

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis akan menginformasikan mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, bisnis model canvas, dan analisa SWOT dari perusahaan Halotandaseru.

2.1 Sejarah Singkat Halotandaseru

Halotandaseru adalah sebuah *creative agency* yang bergerak di bidang *digital content creation* yang didirikan oleh Yeziel Arkhipus Witjiaputra pada tahun 2018. Berawal dari social media management, Halotandaseru berkembang menjadi sebuah *creative agency*. Halotandaseru mempunyai goals untuk membantu mengkomunikasikan *brand message* dengan ide-ide kreatif melalui platform media sosial.

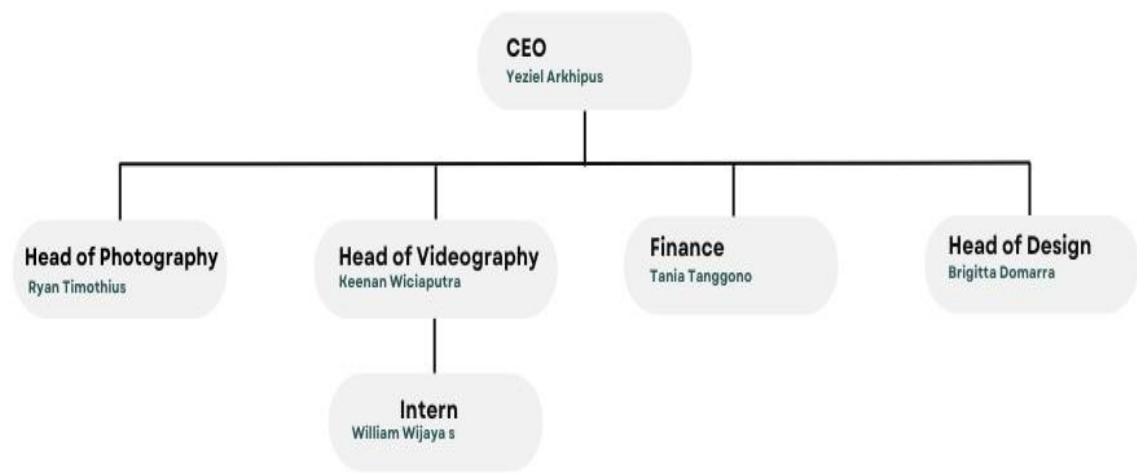


Gambar 2.1 Logo Halotandaseru

Diawali oleh banyaknya umkm yang mulai bertambah dan berkembang, kebutuhan jasa urus media sosial semakin meningkat. Kemudian Yeziel Arkhipus Witjiaputra membuat sebuah tim kreatif yang terdiri dari Tania Tanggono dan Keenan Witjiaputra. Hingga saat ini anggota Halotandaseru berjumlah 15 orang dengan *jobdesc* yang berbeda-beda.

2.2 Struktur Organisasi Halotandaseru

Struktur organisasi Halotandaseru dalam program kerja magang, penulis sebagai content creator. Penulis bertugas untuk membantu menyiapkan serta mengeksekusi ide kreatif dalam bentuk media foto dan video. Berikut struktur organisasi Halotandaseru dalam gambar 2.2 berikut.



Gambar 2.2 Struktur organisasi Halotandaseru

2.3 Business Model Canvas Halotandaseru

Business Model Canvas (BMC) adalah model bisnis yang berperan untuk mengatur, mengkoordinasikan, memahami, mengkomunikasikan serta mengintegrasikan logika bisnis secara keseluruhan (Osterwalder dan Pigneur, 2010). BMC menyediakan kerangka kerja visual yang sederhana dan sistematis yang memungkinkan pemilik bisnis, manajer, dan pengusaha untuk memahami bagaimana suatu bisnis beroperasi dan membuat keputusan strategis berdasarkan analisis yang terstruktur.

2.3.1 Customer Segments

Berikut *Customer Segments* dari Halotandaseru dalam bentuk geografis, demografis, psikografis, dan *behavioral*.

- Geografis

Halotandaseru memilih perkotaan karena daerah tersebut yang mudah untuk mengakses internet sehingga konten-konten yang dihasilkan dapat dengan mudah dinikmati.

- Demografis

Secara demografis, target demografinya adalah orang yang memiliki bisnis dan yang membutuhkan bantuan dalam mengembangkan bisnis mereka, contohnya seperti start-up atau perusahaan yang sedang berkembang, UMKM, dsb.

- Psikografis

Halotandaseru menargetkan *customer* yang memahami seni, kreativitas, dan estetika sehingga produk mereka dapat divisualisasi secara artistik. Kemudian *customer* yang paham dengan *trend* media sosial saat ini, sehingga mampu mendekatkan *brand* mereka dengan *customer*-nya.

- *Behavioral*

Secara kecenderungan *customer* dari *creative agency* adalah *customer* yang loyal, maka target konsumennya secara *behavioral* adalah *customer* yang terbuka terhadap teknologi dan *trend* media sosial saat ini.

2.3.2 Value Proposition

Value proposition dari Halotandaseru yang menyediakan jasa desain grafis, produksi video, strategi pemasaran, dan branding ada beberapa, yaitu desain grafis yang menarik dan kreatif yang akan membantu klien menciptakan merek dan *campaign* yang menarik dan berbeda dari pesaing mereka. Halotandaseru juga menawarkan layanan produksif foto & video yang berkualitas tinggi, termasuk foto dan video promosi, iklan televisi, dan konten untuk platform media sosial.

Strategi pemasaran yang efektif akan membantu klien menciptakan *campaign* yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan produk. Halotandaseru juga menawarkan layanan *branding* yang akan membantu klien membangun merek yang kuat dan konsisten melalui semua platform pemasaran mereka. Masuk ke dalam era digitalisasi, kolaborasi dan kreativitas adalah satu hal yang wajib dilakukan untuk mampu bertahan dan berkembang, maka dari itu Halotandaseru akan bekerja sama dengan klien untuk menciptakan solusi kreatif dan inovatif yang akan memenuhi kebutuhan khusus mereka.

Halotandaseru akan memberikan layanan yang efisien secara biaya dan waktu, sehingga klien dapat fokus pada operasi bisnis inti mereka. Dengan memberikan layanan ini, Halotandaseru siap membantu klien mereka untuk mencapai tujuan bisnis mereka dengan cara yang efektif dan efisien, sambil menawarkan kreativitas dan inovasi untuk membedakan *brand* mereka dari kompetitor.

2.3.3 Channels

Halotandaseru memiliki beberapa *channels* yang digunakan untuk mempromosikan layanan mereka, yaitu melalui platform media sosial Instagram untuk berbagi karya-karya kreatif serta *behind the scene* dari setiap *project*, dan dapat terhubung dengan calon kliennya. Lalu Halotandaseru dapat memperoleh klien baru melalui referensi dan rekomendasi dari klien saat ini atau mantan klien yang puas dengan layanan mereka. Dengan memanfaatkan *channel* tersebut, Halotandaseru dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan menarik perhatian calon klien.

2.3.4 *Customer Relationship*

Customer relationship adalah salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis, maka dari itu ada beberapa hal yang dilakukan Halotandaseru untuk membangun hubungan yang baik dengan klien mereka, seperti selalu berusaha untuk bekerja sama dengan klien mereka untuk menciptakan solusi kreatif dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan bisnisnya. Memprioritaskan kepuasan klien mereka dan selalu berusaha memenuhi ekspektasi klien terutama dalam hal kualitas, waktu pengerjaan, dan biaya. Kemudian *responsive* terhadap perubahan kebutuhan klien dan siap untuk mengubah strategi atau rencana kerja sesuai dengan perubahan tersebut. Halotandaseru juga selalu menjaga hubungan yang baik dengan klien mereka, bahkan setelah *project* selesai dikerjakan. Maka dari itu klien dapat menjadi pelanggan setia dan bahkan dapat merekomendasikan Halotandaseru kepada relasinya.

2.3.5 *Revenue Streams*

Terdapat beberapa sumber pendapatan yang dihasilkan oleh Halotandaseru, yaitu jasa *social media managing* (pembuatan konten untuk *social media*, mengatur *branding* melalui *social media*, pembuatan *campaign*, dan sebagainya). Produksi foto dan video, iklan *digital*, video promosi, video *educational*, dan *motion graphic*. Kemudian ada jasa desain grafis yang menjadi salah satu layanan yang disediakan oleh Halotandaseru seperti pembuatan desain logo, brosur, kartu nama, desain promosi *digital*, desain promosi konvensional (pamphlet, banner, dsb). Dan yang terakhir, Halotandaseru menyediakan layanan *branding* untuk mengembangkan *brand* klien, *brand identity*, *campaign*.

2.3.6 Key Resources

Halotandaseru membutuhkan beberapa key resources untuk dapat berkoordinasi pembagian *jobdesc*. Diawali dengan tim kreatif yang terdiri dari desainer grafis, *videographer*, *photographer*, *digital marketer*, *account executive*, dan tim manajerial yang bertugas untuk mengelola bisnis secara keseluruhan. Kemudian pemanfaatan teknologi, seperti *software* dan *hardware* yang menunjang produksi karya kreatif yang berkualitas tinggi. Kantor dengan berbagai fasilitas untuk membuat ruang kerja yang kolaboratif. Dan yang terpenting adalah klien sebagai sumber pendapatan utama bagi Halotandaseru, maka dari itu perlu membina hubungan baik dengan klien untuk memperluas bisnis ini.

2.3.7 Key Activities

Sebagai sebuah *creative agency* ada beberapa kegiatan utama yang dilakukan Halotandaseru, yaitu menganalisa kebutuhan klien untuk menentukan apa saja layanan yang mereka butuhkan dan dapat menentukan strategi terbaik dalam mencapai tujuan klien. *Research and development* untuk memahami *trend* terbaru, baik dalam desain, *video production*, *photo production*, *marketing*, dan *branding* sehingga dapat menghasilkan karya – karya kreatif yang inovatif dan berkualitas tinggi.

Lalu aktivitas produksi desain pada setiap karya kreatif seperti desain grafis, video promosi, iklan *digital*, *campaign*, dan *branding* untuk memenuhi kebutuhan klien. Kemudian melaksanakan *campaign marketing* dan *branding* sesuai dengan yang sudah disepakati dengan klien. Sebelum pengerjaan proyek, manajemen proyek yang efektif harus dilakukan, sehingga dapat memastikan proyek dilaksanakan sesuai dengan anggaran, jadwal, dan spesifikasi yang telah disepakati. Sistem pengelolaan klien yang baik oleh tim *managerial* untuk

menjaga hubungan baik dengan klien yang ada, memastikan apa yang menjadi kepuasan klien, dan dapat menarik calon klien.

2.3.8 Key Partners

Halotandaseru memiliki beberapa mitra yang dapat membantu proses produksi mereka. Klien adalah mitra utama dalam *key partners* Halotandaseru untuk membangun hubungan jangka panjang dan saling menguntungkan. Lalu *social media* seperti Instagram yang dapat membantu Halotandaseru dalam mempromosikan layanan mereka dan menjangkau calon klien. Dan ada juga *freelance crew* dari relasi untuk membantu proses produksi ketika dibutuhkan.

2.3.9 Cost Structure

Biaya yang menjadi pengeluaran dari Halotandaseru ada beberapa faktor, yaitu seperti gaji dan tunjangan karyawan yang telah bekerja dalam operasional bisnis. Lalu biaya operasional seperti biaya listrik, sewa kantor, internet, *wifi*, dan akomodasi dalam setiap aktivitas bisnis. Biaya peralatan kantor juga menjadi faktor yang menunjang proses produksi, seperti pembelian alat dan aksesoris kamera, lighting, lisensi *software*, dan biaya perawatan. Dan biaya *outsourcing* untuk membayar upah pekerja luar dalam menjalankan pekerjaan Halotandaseru.

2.4 Evaluasi SWOT Halotandaseru

Analisis SWOT adalah proses mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor guna merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, sementara sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi (Rangkuti F, 2004). Berikut adalah evaluasi SWOT Halotandaseru sebagai *creative agency* yang

menyediakan jasa branding, social media management, *video production*, *photo production*, dan *design graphics*.

1. Strengths:

Halotandaseru memiliki tim yang terampil dan berpengalaman dalam desain grafis, produksi foto dan video, *digital marketing*, dan *branding*. Portfolio dari berbagai klien yang puas dengan hasil kinerja juga dapat meyakinkan calon klien ketika akan memilih Halotandaseru sebagai vendor mereka. Basis lokasi yang strategis di daerah Jawa Tengah sehingga dapat dijangkau dengan mudah oleh klien di kota dan daerah sekitarnya. Layanan yang lengkap mulai dari desain grafis, *photo & video production*, *social media management*, dan *branding* menjadi faktor *strength* di Halotandaseru.

2. Weaknesses:

Halotandaseru memiliki ketergantungan pada klien lokal yang mungkin membatasi pertumbuhan bisnis ke tingkat nasional atau internasional. Keterbatasan jumlah karyawan dan kemampuan perusahaan untuk mengambil proyek-proyek besar juga akan membatasi potensi perkembangan Halotandaseru. Terkadang sulit untuk menentukan harga yang tepat untuk kebutuhan klien dengan berbagai faktor di dalamnya. Dalam upaya mengatasi *weaknesses* tersebut, Halotandaseru melakukan pembagian *jobdesc* yang jelas untuk membuat sistem kerja yang efektif dan efisien.

3. Opportunities:

Potensi pertumbuhan bisnis yang besar di Indonesia, terutama di bidang desain grafis, produksi video, *social media management*, dan *branding* menjadi kesempatan Halotandaseru untuk berkembang lebih jauh lagi. Dengan berusaha

memperluas market seperti menawarkan jasa ke klien di luar daerah Semarang akan dapat membuka peluang lebih dalam pengembangan usaha Halotandaseru. Upaya untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu adalah menambah tim kreatif baru untuk menjangkau pasar yang lebih kompleks dan tentunya mangsa pasar yang lebih besar.

4. Threats:

Persaingan yang ketat dari creative agency lainnya di Semarang dan daerah sekitarnya menjadi salah satu ancaman kepada Halotandaseru. Kemudian perubahan tren dan teknologi yang cepat dapat menjadi tantangan tersendiri bagi Halotandaseru dalam beradaptasi. Dan salah satu ancaman terbesar adalah kemunculan krisis ekonomi yang dapat mengurangi jumlah klien dan menurunkan penghasilan bisnis sehingga membuat para pemilik usaha mengurangi penggunaan jasa layanan Halotandaseru.

Namun sebagai salah satu *creative agency* yang berada di industri *digital*, Halotandaseru tentunya berusaha untuk beradaptasi dengan perkembangan *trend*. Salah satunya dengan melakukan *brainstorming* rutin setiap bulannya, lalu mengikuti pelatihan keterampilan kepada setiap tim kreatifnya agar dapat meningkatkan kemampuan tim kreatif sehingga siap menghadapi tuntutan pekerjaan yang lebih kompleks nantinya.

U M W N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A