

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



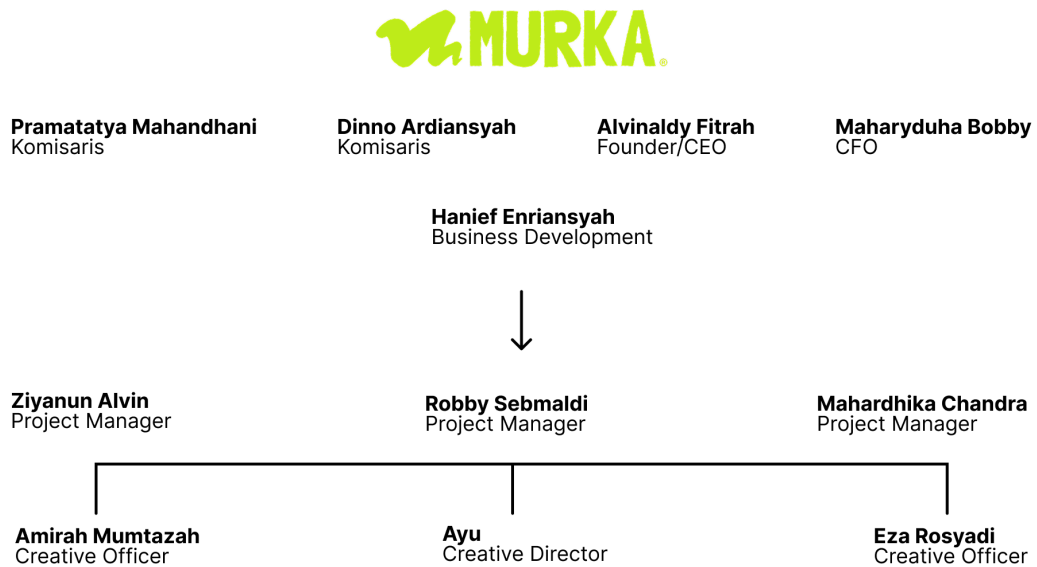
Gambar 2. 1 Logo Murka Group

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2026)

Murka Group didirikan oleh Alvinaldy Fitrah yang merupakan *Founder* dan CEO Murka Group pada tahun 2022, Menurut PT Muda Cari Kaya (n.d.) *At MURKA, we place people first — not profits. We prioritize our team, our clients, and the communities we serve by delivering work that matters, maintaining transparency, and treating every project like it's our own. Great work comes from great people, and great people deserve an environment where they can thrive*, dan nama "Murka" sendiri merupakan akronim dari "Muda Cari Kaya", mencerminkan ambisi anak muda untuk meraih kesuksesan finansial yang setara dengan karya mereka. Meski bergerak di ranah kreatif umum, Murka Group memiliki spesialisasi kuat dalam eksekusi *event* dan *brand activation*. Beberapa klien besar yang pernah ditangani antara lain Sampoerna, Djarum, BUMN, PSSI, QRO, Danantara, dan Kemenkraf.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2026)

Ketika Penulis mewawancarai Prammatya yang merupakan Komisaris dari Murka Group, Murka Group menerapkan struktur organisasi yang ramping dengan total 11 karyawan. Model organisasi sederhana ini membuat proses pengambilan keputusan berjalan cepat, komunikasi lebih transparan, dan sesi *brainstorming* ide menjadi lebih efisien. Penulis sendiri menempati posisi *Intern Project manager* yang berkoordinasi langsung dengan pendiri dan komisaris.

2.3 Analisis SWOT

Untuk memetakan posisi strategis, potensi pertumbuhan, serta mitigasi risiko operasional sebuah agensi kreatif seperti Murka Group, diperlukan sebuah alat analisis manajerial yang komprehensif. Berikut merupakan hasil analisis SWOT dari perusahaan Murka Group berdasarkan hasil analisis Penulis selama bekerja di perusahaan ini.

Kekuatan (*Strengths*) Murka Group memiliki keunggulan strategis berupa kepemimpinan tim yang solid, kreativitas yang unik, serta keberanian dalam memberdayakan tenaga muda yang dinamis. Selain itu, agensi ini memiliki komitmen tinggi untuk memperlakukan seluruh proyek secara setara tanpa memandang nilai profit yang dihasilkan.

Kelemahan (*Weaknesses*) Hambatan internal yang dihadapi perusahaan adalah ritme jam kerja yang kurang teratur sehingga berpotensi menurunkan efisiensi kerja karyawan. Kondisi ini diperberat oleh keterbatasan jumlah sumber daya manusia yang memaksa beberapa personel memegang peran ganda (*double jobdesk*).

Peluang (*Opportunities*) Peluang pertumbuhan agensi ini terbuka lebar berkat adanya jaringan yang luas dengan berbagai figur penting, seperti Staf Khusus Kementerian. Hubungan baik yang terjaga dengan berbagai merek di industri hiburan juga menjadi modal besar untuk memikat proyek-proyek baru.

Ancaman (*Threats*) Tantangan eksternal terbesar bagi perusahaan datang dari lanskap persaingan pasar yang sangat ketat. Murka Group dituntut untuk terus berinovasi menghadapi agensi-agensi pesaing berskala besar yang sudah lama berdiri dan memiliki reputasi mapan di industri kreatif.

