

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

KaneKin Creative merupakan sebuah *creative marketing agency* yang didirikan pada 30 Juli 2014 yang awalnya berfokus pada pemasaran produk barang maupun jasa. Saat ini, KaneKin terbagi menjadi tiga divisi, yaitu divisi Kane Studio dan divisi KaneKin X yang berfokus pada pemasaran produk barang dan jasa, serta divisi Kinmoments yang berfokus pada dokumentasi acara pesta pernikahan, *sangjit*, *maternity*, dan *prewedding*, maupun dokumentasi keluarga. KaneKin pertama kali didirikan oleh Joshua Sudihman dan Felix Pradipta yang saat ini sudah menjadi *managing director* untuk divisinya masing-masing. Lalu KaneKin X baru beberapa tahun kebelakang didirikan oleh Holly Natasha.

The logo for KaneKin Creative, featuring the word 'KaneKin' in a bold, black, sans-serif font. The 'K' is significantly larger and more prominent than the other letters. The background of the logo is a light blue circle with a white crosshair-like shape in the center.

Gambar 2.1 Logo KaneKin Creative

Sumber : Dokumentasi KaneKin Creative (2022)

KaneKin sendiri terdiri dari dua kata, yaitu *Kane* dan *Kin*. *Kane* sendiri merupakan kata-kata yang diambil dari bahasa Irlandia yang berarti medan perang. Sedangkan kata *Kin* diambil dari bahasa Inggris yang berarti kerabat atau keluarga. Sehingga apabila dua kata tersebut digabungkan akan memiliki arti keluarga yang berperang bersama di medan perang.

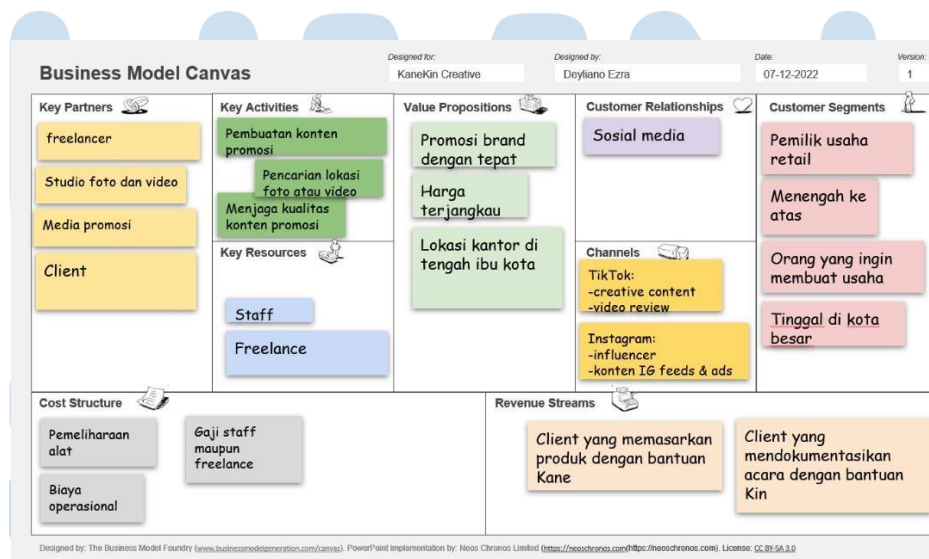
Berdasarkan pengalaman dan hasil tanya jawab penulis dengan Joshua Sudihman selaku salah satu *founder* dari KaneKin Creative dan sekarang menjabat sebagai *managing director* dari Kane Studio, penulis mengambil kesimpulan SWOT sebagai berikut:

- **Strength:** Kekuatan utama dari KaneKin Creative adalah pengalaman dan relasi. Dengan pengalaman yang tinggi serta relasi

yang luas dari para petinggi KaneKin Creative, maka hal tersebut memudahkan KaneKin Creative untuk mendapatkan *client*.

- **Weakness:** Kelemahan dari KaneKin Creative adalah keterbatasan SDM atau sumber daya manusia. Dengan kurangnya sumber daya manusia, khususnya tim produksi, menyebabkan KaneKin Creative kesulitan untuk memproduksi konten untuk *client*.
- **Opportunity:** Pertumbuhan potensi jumlah *client* yang ingin memakai jasa seperti yang disediakan oleh KaneKin Creative. Terkait hal ini, contoh keberhasilan KaneKin Creative, khususnya Kane Studio, dalam memasarkan *brand* Xing Fu Tang di Indonesia tentunya membuat nama KaneKin Creative semakin besar dan prospektif.
- **Threat:** Ancaman terbesar KaneKin Creative adalah *marketing agency* lain maupun *vendor wedding* lain yang memiliki sumber daya manusia lebih banyak serta harga yang lebih murah.

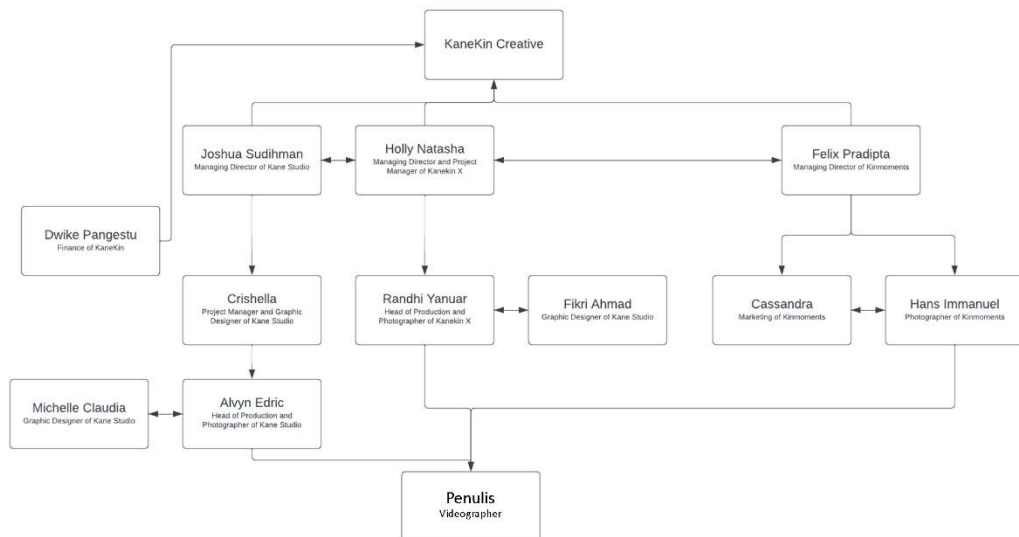
Selain itu, penulis juga berhasil memperoleh *business model canvas* atau BMC berdasarkan hasil tanya jawab dengan Joshua Sudihman, sebagai berikut:



Gambar 2.2 Business Model Canvas KaneKin Creative

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Seperti yang sudah penulis jabarkan di atas, KaneKin Creative terbagi menjadi tiga divisi, yaitu Kane Studio, Kanekin X, dan Kinmoments. Berikut merupakan struktur perusahaan KaneKin Creative:



Gambar 2.3 Struktur KaneKin Creative  
Sumber: Dokumentasi KaneKin (2022)

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA