

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Abeey Indonesia merupakan brand fashion lokal yang bergerak dalam industri busana pria modern dengan pendekatan desain yang mengintegrasikan unsur tradisional khas Nusantara ke dalam gaya kontemporer. Perusahaan ini beroperasi pada sektor ritel pakaian, aksesoris, dan tekstil yang menekankan identitas visual berbasis budaya Indonesia. Karakter brand tercermin melalui eksplorasi penggunaan kain dan desain produk *fashion* khas tradisional Indonesia mereka yang memiliki nilai sejarah dan filosofi budaya Indonesia yang kuat. Melalui perpaduan tradisional dan modern, detail bordir, serta interpretasi motif etnik dalam format yang lebih relevan bagi generasi masa kini, Abeey Indonesia menghadirkan koleksi *men's wear* dan *women's wear* yang tidak hanya menonjolkan aspek estetika, tetapi juga membawa narasi budaya dalam setiap produk mereka.

2.1.1 Profil Perusahaan

Abeey Indonesia merupakan sebuah brand fashion lokal yang bergerak di industri busana dengan fokus pada pengembangan gaya pria modern yang mengintegrasikan nilai-nilai tradisional khas Indonesia ke dalam pendekatan desain kontemporer. Berdasarkan informasi lowongan resmi perusahaan, Abeey Indonesia beroperasi dalam bidang ritel pakaian, aksesoris, dan tekstil yang mengedepankan karakter visual kuat berbasis budaya Nusantara (Kitalulus, 2026).



Gambar 2.1 Logo Abeey Indonesia
Sumber: <https://www.instagram.com/abeeyindonesia/?hl=en>

Dalam praktiknya, Abeey Indonesia memadukan potongan busana modern dengan elemen motif etnik, bordir, serta teknik sulam tangan yang memperkuat karakter eksklusif setiap koleksi. Produk yang ditawarkan meliputi pakaian pria seperti kemeja, outer, dan setelan dengan sentuhan etnik kontemporer, serta beberapa koleksi *men's* dan *women's wear* yang tetap mengangkat konsep harmonisasi antara modern dan tradisional Indonesia (Abeey Indonesia, 2026). Misi yang dijalani mereka tidak hanya berfokus pada penciptaan produk yang estetis dan berkualitas, tetapi juga pada penguatan apresiasi terhadap warisan budaya Indonesia melalui inovasi desain yang adaptif dan progresif. Identitas brand ini juga tercermin melalui eksplorasi wastra sebagai material utama, yaitu kain tradisional Indonesia yang memiliki nilai bersejarah dan filosofi budaya yang mendalam (Minvest, 2025).



Gambar 2.2 Produk Pakaian Abeey Indonesia
Sumber: <https://www.instagram.com/abeeyindonesia/?hl=en>

Keunikan Abeey Indonesia terletak pada kemampuan mereka dalam mengolah desain khas nusantara menjadi pakaian yang modern, eksklusif, dan memiliki narasi budaya yang kuat, sehingga setiap produk tidak sekadar menjadi pakaian, melainkan representasi identitas dan energi budaya yang dibawa ke dalam konteks kehidupan urban masa kini.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Abeey Indonesia lahir dari perjalanan kreatif seorang desainer bernama Ariy Arka yang memiliki latar belakang eksplorasi visual dan ketertarikan mendalam terhadap kekayaan budaya Nusantara. Perjalanan tersebut tidak dimulai dari jalur pendidikan *fashion* formal, melainkan dari proses pembelajaran mandiri dan pengalaman profesional yang kemudian membentuk karakter desainnya secara kuat dan khas. Dalam perkembangannya, Ariy Arka mendirikan Abeey Indonesia sebagai brand yang berupaya mengintegrasikan wastra tradisional Indonesia ke dalam busana siap pakai yang relevan dengan kebutuhan pasar modern, sekaligus menjawab tantangan regenerasi dalam industri *fashion* berbasis budaya (Minvest, 2025).



Gambar 2.3 Ariy Arka Sebagai Pendiri Abeey Indonesia

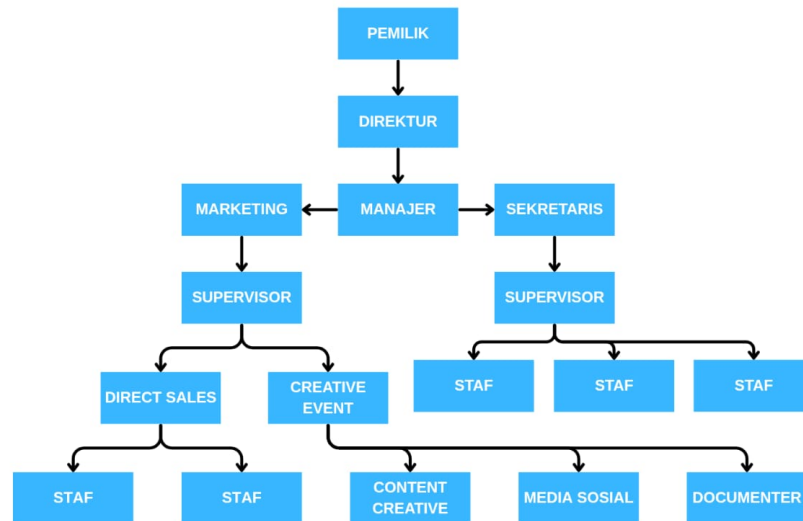
Sumber: <https://pinvest.co.id/pi-news/melawan-stigma-dan-krisis-regenerasi-kisah-ariy-arka>

Sejak awal berdirinya, brand ini tidak hanya berorientasi pada penciptaan produk, tetapi juga membawa misi untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap kain tradisional yang sering dianggap terbatas pada acara

formal menjadi medium ekspresi yang dinamis dan adaptif terhadap perkembangan zaman (Minvest, 2025). Seiring dengan pertumbuhannya, Abeey Indonesia semakin menunjukkan eksistensinya melalui partisipasi dalam berbagai perhelatan *fashion* berskala nasional, termasuk Jakarta *Fashion & Food Festival* (JF3) 2025. Dalam ajang tersebut, koleksi bertajuk “Prana” diperkenalkan sebagai representasi filosofi energi kehidupan yang terinspirasi dari nilai budaya Jawa, dengan pengolahan siluet modern serta detail bordir simbolik bunga Wijaya Kusuma yang memperkuat narasi desainnya (ANTARA News, 2025). Koleksi ini memperlihatkan konsistensi brand dalam memadukan elemen tradisional dengan pendekatan kontemporer yang lebih *universal*, sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas tanpa meninggalkan identitas budaya yang menjadi fondasinya. Melalui proses perkembangan tersebut, Abeey Indonesia membangun posisinya sebagai brand fashion lokal yang tidak hanya menonjolkan estetika visual, tetapi juga menghadirkan nilai, filosofi, dan karakter kuat dalam setiap karya yang dihasilkan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan disusun untuk membagi tugas, wewenang, serta tanggung jawab secara jelas agar seluruh kegiatan operasional dapat berjalan dengan terarah dan efektif. Berikut adalah struktur organisasi perusahaan PT. Abeey Indonesia:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan Abcey Indonesia

Pemilik dalam struktur organisasi perusahaan adalah posisi tertinggi dari suatu organisasi dalam perusahaan. Di bawah pemilik terdapat direktur yang bertugas untuk mengoordinasikan jalannya perusahaan secara umum serta memastikan seluruh divisi dapat menjalankan fungsinya dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Selanjutnya, posisi manajer menjadi penghubung utama dalam pengelolaan operasional perusahaan, terutama dalam mengatur divisi-divisi yang berada di bawahnya agar proses kerja dapat berlangsung secara terstruktur dan efisien. Pada tingkat berikutnya, struktur organisasi terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu marketing dan sekretaris.

Divisi marketing dipimpin oleh seorang supervisor yang bertanggung jawab mengawasi pelaksanaan kerja pada bagian pemasaran dan penjualan. Di bawah supervisi ini terdapat dua bidang utama, yaitu *direct sales* dan *creative event*. Bagian *direct sales* memiliki staf yang bertugas untuk melakukan penjualan secara langsung serta mendukung aktivitas pemasaran produk kepada konsumen. Sementara itu, *creative event* berperan dalam mengelola kebutuhan kreatif perusahaan melalui beberapa bidang kerja, yaitu *content creative*, media sosial, dan

documenter, yang masing-masing memiliki peran penting dalam mendukung promosi dan mendokumentasi *event* perusahaan.

Adapun pada bagian sekretaris, terdapat supervisor yang membawahi beberapa staf untuk membantu pekerjaan administratif dan operasional perusahaan agar kegiatan internal dapat berjalan dengan tertib dan terorganisir. Dengan adanya pembagian struktur seperti ini, setiap bagian dalam perusahaan dapat bekerja sesuai dengan perannya masing-masing sehingga seluruh aktivitas perusahaan dapat terlaksana secara efektif dan saling mendukung.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai *brand fashion* yang berfokus pada pengembangan busana modern dengan sentuhan budaya Nusantara, Abeey Indonesia menghadirkan berbagai produk serta aktivitas kreatif yang mencerminkan identitas visual dan filosofi desain *brand* tersebut. Portofolio perusahaan tidak hanya mencakup produk busana yang diproduksi dan dipasarkan kepada konsumen, tetapi juga berbagai kegiatan kreatif seperti peluncuran koleksi, partisipasi dalam perhelatan *fashion*, serta strategi komunikasi visual melalui media sosial. Melalui berbagai aktivitas tersebut, Abeey Indonesia berupaya membangun identitas brand yang kuat sekaligus memperkenalkan interpretasi modern dari warisan budaya Indonesia kepada masyarakat yang lebih luas.

2.3.1 Produk Pakaian Pria

Salah satu produk utama yang ditawarkan oleh Abeey Indonesia adalah busana pria modern (*men's wear*) yang dirancang dengan pendekatan desain kontemporer namun tetap mengangkat nilai budaya Nusantara. Koleksi busana pria ini umumnya hadir dalam bentuk *ready-to-wear* seperti kemeja, jaket, celana, serta outer yang memiliki karakter siluet modern dengan sentuhan detail bordir dan motif budaya. Salah satu contoh koleksi yang diperkenalkan oleh brand ini adalah koleksi bertajuk “Prana”, yaitu lini busana pria yang terinspirasi dari filosofi Jawa mengenai energi kehidupan.



Gambar 2.5 Pakaian Pria Abeey Indonesia
 Sumber: <https://www.instagram.com/abeeyindonesia/?hl=en>

Koleksi ini menampilkan desain dengan konsep *oversized style* yang memberikan kesan bebas, nyaman, dan modern bagi penggunanya (ANTARA News, 2025). Material yang digunakan pada koleksi tersebut juga dipilih secara khusus, seperti linen dan washing jeans yang memiliki karakter ringan dan breathable, sehingga dapat menunjang kenyamanan dalam aktivitas sehari-hari (Urbanasia, 2025).

2.3.2 Promosi Produk Pakaian Wanita Abeey

Selain memproduksi busana sebagai produk komersial, Abeey Indonesia juga secara konsisten mengembangkan berbagai koleksi fashion yang bersifat konseptual sebagai bentuk eksplorasi desain. Koleksi-koleksi ini biasanya diperkenalkan melalui peragaan busana atau *event fashion* tertentu yang menjadi sarana bagi desainer untuk mengekspresikan ide kreatif dan filosofi yang mendasari setiap rancangan. Sebagai contoh, koleksi Prana yang diperkenalkan dalam sebuah pertunjukan *fashion* menampilkan sekitar 36 outfit dengan pendekatan desain yang menekankan simbolisme bunga Wijaya

Kusuma sebagai representasi spiritualitas, ketenangan batin, serta kemenangan dalam filosofi Jawa (Hypeabis, 2025).



Gambar 2.6 Pakaian Wanita Abeey Indonesia
Sumber: <https://www.instagram.com/abeeyindonesia/?hl=en>

Melalui koleksi tersebut, Abeey Indonesia menunjukkan bahwa *fashion* tidak hanya berfungsi sebagai produk konsumsi, tetapi juga sebagai medium untuk menyampaikan makna budaya, filosofi kehidupan, dan eksplorasi artistik dalam bentuk visual yang dapat dikenakan.

2.3.3 Koleksi *Fashion* dan Desain Eksperimental

Selain memproduksi busana sebagai produk komersial, Abeey Indonesia juga secara konsisten mengembangkan berbagai koleksi *fashion* yang bersifat konseptual sebagai bentuk eksplorasi desain. Koleksi-koleksi ini biasanya diperkenalkan melalui peragaan busana atau *event fashion* tertentu yang menjadi sarana bagi desainer untuk mengekspresikan ide kreatif dan filosofi yang mendasari setiap rancangan. Sebagai contoh, koleksi "Prana" yang diperkenalkan dalam sebuah pergelaran *fashion* menampilkan sekitar 36 pakaian dengan pendekatan desain yang menekankan simbolisme

bunga Wijaya Kusuma sebagai representasi spiritualitas, ketenangan batin, serta kemenangan dalam filosofi Jawa (Hypeabis, 2025).



Gambar 2.7 Koleksi Prana Dari Abeey Indonesia
Sumber: <https://www.instagram.com/abeeyindonesia/?hl=en>

Melalui koleksi tersebut, Abeey Indonesia menunjukkan bahwa *fashion* tidak hanya berfungsi sebagai produk konsumsi, tetapi juga sebagai *medium* untuk menyampaikan makna budaya, filosofi kehidupan, dan eksplorasi artistik dalam bentuk visual yang dapat dikenakan.

2.3.4 Event dan Fashion Show Abeey di Jakarta Fashion Week Festival

Dalam pengembangan *brand* serta penyebaran identitas desainnya, Abeey Indonesia juga aktif berpartisipasi dalam berbagai *event fashion* yang diselenggarakan di Indonesia. Salah satu event yang pernah diikuti adalah Jakarta *Fashion & Food Festival* (JF3) yang diselenggarakan di Summarecon Mall Serpong. Pada ajang tersebut, desainer Ariy Arka melalui brand Abeey menampilkan koleksi “Prana” dalam bentuk peragaan busana yang memperlihatkan interpretasi modern terhadap filosofi budaya Jawa (Urbanasia, 2025).



Gambar 2.8 *Fashion Show JF3 Abeey Indonesia*
 Sumber: <https://tinyurl.com/4e6ewbua>

Pergelaran ini menampilkan puluhan *outfit* yang diperagakan oleh model di *runway* sebagai bentuk presentasi visual dari konsep desain yang dikembangkan oleh brand tersebut. Partisipasi dalam event *fashion* seperti JF3 menjadi salah satu strategi penting bagi Abeey Indonesia dalam memperluas eksposur *brand* sekaligus memperkenalkan karya desainnya kepada publik yang lebih luas.

2.3.5 Media Sosial Promosi Konten Abeey

Selain melalui produk *fashion* dan *event*, identitas visual Abeey Indonesia juga dikomunikasikan secara aktif melalui media sosial, khususnya platform Instagram. Media sosial berfungsi sebagai sarana utama bagi *brand* untuk menampilkan koleksi terbaru, dokumentasi *event fashion*, serta berbagai konten visual yang memperkuat karakter estetika *brand*. Desain konten media sosial yang ditampilkan umumnya memiliki pendekatan visual yang konsisten dengan identitas *brand*, seperti penggunaan fotografi *fashion* yang artistik, komposisi warna yang selaras dengan koleksi busana, serta tipografi yang sederhana namun elegan.



Gambar 2.9 Instagram *Post* Abeey Indonesia
 Sumber: <https://www.instagram.com/abeeyindonesia/?hl=en>

Pendekatan visual ini menunjukkan bagaimana peran *Graphic Design* menjadi sangat penting dalam membangun citra *brand fashion* di era digital, karena melalui desain konten yang terstruktur dan estetik, *brand* dapat menyampaikan pesan visual serta memperkuat identitasnya di hadapan audiens secara lebih efektif.

UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA