

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

With Love The Brand adalah merek pakaian wanita startup asal Indonesia yang berfokus pada menciptakan pakaian liburan yang memiliki kesan *fun*, *girly* dan *exciting* yang bisa dipakai ketika sedang berlibur di pantai hingga bekerja di kantor. Dipimpin oleh dua wanita, Renata Simanjuntak dan Stefani Amanda, merek ini berhasil mendominasi *fashion* Instagram lokal dengan desain yang mengedepankan *summer look*.



Gambar 2. 1 Logo With Love The Brand

Sumber: <https://id.linkedin.com/company/with-love-the-brand>

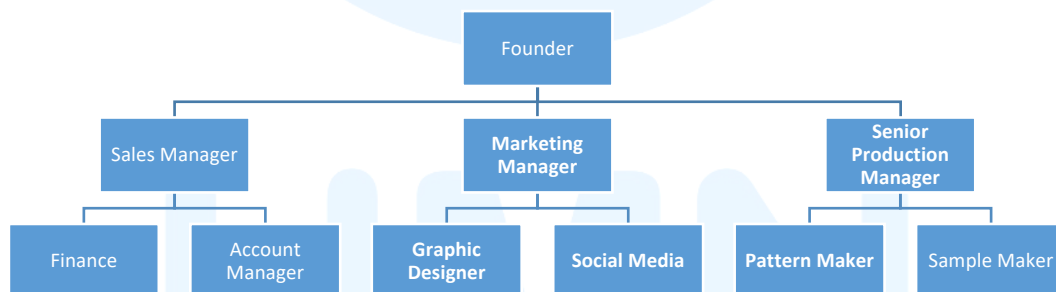
Perjalanan diawali dengan mereka yang menyadari bahwa pasar di Indonesia tidak menyediakan pakaian *summer* yang menyenangkan dan lucu sesuai gaya mereka. Mereka kesulitan menemukan pakaian yang cocok dengan bentuk tubuh mereka. Mayoritas pakaian yang tersedia di pasaran adalah pakaian longgar dengan bahan tebal, yang membuat mereka terlihat lebih besar dari ukuran sebenarnya. Bahkan jika ada pakaian lucu, kebanyakan diantaranya adalah barang bekas dari negara lain yang hanya tersedia dalam satu ukuran dan memiliki kualitas serta potongan yang buruk. Maka dari itu, Renata dan Stefani mendapatkan ide untuk membuat *fashion brand* sendiri, dan akhirnya terlahirlah With Love The Brand.

Tidak hanya menyediakan berbagai ukuran untuk seluruh bentuk tubuh wanita Indonesia, With Love The Brand juga memberdayakan penjahit dari kalangan ibu-ibu rumah tangga dengan memberikan mereka kesempatan untuk bekerja dari rumah dengan jam kerja yang fleksibel. Inisiatif ini tidak hanya membantu para penjahit untuk meningkatkan pendapatan mereka, tetapi juga memperluas dampak positif merek ini dalam membantu UMKM lokal.

Dengan misi untuk menghadirkan pakaian yang memungkinkan setiap wanita merasa cantik dan percaya diri serta berkontribusi pada pemberdayaan komunitas lokal, With Love The Brand telah menjadi lebih dari sekadar *fashion brand*. Mereka telah menjadi simbol dari semangat kreatif dan inovatif masyarakat Indonesia yang memadukan *fashion* dengan kesadaran sosial.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur jajaran perusahaan yang mencakup divisi-divisi di With Love The Brand:



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan With Love

Sumber: Lie (2024)

With Love, sebagai sebuah merek, dipimpin oleh seorang CEO yang juga menjalankan peran sebagai *Social Media Manager*. Sebagai seorang pemimpin, CEO ini bertanggung jawab atas pengaturan dan pengawasan keseluruhan sistem operasional di With Love, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil selaras dengan tujuan output yang ingin dicapai, serta memantau kinerja media sosial With

Love. Peran *Graphic Designer* dan seorang *Social Media* dinaungi sendiri oleh *Social Media Manager* ini secara langsung.

Di divisi *sales*, terdapat, yaitu *Finance* dan *Account Manager*, yang memiliki tanggung jawab untuk mengelola dan mengawasi segala aktivitas penjualan. Mereka berperan dalam mengoordinasikan aspek keuangan dan akun yang berkaitan dengan aktivitas penjualan With Love.

Divisi terakhir adalah *Production*, yang bertanggung jawab atas seluruh proses produksi pakaian. Di bawah divisi ini, terdapat tim *Pattern Maker* dan *Sample Maker* yang bekerja sama untuk menghasilkan produk-produk *fashion* berkualitas sesuai dengan standar merek With Love.

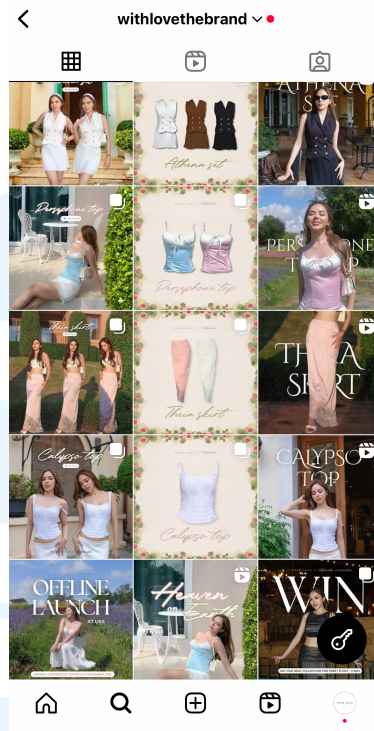
Dengan struktur organisasi ini, With Love dapat menjaga keberlangsungan operasionalnya dengan efisien dan produktif, memastikan bahwa setiap aspek bisnisnya berjalan dengan mulus dan sesuai dengan visi perusahaan.

## **2.3 Portfolio Perusahaan**

With Love telah menjalin kolaborasi yang berkesan dengan sejumlah *influencer* ternama seperti Anya Geraldine, Shannon Dorothea, Monica Amadea, Aphrodita, dan Cindy Utama, dengan merilis koleksi-koleksi yang memukau secara berkala. Berikut adalah

### **2.3.1 *Heaven on Earth Collection*: With Love The Brand x Aphrodita**

Koleksi "*Heaven on Earth*" merupakan hasil kolaborasi yang menarik antara With Love The Brand dan *influencer* Aphrodita. Koleksi ini mengusung tema yang natural yang dikonsepskan seperti 'surga', serta mempersembahkan 8 SKU dengan *vibe romantic* dan *dreamy*.



Gambar 2. 3 Feeds Heaven on Earth

Sumber: [Instagram.com/withlovethebrand](https://www.instagram.com/withlovethebrand)

Desain-desain pada konten media sosial yang terdapat dalam koleksi ini terinspirasi oleh keindahan alam, khususnya motif bunga dan dedaunan, yang diinterpretasikan melalui palet warna yang lembut seperti *beige*, hijau, dan pink. Koleksi ini tidak hanya memancarkan kecantikan visual, tetapi juga mencerminkan sentuhan keanggunan dan kelembutan yang akan memikat hati para penggemar mode.

### 2.3.2 *Mon Cheri Collection*: With Love The Brand x Cindy Utama

Cindy Utama, seorang *influencer* yang dikenal karena mengungkap konsep feminin dan *coquette*, kembali dipercaya untuk berkolaborasi dengan With Love. Kerja sama antara Cindy dan With Love telah sukses menciptakan dua koleksi yang menginspirasi sebelumnya.





Gambar 2. 4 Feeds Mon Cheri

Sumber: Instagram.com/withlovethebrand

Pada kali ini, kolaborasi mereka menonjolkan *coquette vibe* dengan sentuhan pita, renda, serta palet warna yang lembut, terutama pink dan putih. Desain-desain yang dipresentasikan juga memancarkan keanggunan. Penggunaan warna merah yang dipadukan dengan ornamen *vintage* memberikan nuansa yang khas dan menarik.

### 2.3.3 Bazaar

Keberadaan With Love juga sering kali menjadi sorotan dalam berbagai bazaar terkemuka di Indonesia, termasuk USS, Brightspot, Market Museum, 2000's Market, serta Slowmove Bazaar, memperkuat kehadiran merek ini di panggung *fashion* nasional.



Gambar 2. 5 Bazaar With Love

Sumber: Lie (2024)

Dalam setiap bazaar yang dihadiri, *booth* With Love selalu menjadi pusat perhatian dengan desain yang menarik dan inovatif, serta koleksi pakaian yang selalu mengikuti tren terkini. Tak hanya itu, With Love juga seringkali mengadakan *flash sale* secara *offline* di bazaar sehingga pengalaman berbelanja konsumen menjadi tak terlupakan.

Partisipasi With Love dalam bazaar-bazaar terkemuka ini juga menjadi kesempatan bagi merek tersebut untuk semakin mendekatkan diri dengan konsumen. Melalui interaksi langsung dengan pengunjung, With Love dapat mendengarkan langsung umpan balik dari konsumen mengenai preferensi mereka dalam hal desain, warna, dan gaya pakaian. Hal ini memungkinkan With Love untuk terus berkembang dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang terus berubah.