TDA)

Prinna merupakan sebuah usaha *fashion* muslimah yang berlokasi di kawasan Ciater, Serpong, Tangerang Selatan. Butik Prinna didirikan oleh Nunung Noer Prihantini pada tahun 2012 dengan tujuan menghadirkan pilihan *fashion* muslimah yang *stylish*, nyaman, dan cocok untuk berbagai aktivitas sehari-hari. Latar belakang pendirian Butik Prinna berawal dari keinginan untuk memberikan varian baru *outfit* ibadah bagi muslimah yang kekinian, cantik, nyaman dipakai, dengan motif yang bervariasi dan praktis dibawa kemana saja. Prinna hadir sebagai solusi bagi muslimah *modern* yang menginginkan pakaian yang tidak hanya sesuai dengan syariat islam tetapi juga *fashionable*.

Sebelum resmi berdiri, Prinna melakukan berbagai persiapan matang seperti riset pasar, pemilihan bahan berkualitas, pembuatan prototipe produk, dan pembangunan jaringan pemasok guna memastikan bisnis dapat berjalan dengan baik dan siap bersaing. Meskipun berdiri sejak 2012, Prinna mulai menjalankan bisnisnya secara aktif pada tahun 2017 dengan semangat memperkenalkan produk berkualitas kepada masyarakat. Produk yang ditawarkan meliputi mukena dewasa dan anak, kerudung, gamis, serta produk hasil olahan limbah produksi seperti tudung saji, tempat tisu, masker, *scrunchie*, dan cempal (sarung tangan). hal ini mencerminkan misi Prinna yang tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga pada fungsi dan tanggung jawab sosial.

Visi dari Prinna adalah menjadi pelopor *fashion* muslimah nasional yang menghadirkan produk *stylish*, nyaman, dan cantik, serta menjadi pilihan utama wanita muslimah di seluruh Indonesia hingga tahun 2035. Sedangkan misi dari Prinna antara lain:

1. Menyediakan kebutuhan *fashion* muslimah yang *up to date*, nyaman, dan cantik dengan kualitas terbaik.
2. Mengembangkan produk yang sesuai dengan syariat dan tren terkini untuk berbagai segmen usia muslimah.
3. Membangun jaringan distribusi yang luas agar produk Prinna dapat menjangkau pasar nasional.

4. Menciptakan inovasi berkelanjutan dalam desain dan bahan guna memenuhi kebutuhan muslimah modern.
5. Memberikan pelayanan terbaik untuk memastikan kepuasan dan kepercayaan pelanggan di seluruh Indonesia.

Seiring berjalannya waktu, Prinna mengembangkan bisnisnya dengan melahirkan *brand* baru bernama Anasya yang ditujukan untuk muslimah muda usia 20 tahun ke atas, menawarkan tunik dan hijab kasual yang lebih ringan, *fresh*, dan cocok untuk aktivitas sehari-hari. Sementara itu, Prinna tetap fokus pada koleksi elegan, *timeless*, dan eksklusif untuk muslimah dewasa usia 40 tahun ke atas. Kedua *brand* ini mulai aktif menjalankan strategi pemasaran digital di media sosial Instagram sejak tahun 2017 dan rutin memposting konten sejak tahun 2024 hingga saat ini.

Meskipun memiliki karakter dan segmentasi pasar yang berbeda, baik Prinna maupun Anasya tetap menjunjung prinsip yang sama yaitu produk yang dihasilkan dapat dipakai dengan nyaman, cantik, dan sesuai dengan syariat. Keduanya saling melengkapi dalam memenuhi kebutuhan *fashion* muslimah dari berbagai rentang usia. Perjalanan ini menunjukkan bahwa Prinna tidak hanya hadir sebagai *brand fashion*, tetapi juga sebagai representasi dari komitmen dan kepedulian terhadap perkembangan gaya hidup muslimah di Indonesia.

