

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bagian ini penulis memaparkan informasi mengenai perusahaan yang menjadi tempat penulis melaksanakan praktik kerja magang melalui sejarah singkat dan struktur organisasi GaneshaIdea *Production House*.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

GaneshaIdea adalah perusahaan produksi iklan dan konten digital yang didirikan pada tahun 2016. Rumah produksi GaneshaIdea sendiri berlokasi di Jl. Benda no.90, Kemang, Jakarta Selatan, Indonesia.



GANESHAIDEA

Gambar 2.1 Logo GaneshaIdea
(GaneshaIdea)

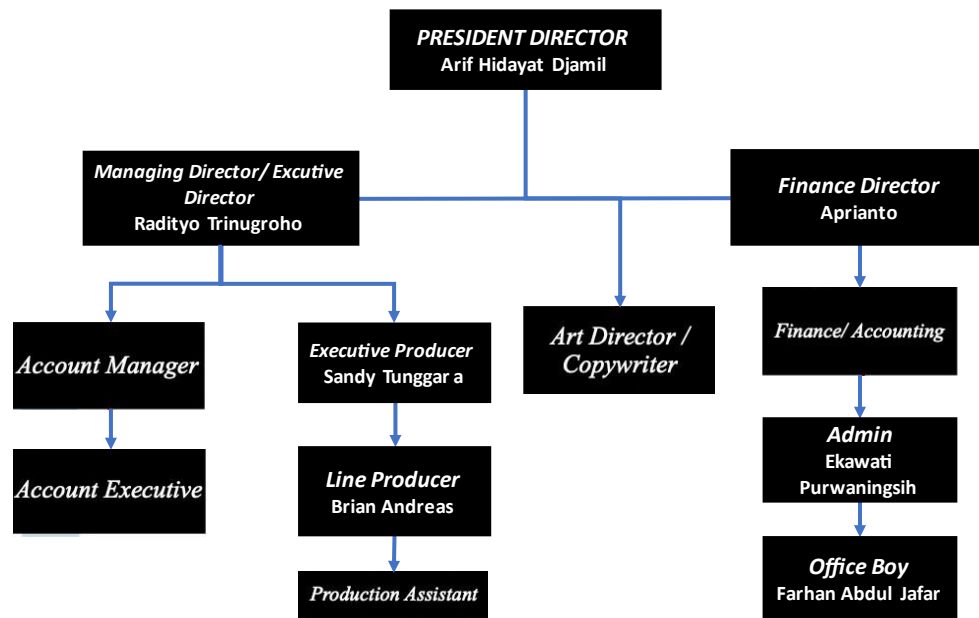
Semula GaneshaIdea bernama Ganesha Film yang lebih berfokus pada saat produksi, namun diganti namanya pada tahun 2019 menjadi GaneshaIdea sampai saat ini. Nama GaneshaIdea bermula dari Arif Hidayat selaku *President Director* yang menyukai filosofi gajah. Menurut Arif Hidayat, gajah walaupun bermata kecil tapi dapat memandang jauh ke depan diharapkan menjadi cita-cita dari perusahaan ini yang dapat terus bertumbuh dan berkolaborasi dengan banyak perusahaan besar.

GaneshaIdea melayani produksi iklan, konten digital, dan juga pembuatan konsep kreatif seperti agensi. *Client* GaneshaIdea didominasi oleh project BUMN, tetapi juga melayani project dari perusahaan swasta. GaneshaIdea memiliki banyak partner kerja seperti PT. Sasa Inti, Ajinomoto, Sharp, Bank Mandiri, BP Batam, Kimia Farma, dan masih banyak lainnya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

GaneshaIdea adalah sebuah rumah produksi yang didirikan oleh Arif Hidayat yang mengawali karirnya menjadi *art director video* komersil. Saat ini, ada 5 karyawan tetap di GaneshaIdea yang terdiri dari *executive producer*, *finance director*, *line producer*, *production assistant*, dan *office boy*.

Sedangkan departement lain dalam produksi diisi oleh freelance yang di hired saat diperlukan. Penulis sendiri yang berperan sebagai *intern production assistant* berada di bawah pengawasan Radityo Trinugroho, selaku *executive producer*.



Bagan 2.1 Struktur Organisasi
(GaneshaIdea)

Pengembangan bisnis di GaneshaIdea, dinaungi oleh Radityo Trinugroho selaku *executive producer*, *managing director*, *account manager*, dan *account executive*. Ia berperan untuk Menyusun target, strategi, membangun hubungan dengan klien, negosiasi bisnis, dan memutuskan hal-hal yang bersifat manajerial.

Radityo Trinugroho dibantu oleh dua orang karyawan untuk membantunya dalam aspek manajerial dan produksi, yaitu Brian Andreas sebagai *line producer* dan Kevin Renaldi sebagai *production assistant*. Meskipun sudah mempunyai hirarkinya sendiri, tidak jarang posisi tersebut menyesuaikan kebutuhan proyek yang ada.

Aspek kreatif GaneshaIdea dipimpin oleh Arif Hidayat selaku *president director*. Dalam banyak kesempatan, Arif Hidayat juga turut terjun langsung dalam produksi seperti menjadi *director*, *art director*, ataupun *copywriter*. Selain keputusan kreatif, karena Arif Hidayat merupakan *founder* GaneshaIdea, maka segala keputusan manajerial juga diputuskan olehnya. Bagian keuangan menjadi salah satu peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Apriyanto Soetrisno memegang dan mengatur arus keuangan di GaneshaIdea.

Apriyanto Soetrisno dibantu oleh satu orang pekerja perempuan *freelance* untuk mengurus administrasi. Selain mengurus administrasi, Apriyanto juga memimpin para pegawai di kantor, memegang kendali terhadap semua kegiatan serta hal-hal operasional yang ada di kantor dan juga membawahi Farhan Abdul Jafar selaku *office boy*.

2.3 Business Model Canvas

Business model canvas merupakan kerangka kerja yang dikenal banyak untuk mendefinisikan model bisnis *startup* dan bisa diterapkan oleh semua jenis *startup* tanpa terbatas sektor usaha (Bagus Hartanto dkk., t.t.). Berikut adalah gambar dari *Business Model Canvas* Ganesha Idea:



Gambar 2.2 Business Model Canvas Ganesha Idea

2.3.1 Customer Segments

Customer Segment dari Ganesha Idea adalah perusahaan yang memproduksi berbagai macam produk, ataupun perusahaan yang dikelola oleh pemerintah. Seperti contoh: **Minyak Tropical, Bumbu Penyedap SASA, Ajinomoto, Chitato**. Contoh untuk perusahaan yang dikelola pemerintah seperti: **Telkom Indonesia, Bank Mandiri, Bank BSI Syariah, BP Batam**.

1. Geografis

Secara geografis *customer segments* Ganesha Idea mencakup seluruh kota yang ada di Indonesia, dan yang paling dominan ada di pulau Jawa, terutama di daerah perkotaan.

2. Demografis

Secara demografis *customer segments* Ganesha Idea yaitu umur 20 – 45 tahun, dan *customer segment* dari segi *gender* yaitu Pria dan Wanita pada kalangan menengah keatas.

3. Psikografis

Secara psikografis, ketertarikan pada *customer segments* Ganesha Idea adalah membuat video promosi dengan visual yang unik.

4. Behavioral

Secara behavioral *customer* Ganesha Idea yaitu pengelola perusahaan yang mempunyai berbagai macam produk.

2.3.2 Value Proposition

Menyediakan jasa pembuatan video berupa video digital, video promosi, dan video komersil seperti iklan dengan harga yang terjangkau. Menyediakan pelayanan secara *online* agar *customer* dapat menjangkau Ganesha Idea dengan mudah. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Memberikan pelayanan yang baik saat mengadakan *meeting offline* seperti memberikan konsumsi berupa makanan, dari hidangan pembuka hingga hidangan penutup. Harga untuk jasa yang ditawarkan kepada *customer* sangat terjangkau.

2.3.3 Channels

Ganesha Idea menyediakan *website* pribadi sebagai portofolio agar dapat dilihat seluruh prestasi yang Ganesha Idea miliki, dan media sosial (Instagram) berisi *feeds* dengan visual yang unik. Youtube berisikan video BTS *shooting*, memperlihatkan para *talent* dan *influencer* yang ada dalam video tersebut.

2.3.4 Customer Relationships

Sosial media digunakan sebagai komunikasi jarak jauh antara pihak Ganesha Idea dengan *customer*, bertujuan agar *customer* dapat menjangkau ganesha dengan mudah. Menggunakan bahasa komunikasi yang sopan untuk menyapa *customer*. Memberikan pelayanan yang baik saat mengadakan pertemuan dengan *customer*.

2.3.5 Revenue Streams

Membuat jasa video digital berupa TVC, Video Promosi, Dokumenter, dan jasa sewa studio *casting*.

2.3.6 Key Resources

Ganesha Idea memiliki beberapa sumber daya yang menjadi kunci untuk mewujudkan *value proposition* yaitu *freelance crew*, *Talent*, *Staff*, *Shooting Equipment*.

2.3.7 Key Activities

Ganesha Idea memproduksi video digital, TVC, video promosi, dan jasa sewa studio *casting*.

2.3.8 Key Partners

Mempunyai *Production House* yang bekerja sama dengan beberapa *Agency* agar dapat membangun relasi yang luas sehingga bisa mendapatkan *talent*, dan *freelance crew* profesional. *Client* dari sebuah perusahaan yang

memiliki sebuah *brand*.

2.3.9 Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan yaitu untuk gaji karyawan dan kru *freelance*, biaya operasional, biaya produksi, *fee talent* dan ekstras, serta pemeliharaan alat, dan membayar pajak.

2.4 Evaluasi SWOT Perusahaan

Evaluasi SWOT adalah salah satu cara sistematis untuk mengidentifikasi berbagai faktor untuk menentukan strategi perusahaan. Menurut Philip Kotler (2009) diartikan sebagai “Evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Evaluasi SWOT merupakan salah satu alat analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas.”

1. Strength

Faktor kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dapat mengakibatkan terjadinya kompetisi khusus pada keunggulan perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan ini memiliki sumber keterampilan ataupun produk andalan yang membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya. Pada saat tender proyek berjalan harga jasa yang ditawarkan kepada klien sangat terjangkau sehingga dapat mengalahkan vendor lain.

2. Weakness

Faktor kelemahan merupakan kekurangan yang dimiliki para perusahaan yang menjadi salah satu penghalang besar. Kekurangan ini terjadi didalam perusahaan atau biasa disebut faktor internal. Kekurangan GaneshaIdea adalah waktu yang tidak menentu, jam kerja yang tidak ideal menjadi satu faktor utama yang belum bisa dipecahkan sampai sekarang, dampaknya yaitu membuat penulis dan karyawan yang terlibat produksi menjadi kurang efektif dan tidak sesuai dengan kesepakatan yang sudah dibangun diawal. Cara untuk mengatasinya adalah Ganesha Idea memberikan fasilitas tempat untuk para kru

atau karyawan beristirahat jika bekerja hingga larut malam di *office*.

3. Opportunity

Faktor peluang merupakan salah satu faktor yang menguntungkan bagi perusahaan (Nggini, 2019). Kesempatan untuk mendapat proyek demi proyek ini sangat mudah, dikarenakan GaneshaIdea memiliki koneksi dari para pemimpin serta kreatifitas yang unik dari setiap proyek yang ada. Selain itu, GaneshaIdea juga tidak pernah memilih atau memfokuskan proyek yang lebih besar dibandingkan yang lebih kecil dari segi pendapatan. Semua proyek diperlakukan sama oleh seluruh karyawan GaneshaIdea. Ganesha Idea tidak pernah memfokuskan tiap proyeknya dikarenakan Ganesha Idea memiliki relasi yang sangat luas.

4. Threats

Faktor ancaman merupakan faktor eksternal yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Ancaman ini perlu diatasi agar tidak menimbulkan bahaya untuk perusahaan (Dwi dkk., 2014). Ancaman yang sering dihadapi oleh GaneshaIdea adalah para kompetitor yang baru atau sudah bergabung ke dalam industri ini. Terlebih sejak adanya pandemi, rumah produksi baru bermunculan sehingga menjadi salah satu ancaman yang cukup serius bagi Ganesha Idea. Cara mengatasinya adalah memberikan jaminan harga tender proyek yang lebih rendah dibandingkan dengan *Production House* yang lain namun tidak menurunkan kualitas dari segala aspek yang ada.