

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



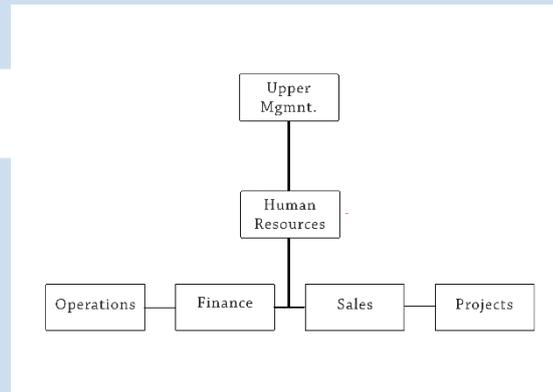
Gambar 2.1 Logo dari PT Indorich Expo Utama
(Sumber: Arsip Perusahaan, 2025)

PT Indorich Expo Utama adalah *event organizer* yang berspesialisasi pada pelaksanaan exposisi atau pameran berbagai produk dan jasa pangan, menghubungkan para pengusaha dari semua bidang konsumsi kepada para konsumen. Perusahaan tersebut sudah berdiri lebih dari 10 tahun, di mana exposisi pertama mereka yang *high-profile* merupakan *Food Makassar Exposition 2012* dan pameran terakhir mereka *Bandung International Food & Horeca Exposition 2025* yang dilaksanakan awal Februari ini. Para *exhibitor* yang berpartisipasi memiliki latar belakang nasional dan internasional, dan menyediakan produk-produk pangan yang dapat diolah untuk rumah tangga maupun bisnis maupun resep-resep tingkat restoran. Di sisi lainnya terdapat *exhibitor* yang menyediakan jasa-jasa serta peralatan berhubungan dengan penyiapan konsumsi, baik bagi para pengusaha maupun konsumen standar.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Selama melakukan magang, struktur organisasi di *PT Indorich Expo Utama* adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi *PT Indorich Expo Utama*
(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

Berdasarkan bagan di atas, *PT Indorich Expo Utama* diketuai oleh Bapak Richard Pesik dan Ibu Charista Maramis yang umumnya memberikan arahan kepada kepala-kepala departemen serta dalam beberapa saat berlaku sebagai *advisor* ketika sedang mendiskusikan perencanaan proyek-proyek. Pada tahap di bawahnya, ada divisi HR (*Human Resources*) yang bertugas untuk mengatur dan mengelola keperluan tiap karyawan. Selanjutnya di bawah ada empat (4) divisi yang menjawab kepadanya, yaitu *Ops (Operations)* yang bertugas untuk mengurus surat-surat, memperoleh perizinan, dan seterusnya. Divisi ini juga bertugas agar semua *event* yang diselenggarakan bisa berjalan lancar sehingga bertugas menyampaikan keperluan mereka ke atas. Di samping itu juga berada divisi *Finance* yang bertugas untuk mengolah tiap keperluan dana dari perusahaan, termasuk gaji, sehingga divisi ini berinteraksi banyak dengan HR. Berikutnya ada divisi *Sales* yang bertugas untuk memperoleh klien (atau *exhibitor* dalam konteks perusahaan kami) untuk berbagai *event* yang diselenggarakan. Divisi ini belum memiliki ketua resmi, sehingga tanggung jawab tersebut diberikan kepada *Project Manager* dari perusahaan, yang merupakan ketua divisi berikutnya.

Di posisi yang sejajar terdapat divisi terakhir, yaitu divisi proyek (*Projects*)

yang diketuai *Project Manager* dan supervisor penulis, Bapak Hizkia Sembiring, Divisi ini bertugas untuk menyiapkan bahan atau materi untuk mempromosikan berbagai *event* yang kita akan laksanakan nantinya. Bentuk promosi tidak hanya bentuk digital, namun juga dalam bentuk fisik seperti poster atau pamflet jika memang diperlukan. Divisi ini terdiri dari empat (4) anggota termasuk penulis, berikut adalah rincian mengenai jabatan mereka:

- Yorel Kumayas, sebagai *Graphic Designer* yang bertugas untuk membuat berbagai grafik (logo, poster, dll) yang kemudian dijadikan bahan promosi, baik langsung digunakan ataupun untuk materi promosi lainnya. Beliau merupakan *de facto partner* bagi penulis, yang seringkali memberikan masukan atau saran mengenai pekerjaan penulis ketika ditanyakan.
- I Putu Artoya, sebagai *Social Media Manager*, yang bertugas untuk mengatur segala akun-akun media sosial milik PT Indorich Expo Utama, terutama dalam perihal promosi *online*. Penulis umumnya berinteraksi kepada beliau ketika materi promosi yang dibuat oleh penulis sudah siap untuk dipublikasikan ke media sosial.
- Makhfud Efendi, sebagai *Data Analyst*, yang bertugas untuk memperoleh berbagai data teknis yang kemudian diolah menjadi panduan bagi divisi kita, dimana pendapat yang diterimanya memberikan *insight* kepada isu yang perlu ditekankan supaya mampu dikoreksi pada nantinya.

2.3 Analisis SWOT Perusahaan

Diambil artikel *Analisis SWOT: Pengertian dan Fungsinya* (2022) oleh Putri, Vanya K.M., artikel tersebut meringkaskan bahwa analisis SWOT merupakan “...identifikasi beberapa faktor yang dilakukan secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan...”. Maka, dapat disimpulkan bahwa tujuan utamanya dari analisis SWOT bagi sebuah perusahaan/bisnis adalah untuk memberikan gambaran yang jelas untuk perkembangan, baik pada aspek internal lewat kelebihan (*Strengths*) dan kekurangan (*Weakness*) maupun pada aspek eksternal lewat kesempatan (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Berikut adalah analisis SWOT untuk *PT Indorich Expo Utama*:

Tabel 2.3 Analisis SWOT *PT Indorich Expo Utama*

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

SWOT	
<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Lingkungan yang nyaman ketika menukarkan berbagai ide. - Para kepala departemen (spesifiknya supervisor) terbuka/transparan mengenai permasalahan yang dihadapi. - Lingkungan yang kooperatif antar anggota, dimana semua anggota selalu siap membantu.
<i>Weaknesses</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisor (selaku <i>Project Manager</i>) terkadang susah dicapai mengenai masukan proyek dikarenakan terlalu sibuk.
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Banyaknya akun media sosial promosi yang mirip mampu memberikan banyak referensi atau sumber ide untuk konten. - Dorongan algoritma aplikasi media sosial yang mendukung produksi <i>video</i> pendek pada jangka waktu yang kecil.
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Dorongan algoritma aplikasi media sosial yang tidak mendukung produksi <i>video</i> pada jangka waktu yang panjang.

Melihat dari tabel di atas, kekuatan yang dimiliki *PT Indorich Expo Utama* adalah para rekan kerja yang menciptakan lingkungan diskusi yang nyaman dan mendorong kooperasi antar kepala departemen yang tak hanya terbuka terhadap ide-ide dari tiap anggota, tetapi juga transparan mengenai permasalahan yang dimiliki tim media sosial. Menurut penulis, hal ini menjadi kelebihan karena keterbukaan tersebut mendorong tim untuk menukar ide-ide dalam lingkungan yang nyaman untuk mencari solusi terhadap berbagai kendala yang muncul dalam *planning* serta pelaksanaan produksi.

Di sisi lain, walaupun atasan (khususnya supervisor) sangat terbuka terhadap ide-ide, beliau cukup sibuk dalam berbagai perihal sehingga susah bagi penulis untuk meminta masukan langsung dari beliau.

Untuk kesempatan yang dapat ditanggapi oleh *PT Indorich Expo Utama*, penulis mempelajari bahwa adanya keberadaan akun-akun media sosial yang mirip menjadi sumber ide ataupun referensi bagi penulis. Terlihat dari bagaimana para

atasan dan para rekan kerja mendorong penulis untuk melihat *video-video* tersebut untuk memperoleh gambaran yang baik mengenai tipe *video* yang ingin dibuat. Kesempatan berikutnya ialah algoritma dari aplikasi media sosial seperti *Instagram* yang mendorong produksi konten promosi yang pendek dikarenakan algoritma tersebut mendorong interaksi dengan konten yang pendek dan keluar secara konsisten.

Mengenai ancaman, penulis juga menyebut algoritma media sosial *Instagram* yang sama; dikarenakan algoritma tersebut tidak mendukung kreasinya *video-video* panjang yang dibuat dalam jangka waktu yang lama. Sehingga penulis harus konsisten mengikuti jadwal produksi yang tertera supaya konten promosi yang dibuat tetap disirkulasikan kepada para konsumen/audiens yang ditujukan.