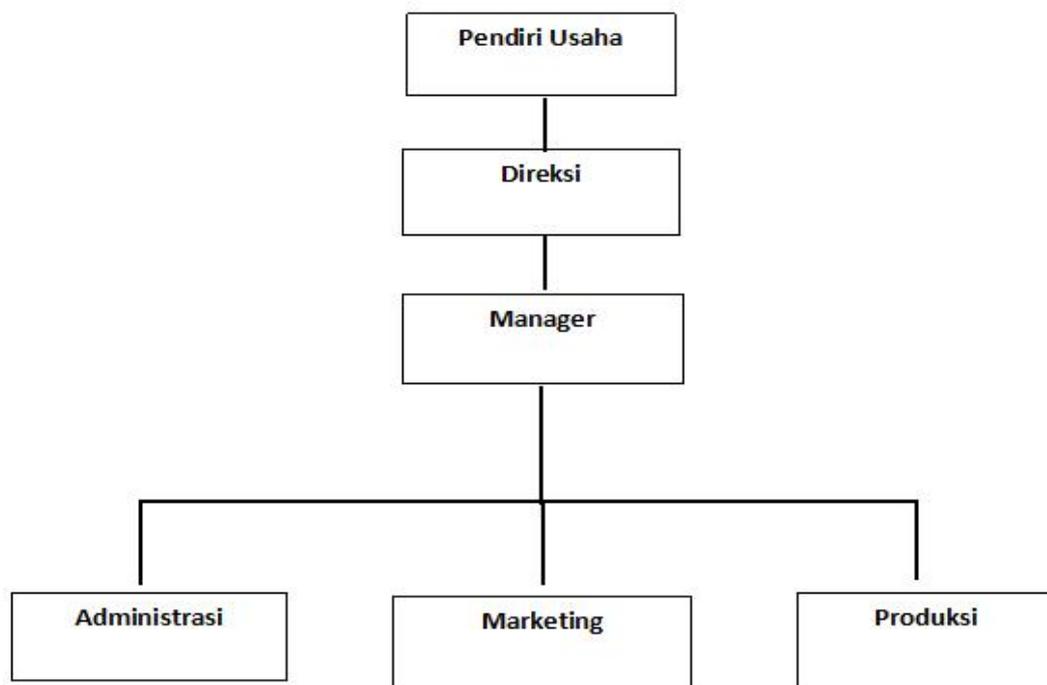
Dengan dasar visi dan misi yang jelas serta semangat inovasi yang terus dijaga, Prinna menunjukkan komitmen yang kuat dalam mengembangkan bisnisnya secara berkelanjutan. Salah satu langkah strategis yang turut memperkuat eksistensi Prinna di industri *fashion* muslimah adalah keterlibatannya dalam komunitas Tangan Di Atas (TDA). Tangan di Atas (TDA) merupakan komunitas bisnis yang berfokus pada pengembangan kewirausahaan di Indonesia. Melalui keikutsertaan aktif dalam komunitas ini, Prinna mendapatkan banyak manfaat, mulai dari kesempatan mempunyai jaringan, berbagai pengalaman antar pelaku usaha, hingga mengikuti pelatihan dan kegiatan yang mendukung pertumbuhan bisnis secara profesional. Partisipasi dalam ekosistem TDA tidak hanya membantu memperluas relasi bisnis, tetapi juga menjadi ruang belajar yang penting bagi Prinna dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan pasar dan tuntutan konsumen yang terus berubah.

Dengan perjalanan yang matang dan inovasi yang terus dilakukan, Prinna dan Anasya kini menjadi pilihan *fashion* muslimah yang menggabungkan nilai tradisi dan modernitas dalam satu kesatuan produk yang berkualitas dan relevan bagi berbagai

kalangan usia. Prinna Id, sebagai bagian dari ekosistem *digital* Prinna, menjadi wadah penting dalam memperkuat eksistensi dan perluasan pasar melalui konten *digital marketing* yang kreatif dan inovatif, didukung oleh kolaborasi dengan komunitas Tangan di Atas (TDA).

## 2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi di Prinna Id disusun secara sederhana namun efisien guna mendukung operasional usaha yang bergerak di bidang *fashion* muslimah. Struktur ini dirancang agar setiap bagian memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan fungsinya, sehingga proses kerja dapat berlangsung secara efektif dan terkoordinasi.



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi bisnis tersebut telah dikelompokkan menjadi beberapa divisi yang dipimpin langsung oleh pemilik perusahaan. Setiap divisi diberikan tugas dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan *jobdesk* masing-masing, sehingga dapat dipastikan kelancaran operasional sekaligus menjaga kualitas layanan dan produk. Berikut ini adalah penjelasan mengenai divisi dan fungsi setiap bagian dalam struktur organisasi Prinna Id.

### a) Pendiri Usaha

Di posisi tertinggi dalam struktur organisasi terdapat pendiri usaha, yaitu Bapak Doddy dan Ibu Nunung Noer Prihantini. Keduanya merupakan sosok yang

merintis dan membangun usaha Prinna Id dari awal. Sebagai pendiri, mereka bukan hanya bertindak sebagai pemilik modal dan penggagas ide usaha, tetapi juga sebagai penentu arah strategis perusahaan. Mereka menetapkan visi dan misi, serta nilai-nilai dasar yang menjadi landasan kerja bagi seluruh anggota tim. Pendiri usaha memiliki otoritas tertinggi dalam pengambilan keputusan jangka panjang, seperti perluasan lini produk, pengembangan pasar, kerja sama bisnis, serta inovasi yang berorientasi pada pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Meskipun sebagian besar operasional sudah dilimpahkan ke manajemen, peran pengawasan dan kebijakan strategis tetap berada di tangan pendiri.

b) Direksi

Posisi sebagai Direksi yaitu Ibu Nunung Noer Prihantini, beliau berfungsi sebagai pengarah utama pelaksanaan operasional perusahaan secara menyeluruh. Direksi berperan menjembatani antara pemilik usaha dengan pelaksana teknis di lapangan. Tanggung jawabnya mencakup penetapan kebijakan manajerial, evaluasi hasil kerja tiap divisi, serta pengambilan keputusan yang bersifat taktis maupun strategis. Ibu Nunung juga secara aktif melakukan pengawasan terhadap kegiatan produksi, pemasaran, dan administrasi. Beliau memastikan bahwa semua kegiatan dijalankan sesuai dengan nilai-nilai perusahaan serta tujuan usaha yang telah ditetapkan. Kombinasi perannya sebagai pendiri dan direktur menjadikan beliau tokoh sentral dalam pengendalian perusahaan.

c) Manager

Posisi Manajer ditempati oleh Nouval, yang bertanggung jawab langsung dalam mengelola kegiatan operasional harian perusahaan. Sebagai manajer, ia berperan sebagai pemimpin internal yang mengoordinasikan jalannya aktivitas di tiga divisi utama, yaitu Administrasi, *Marketing*, dan Produksi. Nouval bertindak sebagai penghubung antara Direksi dan tim pelaksana di lapangan. Tugas Nouval meliputi penyusunan rencana kerja mingguan dan bulanan, pengawasan terhadap jalannya proses kerja di masing-masing divisi, pemantauan capaian target kerja, serta penyelesaian masalah internal jika terjadi hambatan. Manajer juga terlibat dalam rapat evaluasi dan pelaporan hasil kerja kepada Direksi. Peran ini sangat vital karena menyatukan arahan strategis dengan implementasi praktis di lapangan.

d) Administrasi

Pada divisi Administrasi yang bertanggung jawab bernama Alya, yaitu bagian yang mengelola seluruh proses administratif dan dokumentasi perusahaan. Tugas-tugas Alya mencakup pencatatan transaksi keuangan sederhana, pengarsipan dokumen penting, penyusunan laporan harian dan mingguan, pengelolaan data konsumen, serta pengaturan jadwal kerja dan kehadiran. Divisi ini memiliki peran

fundamental dalam menjaga keteraturan dan efisiensi proses bisnis. Tanpa adanya administrasi yang baik, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam pengendalian operasional, pelaporan kinerja, dan pertanggungjawaban internal maupun eksternal. Oleh karena itu, peran Alya sangat penting sebagai tulang punggung dokumentasi perusahaan.

e) *Marketing*

Divisi Marketing merupakan salah satu bagian paling strategis dalam struktur organisasi Prinna Id. Divisi ini dipimpin oleh Urmila Anasya, yang bertanggung jawab penuh terhadap segala aktivitas promosi, komunikasi *brand*, dan upaya pemasaran produk kepada konsumen, baik melalui jalur online maupun *offline*. Keberadaan Mila dalam struktur ini sangat penting karena berhubungan langsung dengan tujuan utama perusahaan yaitu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Sebagai kepala divisi *marketing*, Mila menjalankan tugas merancang strategi pemasaran berbasis *digital* yang relevan dan menarik. Ia berperan dalam menyusun kalender konten yang disesuaikan dengan tren pasar, musim promosi, serta momentum tertentu seperti Ramadan atau Hari Besar Islam. Mila juga bertugas memproduksi konten *visual* dan naratif berupa foto produk, video pendek, serta caption promosi yang dipublikasikan melalui akun Instagram, TikTok, dan Shopee Prinna Id.

Selain sebagai perencana dan kreator konten, Mila juga aktif menjadi *host* dalam sesi *live streaming* di *platform e-commerce*. Dalam peran ini, ia menampilkan produk secara langsung, menjelaskan keunggulan dan detailnya kepada *audiens*, serta berinteraksi secara *real-time* dengan calon pembeli. Kemampuannya dalam berbicara, membangun komunikasi persuasif, dan menjaga antusiasme penonton sangat menentukan keberhasilan sesi *live* dalam menciptakan konversi penjualan.

f) *Produksi*

Divisi terakhir adalah Produksi, yang dikepalai oleh Narti. Ia bertanggung jawab atas seluruh proses pembuatan produk dari pengadaan bahan baku, pengaturan alur kerja produksi, pengecekan kualitas, hingga kesiapan produk untuk dijual. Divisi ini memastikan bahwa produk mukena, gamis, kerudung, dan produk lainnya dibuat sesuai dengan standar desain dan kualitas perusahaan. Selain mengelola proses teknis produksi, Narti juga bekerja sama dengan *marketing* untuk menyesuaikan produksi dengan permintaan pasar dan tren yang sedang berkembang. Ia juga mengelola jadwal produksi agar dapat memenuhi target tanpa mengorbankan kualitas.

### 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Prinna Id merupakan sebuah perusahaan di sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang *fashion* muslimah. Berdiri sejak tahun 2012 dan mulai aktif menjalankan kegiatan usaha secara konsisten sejak 2017, Prinna Id memiliki komitmen untuk menghadirkan produk busana muslimah yang tidak hanya memenuhi standar syar'i, tetapi juga nyaman, modis, dan sesuai dengan perkembangan tren *fashion* masa kini. Seluruh kegiatan umum perusahaan difokuskan untuk mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan dalam menciptakan produk berkualitas tinggi serta membangun citra *brand* yang kuat di pasar *fashion* muslimah Indonesia.

Secara umum, kegiatan yang dilakukan oleh Prinna Id mencakup perencanaan produk, proses produksi, pemasaran *digital*, pelayanan pelanggan, serta pengelolaan operasional internal. Perencanaan produk dilakukan melalui observasi pasar, riset terhadap tren *fashion*, serta evaluasi kebutuhan pelanggan. Tim internal bersama pendiri dan manajer melakukan diskusi untuk menentukan jenis produk yang akan dikembangkan. Produk yang dirancang selalu mempertimbangkan kenyamanan, nilai estetika, serta prinsip syariah. Prinna Id memiliki dua lini produk utama, yaitu Prinna yang diperuntukkan bagi wanita muslimah usia dewasa, dan Anasya yang menasar segmen muslimah muda. Kedua lini ini berjalan beriringan, saling melengkapi dalam menjangkau konsumen dari berbagai kalangan usia.

Setelah proses perencanaan, kegiatan dilanjutkan dengan produksi. Produksi dilakukan secara mandiri oleh tim internal di bawah pengawasan langsung dari divisi produksi. Aktivitas ini meliputi pengadaan bahan baku, pemotongan pola, penjahitan, pengecekan kualitas, hingga pengemasan produk jadi. Prinna Id juga memanfaatkan sisa bahan kain dari proses produksi utama untuk dibuat menjadi produk lain seperti scrunchie, tudung saji, masker, dan tempat tisu. Hal ini mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap prinsip keberlanjutan dan efisiensi sumber daya.

Dalam bidang pemasaran, Prinna Id mengadopsi strategi *digital marketing* secara aktif dan terarah. Promosi dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta *platform e-commerce* seperti Shopee. Kegiatan pemasaran digital meliputi pembuatan konten visual, penjadwalan posting konten, pengelolaan iklan berbayar, serta pelaksanaan sesi *live streaming* untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen. *Live streaming* menjadi salah satu strategi efektif yang digunakan perusahaan untuk berinteraksi secara *real-time* dengan pelanggan, memberikan penawaran khusus, serta meningkatkan konversi penjualan. Dalam sesi ini, *host* akan menampilkan produk, menjelaskan detail bahan dan

ukuran, serta menanggapi pertanyaan dari penonton secara langsung. Aktivitas ini dilakukan secara rutin dan menjadi salah satu andalan perusahaan dalam mendekati diri kepada *audiens* target.

Selain itu, Prinna Id juga menjalankan kegiatan administratif dan pelayanan pelanggan secara profesional. Divisi administrasi bertanggung jawab dalam mencatat transaksi, memproses pemesanan, mengatur pengiriman barang, serta menangani komplain dan pertanyaan dari konsumen. Perusahaan berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang responsif dan ramah guna menjaga kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas jangka panjang.

tidak hanya fokus pada proses produksi dan pemasaran, Prinna Id juga aktif melakukan evaluasi internal terhadap seluruh aktivitas usaha. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta menyusun langkah perbaikan untuk periode selanjutnya. Rapat evaluasi biasanya dilakukan secara berkala oleh manajer operasional bersama seluruh anggota tim. Selain itu, Prinna Id juga terlibat aktif dalam komunitas wirausaha Tangan Di Atas (TDA) untuk memperluas jaringan bisnis, mengikuti pelatihan kewirausahaan, serta berbagi pengalaman dengan pelaku usaha lainnya.

Melalui seluruh rangkaian kegiatan tersebut, Prinna Id menunjukkan keseriusan dalam membangun usaha secara profesional meskipun dalam skala UMKM. Perusahaan tidak hanya menekankan aspek penjualan, tetapi juga mengutamakan kualitas produk, hubungan yang baik dengan pelanggan, serta pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Seluruh kegiatan umum perusahaan dijalankan dengan penuh komitmen, kolaborasi, dan inovasi, sehingga menjadikan Prinna Id sebagai salah satu pelaku usaha fashion muslimah yang memiliki potensi besar untuk berkembang di tingkat nasional.