

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

NINETTE adalah sebuah *brand fashion* yang didirikan pada November 2019 menghadirkan konsep dan inovasi sebagai merek pakaian lokal yang terinspirasi oleh tren *fashion* Korea (Angelyn, 2024). Diciptakan untuk memperkenalkan konsep *fashion* Korea agar dikenal oleh masyarakat sebagai tren, NINETTE berkomitmen pada nilai-nilai inti, yaitu kreativitas, kualitas, dan keterjangkauan. Dengan menggabungkan estetika minimalis khas Indonesia dan elemen-elemen *fashion* Korea, NINETTE menawarkan pakaian berkualitas tinggi dengan desain *modern* dan *stylish*. Melalui kolaborasi strategis, inisiatif pemasaran yang inovatif, dan kehadiran *online* yang kuat, NINETTE terus memperkuat posisinya sebagai pelopor dalam industri *fashion* Korea lokal di Indonesia. NINETTE memasarkan *brand* nya melalui *platform* digital seperti *Instagram* dan *TikTok*. Melalui kampanye kreatif di media sosial, NINETTE terus memperluas jangkauannya dan memperkuat posisinya sebagai salah satu *brand fashion* yang diminati di Indonesia.

2.1.1 Profil Perusahaan

NINETTE adalah *brand clothing* yang terinspirasi oleh tren *fashion* Korea, yang didirikan pada tahun 2019. *Brand* ini menawarkan pakaian berkualitas tinggi dengan desain yang *modern* dan *stylish*. NINETTE menggabungkan estetika minimalis khas Indonesia dan elemen-elemen *fashion* Korea. NINETTE menciptakan koleksi yang tidak hanya nyaman tetapi juga menghadirkan *trend* bagi para wanita muda yang ingin tampil *stylish* dengan gaya yang terinspirasi oleh *fashion* Korea.

Visi NINETTE adalah menjadi salah satu *brand clothing* terdepan di Indonesia yang dikenal karena kualitas produk dan kemampuannya mencampurkan gaya pakaian Indonesia dan Korea. Dengan visi "*Seoul to You*,"

NINETTE ingin menginspirasi pelanggan untuk mengekspresikan diri melalui *fashion* yang elegan dan *stylish*, sambil menawarkan pakaian berkualitas tinggi dan terjangkau yang mengusung gaya Korea. Koleksi "*Seoul to Jakarta*," yang merupakan salah satu proyek awal NINETTE, mencerminkan visi ini dengan menyajikan produk lokal Indonesia yang dirancang dengan konsep Korea.

Misi NINETTE adalah menyediakan pakaian yang nyaman, terbuat dari bahan berkualitas tinggi, dan sesuai dengan standar *fashion* Korea. Dengan tujuan membuat bisnis lokal Indonesia lebih dikenal, NINETTE berusaha menghadirkan estetika merek pakaian yang unik sekaligus memberikan gaya Korea yang khas.

The logo for NINETTE is displayed in a large, bold, black, lowercase serif font. The letters are closely spaced and have a classic, elegant feel. The background behind the text is a light blue watermark of the letters 'UNIVERSITAS' and 'NUSANTARA'.

Gambar 2.1 NINETTE Logo
Sumber: *Instagram @its.ninette*

Logo NINETTE dirancang dengan konsep yang sederhana namun elegan, mencerminkan karakter *brand* yang modern dan minimalis. Penggunaan tipografi yang bersih dan palet warna netral memberikan kesan profesional dan mudah diingat. Desain logo ini juga terinspirasi oleh estetika *fashion* Korea, menciptakan identitas yang kuat dan relevan di pasar.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Ide untuk mendirikan NINETTE berasal dari seseorang yang bernama Angelyn Agatha Putri, seorang pengusaha muda yang ingin membawa perubahan dalam industri *fashion* lokal. Terinspirasi oleh semangat kreatifnya dan jiwa kewirausahaan, Angelyn memulai NINETTE pada akhir 2019 sebagai merek pakaian berbasis online (Angelyn, 2024). Saat ini, NINETTE telah berkembang menjadi *brand fashion* Korea yang populer dengan lebih dari 380

ribu pengikut di *Instagram*, dan terus menjadi tren *fashion* yang digemari oleh para wanita muda yang ingin tampil *stylish* dengan sentuhan *fashion* Korea.

Di tahun-tahun pertama, NINETTE menghadapi berbagai tantangan yang umum dialami oleh *brand* baru, seperti membangun kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan bersaing dengan *brand fashion* lain yang lebih mapan. Salah satu tantangan utama adalah menciptakan identitas yang kuat di pasar *fashion* lokal yang sudah ramai, terutama dengan konsep *fashion* Korea yang masih tergolong baru di Indonesia.

Berawal dari inovasi dan kreativitas, produk pertama yang ditawarkan oleh NINETTE adalah koleksi pakaian yang mengusung *fashion* Korea. Koleksi awal ini mencakup berbagai *item fashion* seperti atasan *stylish*, gaun, dan *outerwear* yang menggabungkan tren Korea dengan estetika minimalis Indonesia. Salah satu proyek awal yang signifikan adalah koleksi "*Seoul to Jakarta*," yang mencerminkan perpaduan konsep Korea dengan produk lokal Indonesia.



Gambar 2.2 NINETTE First Year Collection
Sumber: Instagram @its.ninette

Pada tahun pertama kehadirannya di media sosial, NINETTE belum mendapatkan banyak *insight* atau interaksi yang signifikan. Setiap postingan di *Instagram* hanya memperoleh sekitar 100-300 *likes*, yang menunjukkan bahwa saat itu *brand* ini masih dalam tahap awal membangun pengenalan dan keterlibatan dengan audiens. Namun, dengan strategi yang lebih terarah dan konsisten, serta kolaborasi yang lebih kuat, NINETTE berhasil meningkatkan performa media sosialnya secara bertahap.



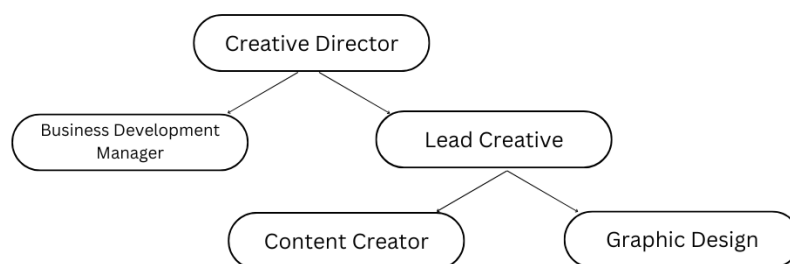
Gambar 2. 3 NINETTE Store
Sumber: Google Image

Setelah NINETTE berhasil meningkatkan performa di media sosial, NINETTE menggelar *grand opening* untuk *offline store* pertamanya pada tanggal 4 Desember 2021, berlokasi di Jl. Panglima Polim X No. 2A, Melawai, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160. Toko *offline* NINETTE didesain dengan nuansa Korea yang khas, memberikan pengalaman belanja yang unik bagi pelanggan. Di toko ini, NINETTE menjual berbagai produknya, mulai dari pakaian hingga aksesoris. Selain itu, tempat ini juga menarik perhatian banyak pengunjung karena memiliki banyak *spot* foto

yang *instagrammable*, menjadikannya tidak hanya sebagai tempat belanja, tetapi juga destinasi populer untuk berfoto dan berbagi di media sosial.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap *brand* pasti memiliki struktur organisasi yang berfungsi untuk membantu kelancaran proses kerja dan mengatur operasionalnya secara efektif. Struktur ini sangat penting dalam mengelola para pekerja, mengarahkan mereka, serta memastikan bahwa setiap individu memahami peran dan tanggung jawab masing-masing dalam mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan data dari perusahaan NINETTE, terdapat beberapa posisi penting dalam struktur organisasi yang berperan besar dalam kesuksesan *brand*.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Brand NINETTE

Pada posisi teratas terdapat *Founder* yang juga merangkap sebagai *Creative Director*, bertanggung jawab atas visi kreatif dan pengembangan konsep *fashion brand*. Di bawahnya ada *Business Development Manager*, yang mengarahkan dan mengelola strategi bisnis untuk memastikan pertumbuhan dan perkembangan *brand* di pasar. Kemudian ada *Lead Creative*, yang berperan dalam memimpin tim kreatif dan mengawasi seluruh ide serta eksekusi konten kreatif. Selain itu, terdapat tim *Content Creator* yang berfokus pada pembuatan konten untuk *platform* digital seperti media sosial, dan *Graphic Designer* yang mendukung *visual brand* dengan menciptakan desain grafis yang menarik dan konsisten.

Dengan adanya struktur ini, setiap pekerja memiliki jalur komunikasi yang jelas dan peran yang saling melengkapi, sehingga *brand* dapat berjalan dengan efisien dan terarah sesuai dengan visi dan misi NINETTE.

2.3 Portofolio Perusahaan

Dalam perjalanan pengembangannya, NINETTE berhasil menciptakan produk-produk berkualitas tinggi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga memberikan nilai lebih bagi audiens. Dengan fokus pada kreativitas, tren *fashion* Korea, dan keunikan dalam setiap koleksinya, NINETTE terus berinovasi untuk menghadirkan pengalaman belanja yang memuaskan. Berikut adalah beberapa proyek dan inisiatif yang telah sukses dikerjakan oleh NINETTE, yang mencerminkan komitmen *brand* dalam menyediakan *fashion* yang relevan dan berkualitas tinggi.

Berawal dari *NINETTE Collection*, *brand* ini telah membuktikan konsistensinya dalam merilis koleksi baru setiap musim, seperti musim panas (*summer*), musim gugur (*autumn*), musim semi (*spring*), dan musim dingin (*winter*), serta berbagai edisi khusus yang dirancang untuk momen-momen tertentu sepanjang tahun. Setiap koleksi yang dihadirkan oleh NINETTE tidak hanya mengusung desain yang *stylish* dan unik, tetapi juga selalu mencerminkan perkembangan tren *fashion* Korea yang sedang digemari oleh banyak orang, khususnya di kalangan anak muda.





Gambar 2. 5 NINETTE Autumn Collection
Sumber: Instagram @its.ninette

NINETTE juga telah menunjukkan keaktifannya dalam berkolaborasi dengan berbagai acara dan menghadirkan pengalaman belanja yang menarik melalui *pop-up store*. Salah satu momen penting dalam perjalanan NINETTE adalah kolaborasinya dengan berbagai *event* besar, yang memberikan kesempatan bagi *brand* untuk lebih dekat dengan konsumennya secara langsung.

Salah satu *pop-up store* yang berhasil menarik perhatian banyak orang adalah "NINETTE *Biggest Sale Popup*" yang diadakan di Kala di Kalijaga pada tanggal 22 November 2022. Acara ini memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk menikmati penawaran terbaik dari koleksi NINETTE, dengan diskon besar-besaran yang membuat produk *fashion* berkualitas dari NINETTE semakin terjangkau.



Gambar 2. 6 NINETTE Biggest Sale Pop Up
Sumber: Instagram @its.ninette

NINETTE juga menghadirkan "*Spring Museum Pop-up*" yang berlangsung di Lippo Mall Kemang pada tanggal 9-12 Maret 2023. Acara ini membawa nuansa segar dari musim semi dengan desain *pop-up store* yang artistik dan penuh warna, sehingga memberikan pengalaman belanja yang unik sekaligus interaktif bagi para pengunjung. Dalam *pop-up store* ini, NINETTE tidak hanya menawarkan koleksi *fashion* terbaru, tetapi juga menghadirkan instalasi-instalasi menarik yang membuat tempat ini menjadi *spot* yang *instagrammable* bagi para pecinta *fashion* dan seni.



Gambar 2. 7 NINETTE Holiday Showroom
Sumber: Instagram @its.ninette

Selanjutnya, pada tanggal 2 Desember 2023, NINETTE kembali menghadirkan pengalaman belanja unik melalui acara "*NINETTE Holiday Showroom*" yang diselenggarakan di Kumulo *The Breeze* BSD. Dalam acara ini, NINETTE memanfaatkan momen liburan akhir tahun dengan memamerkan koleksi pakaian dan aksesori yang dirancang khusus untuk musim liburan, sehingga para pengunjung bisa menemukan produk-produk spesial yang sesuai dengan suasana Natal dan Tahun Baru. Tempat ini juga dirancang dengan suasana hangat dan menyenangkan, memberikan pengalaman belanja yang istimewa bagi para pengunjung.

Tidak hanya aktif di Indonesia, NINETTE juga berhasil memperluas jangkauan pemasarannya ke pasar internasional, termasuk Korea Selatan. Sebagai bagian dari perayaan ulang tahun ke-3 yang spesial, NINETTE meluncurkan kampanye iklan di kawasan *Hongdae, Seoul*, pada tanggal 12 November 2022. adalah tempat yang dikenal sebagai pusat tren anak muda dan budaya kreatif di Korea, dipilih sebagai lokasi strategis untuk iklan ini, karena kawasan ini selalu ramai dengan para pecinta *fashion* dan penggemar budaya *K-Pop*.



Gambar 2. 8 NINETTE Birthday Ads in Seoul
Sumber: Instagram @its.ninette

Melalui kampanye iklan di *Seoul* ini, NINETTE merayakan tiga tahun pencapaian yang luar biasa dengan memperkenalkan produk-produknya kepada audiens internasional, sekaligus memperkuat identitas *brand* yang terinspirasi dari

tren *fashion* Korea. Iklan ini tidak hanya menandai momen penting dalam sejarah NINETTE, tetapi juga menjadi langkah nyata dalam upaya *brand* untuk semakin mengglobal dan dikenal di luar Indonesia. Kampanye ini berhasil menarik perhatian banyak orang di *Hongdae*, memperkuat kehadiran NINETTE di salah satu pusat *fashion* Korea, dan membawa *brand* ini lebih dekat dengan pasar yang lebih luas.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA