

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Kapitol Era Mas dengan nama perusahaan Malam Minggu Group adalah perusahaan *start-up* yang bergerak dengan konsep digitalisasi penjualan *food and beverage*, dengan berfokus pada sistem bisnis kemitraan. Malam Minggu Group memiliki beberapa produk atau *brand*, seperti "Baker Time", "Nasi Kulit Malam Minggu", "Nasi Gila Bucin" dan juga beberapa brand yang akan dirilis tahun ini seperti, "Es Teh Jempolan", "Kopi 100%", "Ramen Story" dan, "Nasimura".



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

Malam Minggu Group juga berhasil mendapatkan beberapa penghargaan seperti, "*The Most Prospective Franchise Brand 2022*", "*Platinum Culinary Awards*", "*Market Leader 2021 in Franchise and Business Opportunity Industry*", "*No. 1 Indonesia Top Franchise Award 2021*" dan, "*The Best Business Opportunity to Invest 2020*". Malam Minggu Group juga memiliki lebih dari 100 gerai mitra di berbagai kota besar seperti, Jakarta, Bandung, Bali, Medan, Surabaya, Riau, Lampung, dan beberapa kota lainnya.

Malam Minggu Group memiliki visi menciptakan brand food and beverage cita rasa nusantara bersistem *digital* yang bisa menjadi *top of mind* dan nomor 1 di Indonesia hingga menembus pasar mancanegara, sekaligus meningkatkan peluang bisnis bagi entrepreneurship muda Indonesia. Malam Minggu Group memiliki misi:

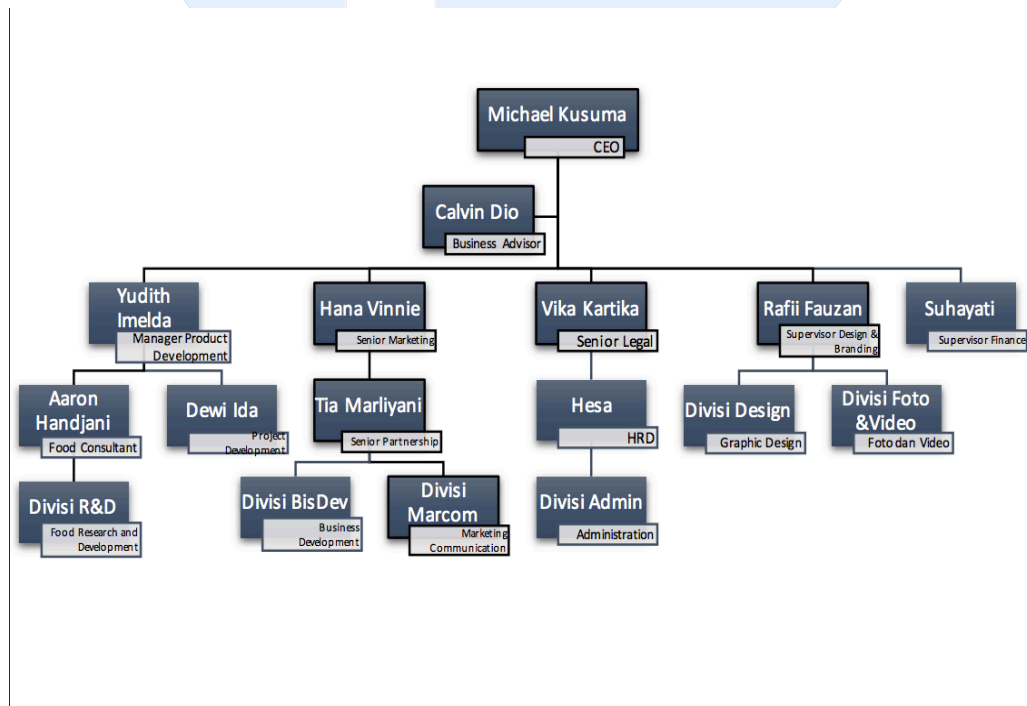
Tabel 2. 1 Misi perusahaan

Inovasi	Inovasi melalu <i>R&D</i> produk.
Kolaborasi	Berkolaborasi secara <i>partnership</i> dengan pihak ketiga.
Strategi	Melakukan strategi <i>branding</i> dan <i>markerting</i> yang <i>sustainable</i> .
Digital	Menjalankan bisnis secara digital melalui platform <i>online</i> dan <i>E-commerce</i> .
Manajemen (SDM)	Manajemen dan sumber daya manusia yang dapat dipercaya dan dapat memberikan hasil yang maksimal.

Sumber: Malam Minggu Group

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur atau bagan perusahaan Malam Minggu Group.



Gambar 2. 2 Struktur perusahaan

Michael Kusuma adalah pendiri sekaligus direktur utama perusahaan, Michael Kusuma mendirikan perusahaan Malam Minggu Group bersama dengan Calvin Dio. Divisi - divisi seperti *R&D*, *Business Development*, *Admin*, *Marketing*

Communication, Graphic Design serta Foto dan Video, berisikan peserta magang dan penulis menjadi anggota divisi Foto dan Video.

Divisi - divisi yang beranggotakan peserta magang berada di bawah pengawasan head chiefnya seperti Yudith, Hana, Vika dan Rafii. Vika Kartika adalah *Senior Legal* sekaligus *HRD* dari perusahaan yang dibantu oleh Hesa. Penulis yang berada pada divisi Foto dan Video dibimbing oleh Rafii Fauzan yang sekaligus *supervisor* dan mentor, dalam program magang penulis.

2.3 S.W.O.T dan B.M.C

Analisis *S.W.O.T*, pada perusahaan Malam Minggu Group (PT. Kapitol Era Mas) adalah:

Strengths :

- Produk yang ditawarkan berupa, makanan dan minuman yang memadukan cita rasa khas nusantara dan menu yang modern.
- Brand yang sudah cukup terkenal.
- Memiliki karyawan yang ahli dan sudah berpengalaman dibidangnya.
- Banyak Mitra / *Franchise* dari berbagai kota dan daerah.

Weakness :

- Kurangnya Karyawan, semakin besar perusahaan SDM terampil juga harus diperbanyak.
- Keterbatasan kreatifitas, menu nusantara yang modern adalah ide yang bagus, tetapi bisa menjadi penghambat untuk mengeluarkan menu - menu baru, serta ide untuk konten pemasaran.

Opportunities :

- Brand yang sudah terkenal dan mendapat beberapa penghargaan ternama.
- Jumlah *Folowers* di sosial media yang banyak.
- Banyaknya pengusaha muda yang ingin memiliki usaha (*Franchise*).

- Banyak kritikus makanan atau *foodblogger* pada sosial media.

Threats :

- Banyaknya kompetitor serupa dengan konsep yang mirip.
- Banyak Mitra yang kurang handal dalam mengurus *franchise*.
- Pajak makanan yang dipesan secara *online*, semakin meningkat.

Analisis *B.M.C* yang artinya *Business Model Canvas* :

Key Partners :

Pada *business model canvas*, *Key Partners* merupakan mitra-mitra yang membantu perusahaan untuk menyukseskan kegiatan bisnisnya. Perusahaan tempat penulis magang bergerak di bidang sektor *F&B*, maka dari itu berikut *key partners* yang membantu perusahaan :

- Penjual daging ayam olahan
- Penjual bumbu masakan, bumbu dapur
- Penjual alat masak
- Vendor yang memproduksi kemasan makanan (tentunya hal ini untuk membantu mendesain packaging-packaging bahkan semua desain yang ada untuk perusahaan, seperti logo, booth dan gedung kantor perusahaan).
- Kontraktor, perusahaan membutuhkan jasa kontraktor untuk membantu membangun gedung kantor ataupun cafe malam minggu milik perusahaan yang akan launching.
- Arsitek, sebagai perusahaan juga tentunya ingin meminta bantuan para arsitek untuk mendesain bangunan serta booth.

- *Key Activities :*

Perusahaan tempat penulis magang, merupakan bisnis yang bergerak di bidang *F&B*, tentunya banyak proses dari perusahaan dari merancang bisnis hingga produk perusahaan. Bahkan Malam Minggu Group memiliki banyak *Franchise* / mitra yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia sehingga tahapan penjualan

franchise pun termasuk kepada key activities. Berikut key activities dari perusahaan tempat magang penulis.

- Perancangan strategi bisnis dalam jangka panjang dengan seluruh stakeholders perusahaan baik itu eksternal maupun internal
- Brainstorming ide produk ataupun brand-brand baru oleh pendiri dan divisi business development & project dan juga project activation.
- Pengembangan inovasi produk oleh divisi research and development.
- Desain grafis untuk produk kemasan, booth, logo dan lain-lain oleh divisi *graphic design*.
- Legalisasi lisensi, perusahaan akan mengurus perihal perizinan mendirikan usaha dengan orang hukum oleh divisi legal associate sehingga perusahaan mendapatkan surat sah legal mengenai kepemilikan usaha.
- Pemasaran produk oleh divisi marketing communication and social media.
- Mendaftarkan pada platform yang teknik pembayaran-pembayarannya berbasis digital (*e-commerce*) seperti : gofood, shopeefood, grabfood, t ravelokaeats bahkan gopay dan ovo.
- Kolaborasi dan kerjasama dengan mitra-mitra yang memiliki brand image yang baik serta publik figur ternama untuk pengembangan produk hasil kolaborasi mereka, seperti influencer Awkarin, Anya Geraldine, Joshua Suherman, dan juga brand besar yakni Nutrisari, Choki-Choki dan Kitkat.

Lalu selanjutnya, jika sukses di pasaran dengan supply dan demand dari konsumen yang tinggi maka perusahaan pun membuka penjualan franchise bagi para calon-calon pengusaha muda di luar sana. Perusahaan mendapatkan banyak penghargaan / sertifikasi (prestasi) dari berbagai lembaga ataupun institusi bahkan pemerintah dengan label perusahaan yang memiliki *franchiser* terbanyak di seluruh Indonesia.

- *Value Proposition* :

Malam Minggu Group memiliki keunggulan tersendiri atau *unique selling point* (USP) dibandingkan kompetitor-kompetitor dengan produk yang serupa yaitu merupakan Brand pencetus pertama. Maka dari itu, *value proposition* nya adalah

produk “Nasi Kulit” merupakan brand pencetus pertama di pasaran yang penjualannya dapat dikatakan laris, perusahaan ini memadupadankan cita rasa tradisional (sehingga masih kuat akan pelestarian makanan lokal) dengan generasi modern / millennials.

- *Customer Segments* :

Perusahaan yang bergerak di *F&B*, tentunya harus menentukan target market nya siapa saja. Perusahaan tempat penulis dapat dikatakan menyesuaikan cita rasa konsumen, maka *customer-segments* nya merupakan dari anak-anak (yang suka pedas) hingga dewasa, namun jika lebih di kerucutkan lagi segments ada pada remaja muda hingga dewasa awal terutama yang ingin makanan praktis dan murah. Malam Minggu Group juga menargetkan kepada calon-calon pengusaha muda di luar sana yang hendak merintis bisnis, maka *franchise* Malam Minggu Group dengan *brand - brand* yang ada adalah pilihan yang tepat.

- *Channels* :

Malam Minggu Group membutuhkan media atau suatu sarana untuk menyebarluaskan informasi seputar produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan agar dikenal oleh masyarakat luas, platform-platform yang dijadikan perusahaan sebagai pemasaran produk adalah :

- Instagram.
- Tiktok.
- LinkedIn. (agar masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai perusahaan)
- Official website perusahaan.

- *Key Resources* :

Key Resources adalah hal yang penting untuk mengetahui, mengenai sumber daya apa saja yang dibutuhkan dan dimiliki oleh perusahaan, seperti :

- Kantor.
- Studio.
- Internet.
- Pangan (bahan - bahan baku).
- *Booth*.
- Karyawan.
- Dapur.

- *Revenue Streams* :

Sumber pendapatan perusahaan (pokok), didapat dari konsumen produk makanan dan minuman, media sosial sebagai mediator pembayaran / pemesanan produk melalui digital, *franchiser* atau mitra yang membeli lisensi, dan *stakeholders eksternal* (investor dll).

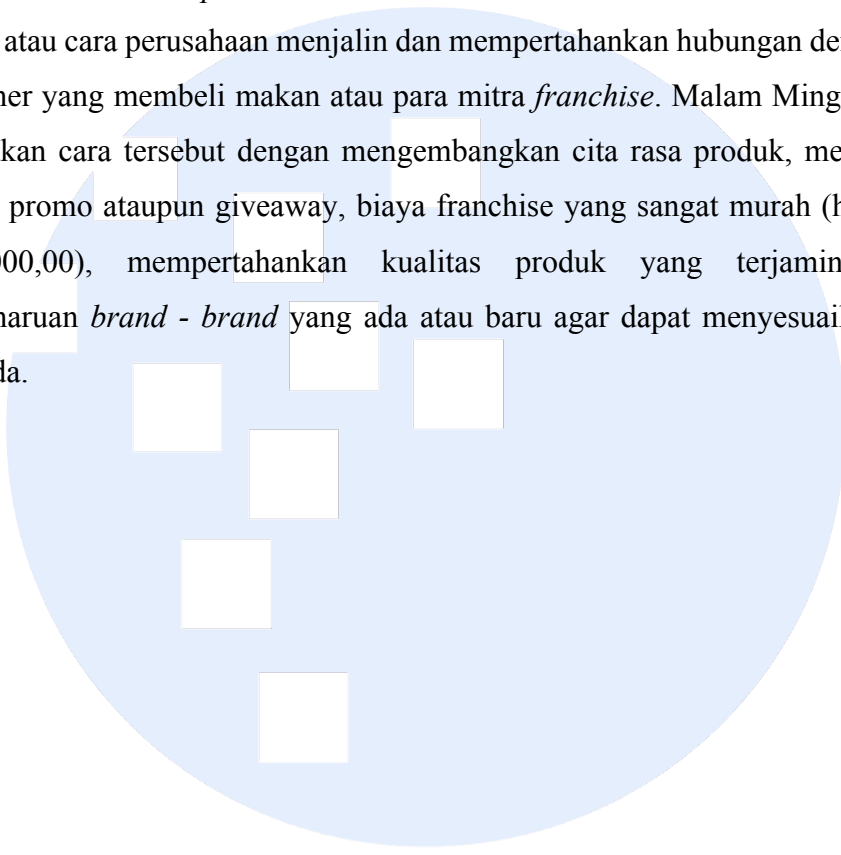
- *Cost Structures* :

Pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk usaha atau bisnisnya. Contoh pengeluaran yang merupakan biaya-biaya yang dilakukan oleh perusahaan setelah penulis melakukan analisis :

- Gaji para karyawan.
- Biaya penyewaan tempat outlet.
- Biaya gedung.
- Biaya listrik.
- Biaya untuk koneksi internet.
- Biaya operasional.
- Biaya tetap .
- Legal.
- *Booth*.

- *Customer Relationships* :

Teknik atau cara perusahaan menjalin dan mempertahankan hubungan dengan baik konsumen yang membeli makan atau para mitra *franchise*. Malam Minggu Group melakukan cara tersebut dengan mengembangkan cita rasa produk, memberikan banyak promo ataupun giveaway, biaya franchise yang sangat murah (hanya Rp. 9.900.000,00), mempertahankan kualitas produk yang terjamin hingga pembaharuan *brand - brand* yang ada atau baru agar dapat menyesuaikan pasar yang ada.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA