

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Arkline atau PT Anugerah Retail Karya merupakan sebuah *brand fashion* lokal yang berbasis di Tangerang. Arkline berdiri sejak tahun 2021 di bawah naungan MOB Group. Di awal berdirinya, Arkline berfokus pada artikel *t-shirt*, *hoodie*, dan *sweatshirt* yang dapat digunakan sehari-hari.

2.1.1 Profil Perusahaan

Arkline memiliki visi dan misi untuk menjadi *brand fashion* lokal yang memiliki standar kualitas setara dengan *brand* internasional, oleh karena itu detail dan spesifikasi bahan baku menjadi hal penting di Arkline.

The logo for Arkline, featuring the word "ARKLINE" in a bold, black, sans-serif font.

Gambar 2.1 Logo *brand* Arkline

Saat ini Arkline masih berfokus pada penjualan produk secara *online* dengan menggunakan beberapa *platform online shop*, seperti Shopee, Tokopedia, TikTokShop, serta *website* *arklineofficial.com*. Seiring perkembangannya di lingkup *fashion* lokal, Arkline telah mengembangkan beberapa lini produk baru dengan beberapa konsep berbeda. Mulai dari konsep *basic daily wear*, Arkline memiliki *basic hoodie* dan *sweatshirt* yang menjadi *best sellernya*. Selain itu, Arkline juga memiliki lini produk lain seperti *graphic hoodie*, *graphic t-shirt*, *cap*, *graphic sweatshirt*, dan yang terbaru adalah artikel *polo shirt*.

Visi yang dipegang oleh Arkline adalah menjadi *brand fashion* lokal dengan standar kualitas setara dengan *brand* internasional. Selain itu, terdapat juga beberapa misi yang menjadi pedoman bagi Arkline, antara lain:

1. Senantiasa memberikan produk dengan kualitas terbaik bagi pelanggan
2. Menyediakan produk dengan kualitas *brand* internasional ke dalam segmen produk *fashion* lokal
3. Menjadi *market leader* sebagai *brand* lokal dengan kualitas terbaik setara *brand* internasional.

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, Arkline menyediakan layanan *customer support* yang cepat tanggap, serta Arkline juga memberikan *satisfaction guarantee* untuk semua pelanggan.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Arkline atau PT Anugerah Retail Karya adalah *brand fashion* lokal yang didirikan oleh ACS pada tahun 2021. Arkline dibangun atas kegelisahan ACS terhadap *brand fashion* internasional yang dijual di Indonesia dibanderol dengan harga yang relatif mahal, padahal sebagian besar pabrik produksi *brand-brand* tersebut berpusat di Indonesia. Oleh karena itu ACS bercita-cita untuk mengembangkan produk *fashion* lokal dengan kualitas setara *brand* internasional. Perjalanan Arkline tidaklah mulus, berbagai macam usaha telah dilakukan untuk dapat melobi pabrik-pabrik besar yang biasa memproduksi *brand-brand* ternama.

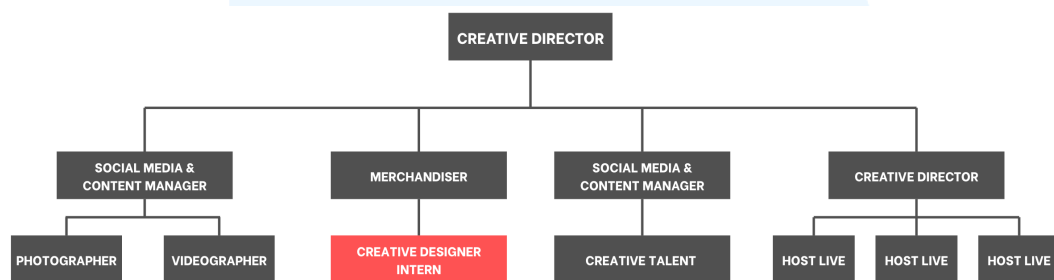
Awalnya tim *office* Arkline hanya beranggotakan empat orang, yakni ACS sebagai *owner* dan *creative director* dibantu oleh satu *merchandiser*, satu *photographer*, dan satu orang desainer. Berkantor di kawasan pergudangan Bizpoint, Point 5 Blok LV 83 Kelurahan Suka Mulya, Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang. Seiring perkembangan Arkline, kini tim *office* Arkline semakin bertumbuh. Arkline telah memiliki beberapa *host live*, *content creator*, *social media & content manager*, serta *videographer*.

Perkembangan signifikan yang dialami oleh Arkline membuka peluang besar dalam bisnis *fashion* lokal di Indonesia. Dengan perkembangan tersebut, Arkline memutuskan untuk memindahkan kantornya ke North Point

Commercial Blok NB 22, Nava Park, BSD. Berawal dari empat orang, kini Arkline telah memiliki lebih dari sepuluh orang pada bagian *officinya*.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Secara keseluruhan, Arkline merupakan sebuah tim kecil yang terdiri atas gabungan beberapa divisi yang dipimpin oleh ACS sebagai *owner* sekaligus *creative director*. Singkatnya, Arkline memiliki tim kecil yang masing-masing bertanggung jawab terhadap satu *job desc*. Berikut adalah struktur organisasinya.



Gambar 2.2 Bagan struktur organisasi Arkline

Social media & Content manager bertugas menyusun *content plan* untuk kebutuhan sosial media dan *photoshoot* produk. Pada bagian *merchandiser*, tugasnya dikhususkan pada pengembangan serta produksi artikel Arkline, seperti pembuatan *t-shirt*, *hoodie*, *sweatshirt*, dan artikel lainnya. Berbeda dengan *Social media & Content manager*, *Content creator* ditugaskan untuk fokus pada pembuatan konten aktivasi kepada masyarakat yang akan *publish* pada *platform* TikTok. Untuk bagian *host & KOL Manager*, tugasnya adalah menjadi *lead* dari para *host live* serta menjadi koordinator antara *KOL* dengan *brand* Arkline. Dalam struktur ini, penulis sebagai *Creative Designer Intern* berada di bawah arahan *creative director* dan *merchandiser*. Tugas penulis adalah mendesain artikel produk yang akan diproduksi oleh Arkline ke depannya.

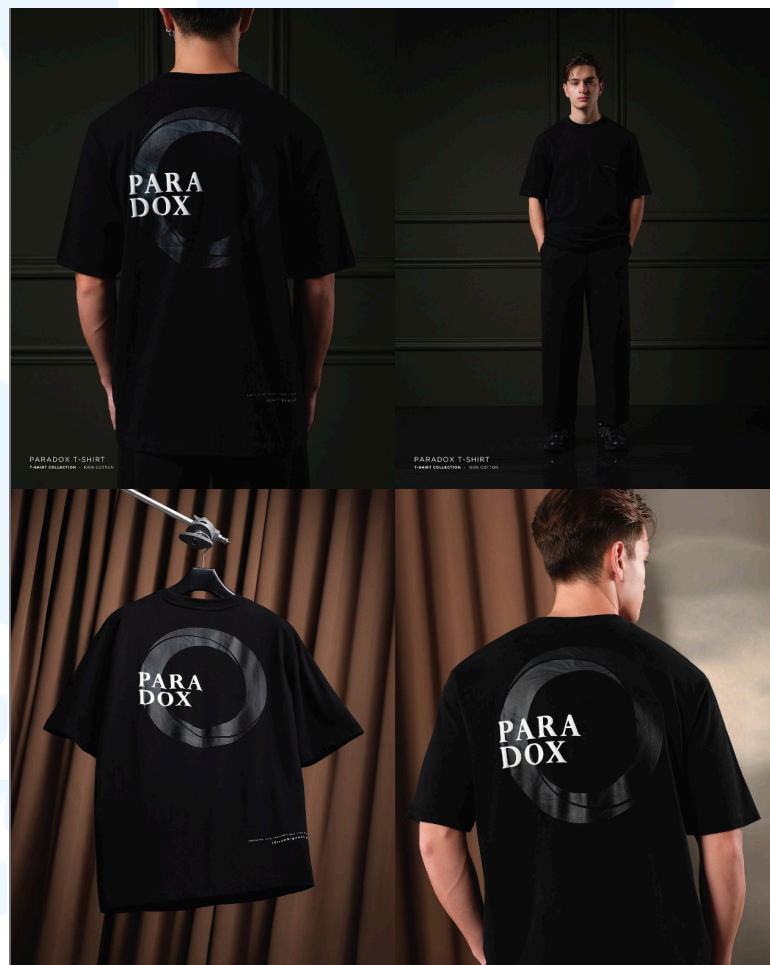
2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai *brand fashion* lokal yang cukup baru, Arkline telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Ditandai dengan banyaknya artikel yang telah dirilis serta diminati oleh para pelanggan. Selain karena kualitas bahan baku produk yang baik, desain artikel milik Arkline juga menjadi salah satu daya jual yang

menunjang perkembangan perusahaan. Berikut merupakan portofolio produk yang telah diproduksi Arkline.

1. Paradox - *T-shirt* (2021)

Paradox merupakan salah satu artikel *best seller* milik Arkline. Sejak awal perilisannya, Paradox mendapatkan antusiasme yang besar dari para pelanggan. Dirilis pada 2021, Paradox terjual habis dalam waktu singkat satu bulan, kemudian Paradox kembali diproduksi dan dijual kembali pada awal bulan Maret 2025. Antusiasme pelanggan masih sama, Paradox terjual habis pada akhir Maret 2025. Pada proyek ini, Arkline menerapkan konsep fotografi yang modern sehingga dapat menyesuaikan desain dari artikel Paradox.



Gambar 2.3 *Photoshoot* Artikel Paradox
Sumber: <https://www.instagram.com/arkline>

2. G-Mind - *T-shirt* (2021)

G-Mind juga menjadi salah satu artikel *best seller* milik Arkline. Dirilis pada 2021, G-Mind banyak diminati pelanggan. Pada awal Maret 2025, G-Mind kembali dirilis dan sama seperti sebelumnya, G-Mind menjadi salah satu artikel terlaris yang dimiliki Arkline. Desainnya dibuat simpel namun memiliki keunikan pada bagian *printing*nya. G-Mind menggunakan *print glow in the dark* pada sisi depan dan belakang, hal ini merupakan salah satu daya tarik yang kuat bagi para pelanggan.



Gambar 2.4 *Photoshoot* Artikel G-Mind
Sumber: <https://www.instagram.com/arkline>

3. BTR - *Hoodie* (2021)

Dalam lini *hoodie*, Arkline memiliki salah satu artikel favorit yang dinamakan BTR. Konsep desainnya yang unik membuat BTR sukses laris di *marketplace*. BTR telah beberapa kali dirilis, bahkan hingga saat ini *hoodie* BTR masih tetap dalam proses *repeat production*.



Gambar 2.5 *Photoshoot* Artikel Hoodie BTR
Sumber: <https://www.instagram.com/arkline>

4. Believe - *Sweatshirt* (2024)

Sweatshirt Believe merupakan salah satu rilisan baru dari Arkline. Mengusung tema minimalis dengan desain yang *bold*, *Believe* menjadi salah satu incaran para pelanggan. Keunikannya terletak pada spesifikasi grafiknya yang menggunakan 3D *Embroidery* dengan warna silver yang *glossy*. Dirilis pada akhir 2024 lalu, *Believe* sudah *sold out* dalam kurun waktu kurang dari satu bulan.



Gambar 2.6 *Photoshoot Artikel Sweatshirt Believe*
Sumber: <https://www.instagram.com/arkline>

Secara keseluruhan, produk-produk Arkline banyak menggunakan elemen tipografi dalam desainnya. Desain yang diproduksi didominasi oleh gaya *simple* dan minimalis. Setelah dianalisis, daya tarik utama dari desain produk Arkline adalah penempatan elemen desainnya yang unik dan cenderung tidak umum. Selain itu spesifikasi cetaknya seperti *puff print*, *embroidery*, dan *high density print* merupakan aspek yang menjadi *highlight* dari produk Arkline. Dari sisi warna, Arkline cenderung menggunakan warna-warna netral seperti hitam, putih, dan abu-abu pada desainnya, tujuannya untuk meningkatkan nilai *versatile* dan *simplicity* dalam produknya.