

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



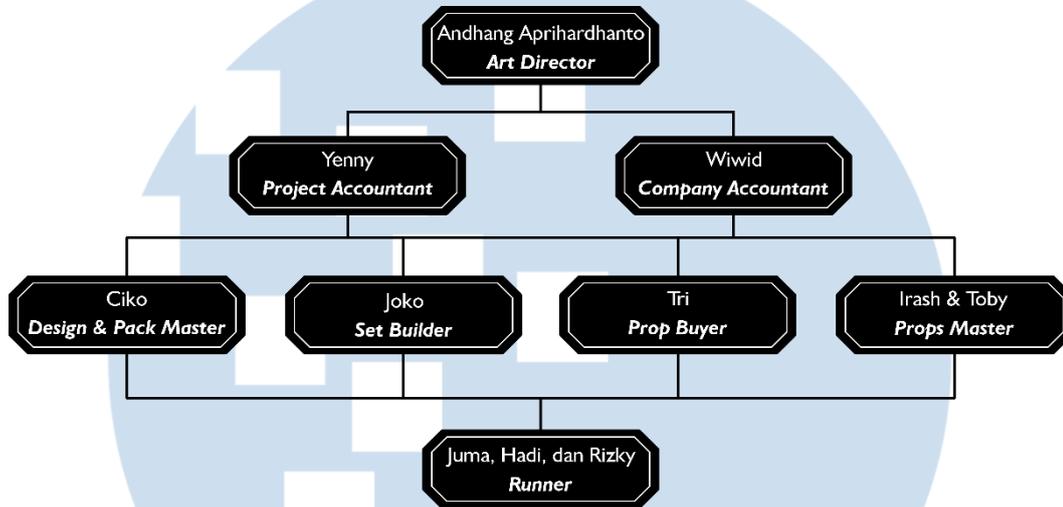
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan
(Sumber: Dokumen perusahaan)

Propshouse Indonesia adalah *prop house* sekaligus departemen artistik yang didirikan oleh Andhang Aprihardhanto pada tahun 1999. Awal mula dibuka perusahaan ini berlokasi di daerah Tebet, Jakarta Selatan. Kemudian pada tahun 2014 perusahaan ini dipindahkan ke Cibubur, karena di lokasi sebelumnya sudah tidak bisa menampung seluruh properti yang sudah dikumpulkan untuk kebutuhan *shooting*. Sehingga perusahaan ini dipindahkan ke lokasi yang lebih luas agar dapat menampung semua properti yang dimiliki Andhang.

Andhang Aprihardhanto pemilik Propshouse Indonesia adalah salah satu *Art director* yang memiliki *prop house* terbesar dan studio sendiri di Indonesia. Selain itu, pada tahun 2023 Andhang membangun studio film di sudut belakang *prop house* dan mengubah ruangan yang tidak terpakai menjadi studio foto atau *podcast*. Selain menyewakan properti, Propshouse Indonesia juga memiliki *Set builder* sendiri dan *studio rental* untuk kebutuhan *shooting*.

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

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Propshouse Indonesia
(Sumber: Propshouse Indonesia)

Bapak Andhang adalah *Art director* sekaligus kepala perusahaan dari Propshouse Indonesia. Lalu berikutnya ada Ibu Yenny sebagai pengelola keuangan project dan Ibu Wiwid sebagai pengelola keuangan perusahaan. Kemudian, ada *Props master* yang dipegang oleh Bapak Irash dan Bapak Toby untuk bertanggung jawab mempersiapkan segala properti yang dibutuhkan untuk sebuah produksi.

Bapak Tri sebagai *Prop Buyer* untuk membeli barang yang belum dimiliki Propshouse Indonesia atau yang sudah di list oleh Bapak Toby dan Irash. Ada Bapak Joko sebagai *Set Builder* bertanggung jawab untuk menjadi mandor dalam membuat dan membangun set.

Bapak Ciko sebagai *Design & Pack master* membuat kemasan produk untuk iklan, selain itu juga membuat stiker poster untuk kebutuhan properti dalam produksi. Lalu, pada posisi terakhir ada Bapak Juma, Bapak Hadi, dan Bapak Rizky sebagai *Runner* untuk membeli barang secara mendadak saat *preparation, testcam*, atau saat *shooting*.

2.3 SWOT Analysis

Sebelum mendirikan sebuah perusahaan, sebaiknya dilakukan analisis strategi agar perusahaan dapat lebih produktif dan mampu bersaing dengan kompetitor. Salah satu metode yang bisa digunakan adalah SWOT Analysis, yang mencakup kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). SWOT Analysis adalah sebuah teknik perencanaan strategi yang terdiri dari dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal berperan dalam memantau lingkungan mikro dan makro ekonomi melalui peluang serta ancaman (*opportunities & threats*) yang terkait dengan organisasi. Kemudian faktor internal meliputi kekuatan (*strengths*) untuk mengevaluasi keunggulan perusahaan dan kelemahan (*weaknesses*) untuk menilai aspek yang perlu diperbaiki (Kotler e Keller, 2013).

Berikut adalah analisis SWOT Propshouse Indonesia yang penulis lakukan selama menjalani magang di Propshouse Indonesia:

a. Strengths

Kekuatan yang dimiliki Propshouse Indonesia adalah kemampuan dan kelebihan dalam membangun set dengan waktu yang singkat. Lalu, memiliki Set Builder yang mampu bekerja dengan cepat dan efisien. Selain itu, Propshouse Indonesia juga memiliki koleksi aset properti yang lengkap. Hal ini dapat membantu semua filmmaker untuk menyewa properti, lalu Propshouse Indonesia juga memiliki beberapa studio pribadi salah satunya studio limbo setinggi 5 meter.

b. Weaknesses

Kelemahan paling mencolok dari Propshouse Indonesia kurang publikasi di media sosial, karena kurangnya SDM yang memahami media sosial. Sehingga nama Propshouse Indonesia tidak cukup dikenal terutama oleh kalangan filmmaker muda. Selain itu, kondisi beberapa barang Propshouse kurang terawat karena sudah terlalu banyak.

c. Opportunities

Propshouse Indonesia memiliki aset berbentuk properti shooting dan studio film. Aset tersebut dapat memperluas peluang bisnis dilingkungan filmmaker dan production house. Selain itu, Propshouse Indonesia juga dapat bekerjasama dengan industri kreatif seperti film dan iklan. Lalu, Propshouse Indonesia meningkatkan publikasi di media sosial, khususnya pada filmmaker muda. Sehingga Propshouse Indonesia memiliki banyak relasi ke *Production House* iklan dan film.

d. Threats

Prop House lain memiliki kondisi barang yang lebih terawat di bandingkan kondisi barang Propshouse Indonesia yang kurang terawat. Lalu adanya ancaman dari Prop House lain yang memiliki konsep yang lebih modern. Selain itu, Props House lain menawarkan diskon yang lebih besar. Lalu, Props House lain juga memiliki gaya seni yang mengikuti zaman. Sehingga Propshouse Indonesia harus berinovasi untuk menarik filmmaker muda.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA