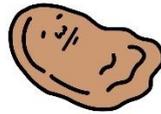


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 *Peanut Stain* Logo
Sumber: *Peanut Stain* (2021)

Peanut Stain adalah suatu *brand* lokal *fashion* yang memiliki keunikan yang mencolok. *Brand* lokal ini sudah berdiri semenjak tahun 2021 dimana pada awalnya *Peanut Stain* hanya berdiri tanpa memiliki suatu tempat atau kantor. *Peanut Stain* adalah nama yang digunakan karena dimana kata “*peanut*” digunakan dengan alasan CEO dari *Peanut Stain* yang suka mengkonsumsi kacang sedangkan untuk kata “*stain*” adalah dimana noda adalah suatu hal yang berhubungan dengan pakaian. Awalnya logo dari *Peanut Stain* itu sendiri adalah suatu selai di atas roti namun karena terlalu mirip dengan konsep yang sudah ada sehingga diubah menjadi hanya selai kacang saja. Selain selai kacang namun juga ditambahkan *design* wajah yang menjadi khas atau identitas *Peanut Stain* hingga sekarang ini yang menggambarkan wajah pasrah dalam menghadapi segala masalah karena sudah pernah melewati masalah yang lebih besar sebelumnya.

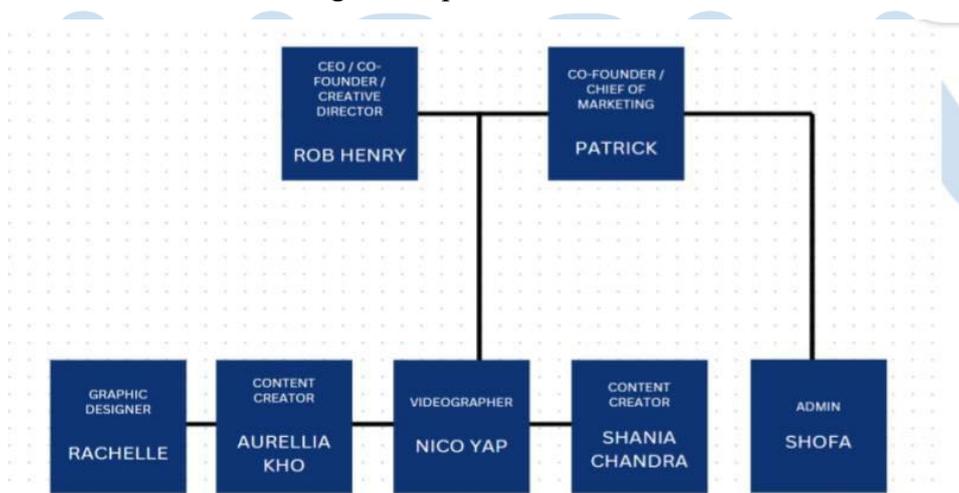
Wajah tersebut sekarang justru menjadi salah satu identitas produk yang sangat kuat karena setiap orang dapat langsung mengenal produk tersebut adalah produk *peanut stain* apabila terdapat desain wajah tersebut yang unik dan juga tentunya dengan *style graphic* pada baju yang tidak kalah mendukung identitas dari produk *peanut stain* itu sendiri. *Peanut Stain* pada awalnya juga tidak memiliki karyawan dimana hanya diurus selama 1-2 tahun oleh CEO-nya tersendiri. Seiring berjalannya waktu dengan perkembangan yang pesat pada *brand* lokal tersebut, akhirnya CEO dari *Peanut Stain* memutuskan untuk mendirikan kantor karena akan

mulai membutuhkan tempat untuk menaruh stok barang begitu juga dengan tempat bekerja setiap karyawan.

Yang membuat *brand* lokal ini menjadi mencolok dibandingkan *brand fashion* lainnya adalah karena konsepnya yang unik baik dari segi promosi dan juga segi *design* pada produk *fashionnya*. *Design* dari produk *fashion* dari *Peanut Stain* selalu menitik beratkan pada konsep *graphic* dimana terdapat gambar-gambar yang digunakan pada pakaiannya seperti jemuran pakaian yang terdengar aneh namun menjadi salah satu produk yang banyak terjual di *Peanut Stain*. Dalam segi promosi, *Peanut Stain* juga selalu menyediakan konten-konten yang terkesan aneh dan unik atau lebih mengarah kepada komedi, sebagai suatu contoh dalam promosi *launch* produk terbaru dari *Peanut Stain* yang mengenai hewan, konten yang disuguhkan berupa cerita dongeng dengan pemeran-pemeran yang bekostum domba. Pada akhirnya dengan keunikan yang diterapkan oleh *Peanut Stain* itulah yang membuat *brand fashion* satu ini mencolok karena berbeda dengan *brand fashion* lokal lainnya. Sehingga saat ini *Peanut Stain* itu sendiri telah memiliki *followers* sebanyak 210.000 di media sosial Instagram.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut ini adalah struktur organisasi perusahaan *Peanut Stain*



Gambar 2.2 Struktur Organisasi *Peanut Stain*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

Dalam Perusahaan *Peanut Stain* saat ini terdapat 2 *Founder* dimana terdapat Rob Henry sebagai CEO / *Co-Founder* sekaligus *Creative Director* sedangkan Patrick sebagai *Co-Founder* dan juga *Chief of Marketing*. Sebagai seorang videografer tentunya penulis lebih berhadapan dengan CEO Rob Henry apabila ingin berdiskusi mengenai suatu hal yang berhubungan dengan kreativitas dan brand identity dari *Peanut Stain*. Sedangkan hubungan antara penulis sebagai seorang videografer dengan *Co-Founder* Patrick lebih mengarah pada bagaimana konten yang dibuat dapat menarik *audience* yang besar dengan memperhatikan pemasaran baik dari segi *hook*, beserta algoritma dari suatu konten. Sebagai seorang videografer tentunya penulis juga selalu bekerja sama dengan setiap *content creator* di *Peanut Stain*. Penulis sebagai seorang videografer dalam setiap tahap *pre-production*, *production* dan *post-production* pastinya meminta pendapat dari *content creator* serta meminta bantuan dimana *content creator* tentunya muncul sebagai *talent*.

Content Creator itu sendiri juga memiliki pekerjaannya dalam menghasilkan konten-konten yang serupa namun berbeda dengan penulis dimana penulis lebih berfokus pada konten yang *commercial / cinematic*. Penulis juga terkadang bersama dengan *Graphic Designer* apabila dibutuhkan suatu *asset graphic* atau animasi pada video yang diciptakan. Diluar itu, *Graphic Designer* itu sendiri memiliki pekerjaan dalam menciptakan konten baik berupa foto atau video dari hasil gambarnya dapat berupa hanya suatu gambar tidak bergerak atau juga gambar bergerak. Untuk bagian *Admin* lebih bertugas dalam mengurus setiap pesanan yang datang, mengurus konsumen, pemasaran serta hal lainnya dimana juga lebih banyak berhadapan dengan CEO Patrick. Untuk saat ini dalam *Peanut Stain* setiap karyawan masih dalam posisi yang setara dimana pimpinan dari setiap karyawan adalah *CEO* itu sendiri baik Rob Henry sebagai *Creative Director* dan Patrick sebagai *Chief of Marketing*.

2.3 Analisis SWOT Perusahaan

Menurut Zainuri & Setiadi (2023), analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk setiap organisasi dan juga industri dalam menghasilkan suatu pendekatan yang terstruktur untuk bahan evaluasi perusahaan sehingga dapat membantu

pencapaian dari tujuan perusahaan itu sendiri. Dikatakan juga bagaimana dalam menentukan suatu SWOT perusahaan dapat menggunakan suatu metode yang menggunakan pendapat dari suatu individu, kelompok atau melalui survei.

Tabel 2.3 Analisis SWOT *Peanut Stain*

<p><i>Strengths</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki SDM yang memiliki pengalaman dalam <i>videography</i> dan pengalaman dalam membuat properti - Memiliki keunikan tersendiri diantara <i>brand fashion</i> lainnya yang Dimana belum pernah terlihat pada <i>brand fashion</i> local lainnya di Indonesia.
<p><i>Weaknesses</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kekurangan SDM yang memiliki pengalaman dalam dunia <i>fashion</i> - Konsumen harus mengenal terlebih dahulu <i>brand Peanut Stain</i> itu sendiri karena konten ataupun iklan promosi yang disediakan tidak langsung menunjukkan <i>brand</i> yang sedang menjual suatu produk karena berupa <i>soft selling promotion</i> - Kualitas konten yang terkadang masih tergolong kurang <i>high quality</i> untuk suatu <i>brand</i> sebesar <i>Peanut Stain</i>
<p><i>Opportunities</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Keunikan yang dimiliki dapat membuat <i>Peanut Stain</i> terus lebih menonjol dibandingkan <i>brand fashion</i> lainnya - Keunikan tersebut dapat menarik perhatian bahkan pembeli yang tidak tertarik pada dunia <i>fashion</i> - ekspansi untuk ke tahap internasional karena terdapat <i>brand</i> yang serupa yang juga memiliki konsep keunikan yang mirip di dunia internasional

	<ul style="list-style-type: none"> - Kolaborasi dengan sejumlah artis, seniman beserta <i>brand fashion</i> lainnya
<p><i>Threats</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Perubahan tren yang begitu pesat sehingga harus terus mengikuti tren yang ada - Persaingan dengan <i>brand fashion</i> lainnya yang mungkin lebih memiliki daya tarik yang tidak dimiliki <i>Peanut Stain</i> - Perubahan keadaan ekonomi yang tidak stabil

Berdasarkan tabel di atas, *strength* yang dimiliki oleh *Peanut Stain* tentunya sebagian besar berada pada keunikan yang dimilikinya dimana di Indonesia terutama *brand* lokal *fashion* belum ada yang memiliki keunikan yang serupa dengan *Peanut Stain* dimana setiap produk yang diciptakan memiliki suatu keunikan dan daya tariknya tersendiri sehingga mencolok di masyarakat. Di sisi lain tentunya juga tidak hanya produk saja namun juga konten yang disediakan dalam mempromosikan *brand fashion* ini juga memiliki keunikan dimana sebagian besar orang bahkan terkadang tidak sadar bahwa konten yang didapatkan adalah konten dari suatu *brand fashion* lokal.

Namun uniknya dimana konten *Peanut Stain* yang terkesan aneh tersebut yang tidak seperti melakukan promosi penjualan namun konten tersebut justru menjadi konten yang dapat membawa *Peanut Stain* hingga dapat sampai di titik ini. Dan tentunya juga dimana SDM yang berada di dalam *Peanut Stain* memiliki kemampuannya tersendiri yang dapat membantu promosi *Peanut Stain* yang tetap

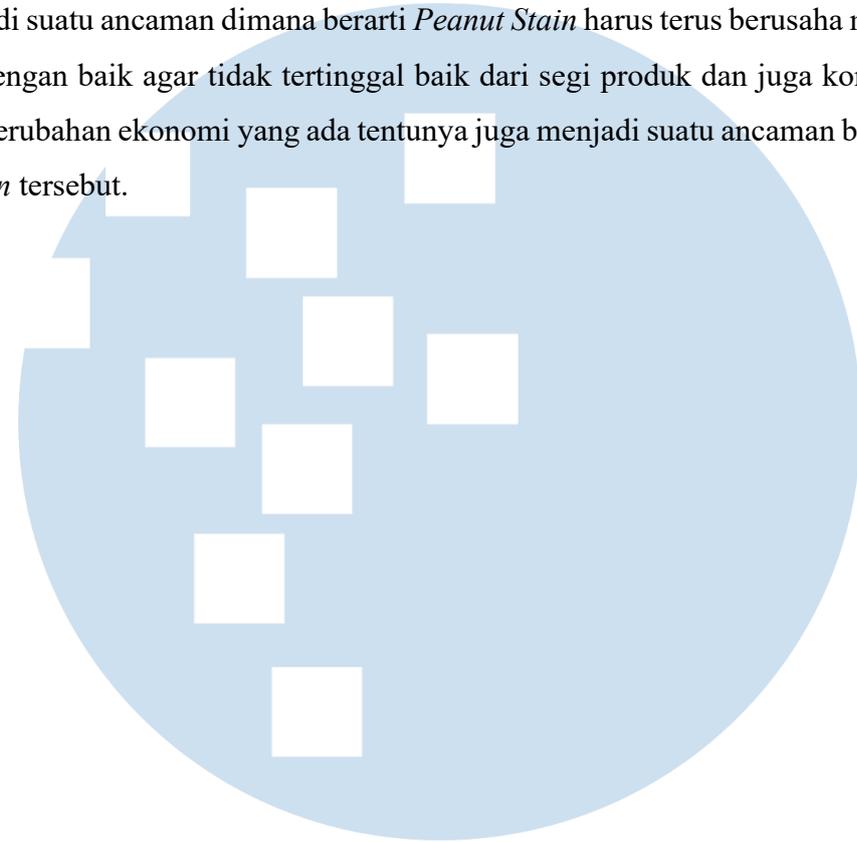
berkualitas namun tetap minim *budget* berbeda dengan iklan-iklan sekarang yang membutuhkan *budget* yang besar. Sebagai seorang karyawan magang disini, penulis berharap dapat membantu *strength* dari *Peanut Stain* ini dalam meningkatkan kualitas konten pada media sosial dengan berbagai faktor baik dari faktor konsep dan juga *cinematography*, serta hal lainnya dengan tetap mempertahankan *brand identity* dari *Peanut Stain*.

Sedangkan untuk *weaknesses* dari *Peanut Stain* adalah dimana kurangnya SDM yang memiliki kemampuan dalam dunia *fashion* sehingga walaupun tipe produk yang menitikberatkan pada *graphic* yang terjual banyak di *Peanut Stain* namun masih kurang adanya produk pakaian yang lebih mengarah pada *fashion style*. Kemudian juga dimana dengan konten-konten promosi yang sebagian besar tidak langsung mengarah pada penjualan melainkan berupa *soft selling* sehingga konsumen harus mengenal terlebih dahulu akan *brand* ini dan akhirnya dapat menghasilkan penjualan bagi *Peanut Stain*. Dan sebagai karyawan magang disini menurut saya salah satu *weakness* dari *Peanut Stain* itu sendiri adalah dimana untuk suatu brand besar, kualitas konten yang diproduksi masih diperlukan suatu peningkatan kualitas untuk membantu brand tersebut menjadi terlihat lebih mahal.

Selanjutnya *opportunities* dari *Peanut Stain* itu sendiri adalah dimana keunikan yang dimiliki oleh *brand fashion* lokal tersebut dapat membuat dirinya menonjol dibanding *brand fashion* lokal lainnya karena hingga saat ini belum ada *brand fashion* lokal yang melakukan hal serupa di Indonesia. *Peanut Stain* juga memiliki kesempatan besar dalam melakukan ekspansi terhadap pasar internasional dengan kualitas yang dimilikinya, kemudian *brand* ini juga dapat melakukan kolaborasi dengan sejumlah artis, seniman ataupun *brand fashion* lainnya di masa yang akan datang, dimana *Peanut Stain* itu sendiri juga sudah beberapa kali memiliki hubungan dengan beberapa *influencer*, artis, seniman dan juga *brand fashion* lainnya.

Kemudian yang terakhir adalah bagian *threats* dimana *Peanut Stain* itu sendiri tentunya terdapat suatu persaingan dengan *brand fashion* lainnya yang juga memiliki daya tarik sendiri terutama pada hal yang tidak dimiliki *Peanut Stain* seperti *brand* yang lebih menitikberatkan pada produk yang lebih *fashionable*

dibandingkan *graphic* pada produknya. Perubahan tren yang begitu pesat juga menjadi suatu ancaman dimana berarti *Peanut Stain* harus terus berusaha mengikuti tren dengan baik agar tidak tertinggal baik dari segi produk dan juga konten serta juga perubahan ekonomi yang ada tentunya juga menjadi suatu ancaman bagi *brand fashion* tersebut.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA