

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

Kopi Kenangan merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak di industri F&B dan berfokus pada produk kopi. *Brand* ini merupakan bagian dari Kenangan Brands berada di bawah naungan PT. Bumi Berkah Boga. Kopi Kenangan didirikan pada tahun 2017 oleh Edward Tirtanata, James Prananto, dan Cynthia Chaeruinssa dengan misi menyebarkan kecintaan terhadap kopi berkualitas tinggi dari Indonesia kepada seluruh dunia. Kopi Kenangan juga mempunyai visi untuk menjadi bisnis makanan dan minuman terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara dengan produk berkualitas yang mempunyai harga terjangkau, servis yang cepat dan ramah, kualitas yang terkontrol, dan perkembangan bisnis yang kreatif. Setelah beroperasi selama 6 tahun, perusahaan yang saat ini dipimpin oleh Edward Tirtanata selaku CEO perusahaan telah membuka lebih dari 900 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Kopi Kenangan mempunyai lebih dari 5000 karyawan yang berpegang pada tiga akar dalam budaya kerja, yaitu melayani dengan hati, mempunyai mentalitas hari pertama, dan kolaborasi (Dokumen Perusahaan, 2023).



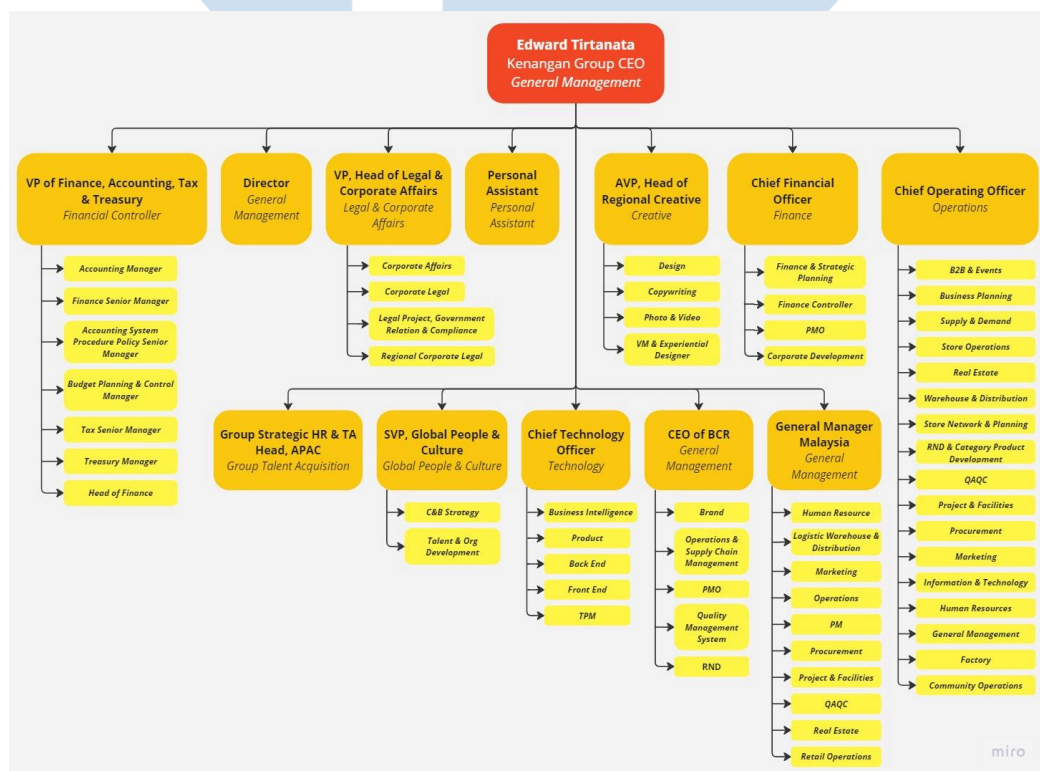
Gambar 2.1 Logo Kopi Kenangan  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Kantor utama Kopi Kenangan berlokasi di Menara Sentraya lantai 15, Jl. Iskandarsyah Raya no. 1A Melawai, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Kopi Kenangan juga mempunyai dua buah cabang kantor yang berukuran lebih kecil. Salah satunya adalah Kenangan Academy yang beralamat di Jl. Pakubuwono VI No.105, RW.2, Gunung, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, dan kantor ini menjadi lokasi pelatihan barista dan tempat kerja bagi sejumlah divisi seperti HR.

Pada penghujung tahun 2021, Kopi Kenangan sukses menjadi perusahaan *New Retail F&B Unicorn* pertama di Asia Tenggara. Kopi Kenangan telah melakukan ekspansi ke negara ASEAN lainnya, seperti ke Singapura dan Malaysia. Kopi Kenangan awalnya dikenal sebagai *brand* yang menjual minuman kopi dan non-kopi saja, tetapi sekarang Kopi Kenangan juga menyajikan makanan seperti roti, *cookies*, es krim, dan berbagai *pastry* di sejumlah gerainya. Perusahaan yang membuka gerai pertamanya di Menara Standard Chartered, Kuningan, Jakarta ini berhasil menarik perhatian konsumen dengan nama *brand* yang unik, mudah diingat, dan penamaan produk yang mengandung pesan.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

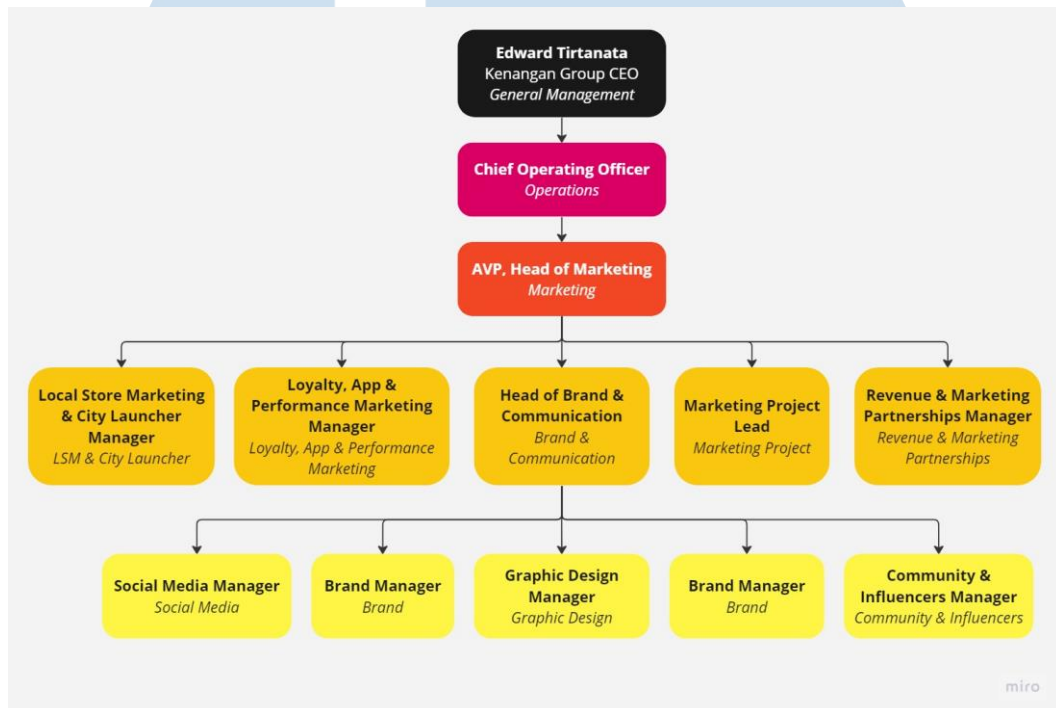
Kopi Kenangan merupakan perusahaan dengan skala besar. Maka, dibutuhkan sebuah struktur agar proses kerja dapat berlangsung dengan lancar dan maksimal. Berikut adalah bagan organisasi di Kopi Kenangan.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Kopi Kenangan

Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Kopi Kenangan dikepalai oleh Edward Tirtanata sebagai CEO perusahaan dan terdapat sejumlah divisi yang berada di bawah naungannya secara langsung. Setiap divisi mempunyai pemimpinnya masing-masing dan satu divisi pun dapat terpecah menjadi berbagai tim lainnya. Sebagai contoh, berikut adalah struktur organisasi untuk divisi *marketing* di Kopi Kenangan.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Kopi Kenangan Divisi Marketing  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

### 2.3 Portfolio Perusahaan

Sejak berdirinya 6 tahun lalu, Kopi Kenangan terus melakukan inovasi dan telah mempunyai variasi produk yang sangat luas, mulai dari minuman berbahan dasar kopi, non-kopi, hingga produk lainnya seperti roti, es krim, bahkan makanan berat seperti nasi dan pasta. Minuman di Kopi Kenangan terdiri dari 3 buah ukuran, yaitu *regular*, *large*, dan *jumbo*. Setiap serial produk Kopi Kenangan tersebut mempunyai identitas visualnya masing-masing dan desain promosi yang berbeda-beda pula. Berikut adalah produk-produk yang disajikan di gerai Kopi Kenangan per bulan November 2023.



Gambar 2.4 Produk Kopi Kenangan Kategori *Coffee*  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Di dalam menu Kopi Kenangan terdapat 17 buah minuman yang tergolong dalam kategori kopi. Menu-menu ini umumnya ditampilkan dalam desain untuk promosi atau *partnership* dengan perusahaan lain seperti OVO, Bank, acara konser, dan lainnya. Sejumlah jenis minuman yang berbahan dasar espresso ini mempunyai ukuran 1 liter dan menjadi rekomendasi oleh barista.



Gambar 2.5 Produk Kopi Kenangan Kategori *Chocolate & Sweets*  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Selain kopi, Kopi Kenangan juga menyajikan minuman yang berbahan dasar coklat atau bahan-bahan yang bersifat manis seperti susu, alpukat, dan Oreo. Kategori minuman ini sangat cocok untuk konsumen yang tidak terbiasa mengonsumsi kopi. Dengan adanya produk non-kopi, Kopi Kenangan dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan memenuhi kebutuhan mereka.



Gambar 2.6 Produk Kopi Kenangan Kategori *Milk Tea*  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Tidak hanya susu dan coklat, Kopi Kenangan menjual minuman berbahan dasar teh susu pula. Mereka juga menyajikan beberapa minuman di kategori ini bersama dengan *topping* tambahan berupa boba dan cocok bagi konsumen yang menginginkan pengalaman lebih ketika mengonsumsi minuman segar.



Gambar 2.7 Produk Kopi Kenangan Kategori *Tea Blend*  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Perusahaan yang berdiri pada tahun 2017 ini juga mempunyai kategori minuman berbahan dasar teh yang segar. Ketiga minuman ini turut menjadi solusi bagi konsumen yang lebih menyukai teh atau membutuhkan minuman yang ringan dan menyegarkan.



Gambar 2.8 Produk Kopi Kenangan Kategori *Freezy*  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Salah satu menu unik yang Kopi Kenangan miliki adalah serial Freezy. Freezy merupakan hasil gabungan antara sejumlah minuman favorit di Kopi Kenangan dengan es yang lalu diblender sehingga menghasilkan minuman yang dingin dan menyegarkan. Serial produk ini diluncurkan pada awal tahun 2023 dan ditujukan untuk memenuhi keinginan konsumen yang menyukai minuman dingin.



Gambar 2.9 Produk Kopi Kenangan Kategori *Kenangan Ice Soft Serve (K.I.S.S)*  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Produk unik lain dari Kopi Kenangan adalah es krim yang dinamakan Kenangan Ice Soft Serve (K.I.S.S). Saat ini, varian K.I.S.S yang dijual adalah rasa *vanilla* dan *matcha*. Kedua varian ini juga dijual bersama dengan *topping* tambahan seperti afogato, saus coklat, dan espresso. Jenis produk ini hanya dijual di gerai-gerai tertentu tergantung dengan besarnya dan tingkatan setiap toko.



Gambar 2.10 Serial Produk Kopi Kenangan *Matcha Series*  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Lalu, Kopi Kenangan juga mempunyai Matcha Series yang diluncurkan di minggu pertama bulan September. Ketiga minuman matcha ini dirilis bersamaan dengan produk matcha soft serve. Kopi Kenangan juga melakukan kolaborasi dengan *brand* susu gandum Outside dan menjadi opsi bagi konsumen yang lebih menyukai jenis susu tersebut.



Gambar 2.11 Serial Produk Kopi Kenangan *Float Series*  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Selain Matcha, di pertengahan kedua tahun 2023 Kopi Kenangan juga meluncurkan Float Series. Serial minuman ini merupakan gabungan dari beberapa minuman favorit konsumen di Kopi Kenangan dengan Kenangan Ice Soft Serve.



Gambar 2.12 Produk Kopi Kenangan Ukuran 1 Liter  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Produk minuman yang menjadi favorit konsumen Kopi Kenangan juga dikemas dalam ukuran yang lebih besar, yaitu 1 liter. Kopi Kenangan menjual minuman seliter yang cocok untuk dinikmati secara perlahan atau bersama dengan teman maupun keluarga.



Gambar 2.13 Produk Makanan Kopi Kenangan  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Kopi Kenangan juga menyajikan berbagai macam makanan yang dapat dibeli konsumen di gerainya maupun di bawa pulang. Makanan yang disediakan berupa roti (*pastry*) yang manis dan asin, hingga makanan yang lebih berat seperti nasi goreng dan spaghetti. Tidak hanya itu, Kopi Kenangan juga menyajikan makanan dalam kemasan yang dapat dikonsumsi maupun di bawa pergi dengan praktis oleh konsumen.



Gambar 2.14 Produk Makanan Kopi Kenangan dalam Kemasan  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

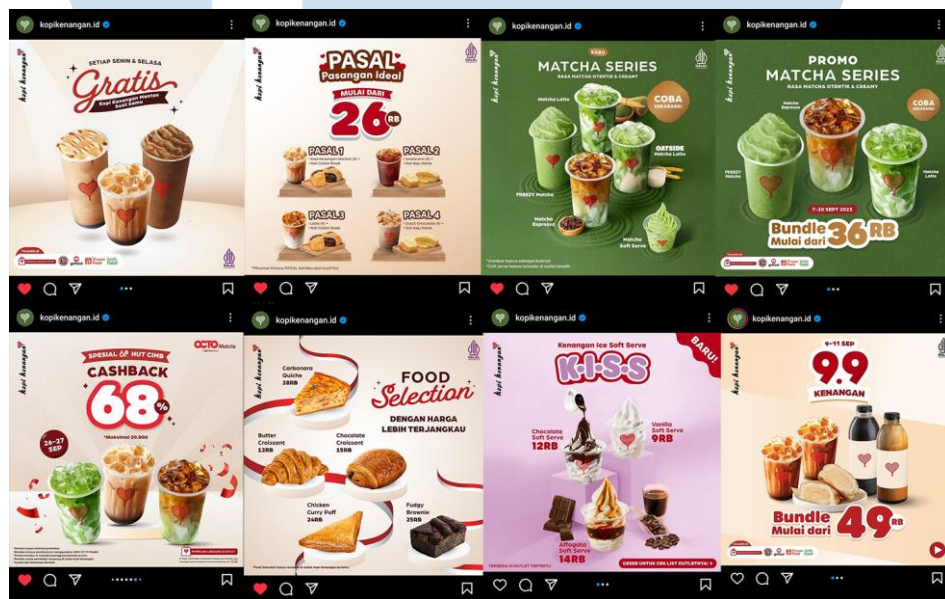
Makanan ringan tersebut meliputi roti dan *cookies* yang diletakkan di etalase. Kedua jenis makanan ini juga hadir dalam berbagai varian rasa sehingga konsumen mempunyai banyak pilihan ketika ingin membelinya. Konsumen Kopi Kenangan dapat memesan makanan maupun minuman Kopi Kenangan secara langsung di gerai, melalui aplikasi resmi Kopi Kenangan, hingga pihak aplikasi ketiga seperti Grab, Gojek, dan Shopee.





Gambar 2.15 Serial Produk Kopi Kenangan *Choco Series*  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Pada awal bulan November 2023, Kopi Kenangan merilis serial minuman yang baru, yaitu Choco Series. Produk ini menandakan tibanya akhir tahun dan menjadi nuansa utama untuk desain Kopi Kenangan di bulan November dan Desember. Produk Choco Series mengajak konsumen untuk bermimpi.



Gambar 2.16 Tampilan Visual Unggahan di Instagram Kopi Kenangan  
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Dalam perancangan media promosinya, Kopi Kenangan membuat dan mengaplikasikan *brand guideline* pada setiap medianya. Warna, *typeface*, peletakan logo, gaya visual, hingga jenis foto yang digunakan sangat perlu diperhatikan dalam proses mendesain. Berikut adalah sejumlah contoh aplikasi penggunaan foto produk Kopi Kenangan di media promosi.

Dapat dilihat bahwa Kopi Kenangan mengandalkan produk mereka sebagai aset visual utama. Terdapat keselarasan antar konten karena palet warna yang digunakan sama, yaitu warna hitam, coklat, coklat muda, merah, dan putih. Penggunaan *typeface* utama dan *font* diaplikasikan secara konsisten baik untuk *headline*, *sub-headline*, dan komponen teks lainnya seperti nama produk, harga, hingga syarat & ketentuan. Penempatan logo dan teks di dalam desain juga cukup seragam tetapi tidak terbatas pada satu posisi saja. Untuk caption di setiap unggahan konten Kopi Kenangan, mereka menggunakan *tone of voice* yang kasual, santai, dan ramah sehingga membentuk rasa kedekatan dengan konsumen.



Gambar 2.17 Ucapan dari Nasdaq untuk Kopi Kenangan  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2023

Di awal minggu pertama bulan Januari 2022, Kopi Kenangan mengumumkan bahwa mereka telah meraih salah satu pencapaian yang besar, yaitu menjadi perusahaan retail FNB *Unicorn* pertama di Asia Tenggara. Status *unicorn* merupakan titel yang diberikan kepada sebuah perusahaan yang berhasil mempunyai nilai valuasi US\$ 1 miliar. Pencapaian ini diakui oleh Nasdaq (National Association of Securities Dealers Automated Quotations), perusahaan bursa efek yang berpusat di New York, Amerika Serikat. Nasdaq memberikan ucapan selamat kepada Kopi Kenangan dengan memasang *billboard* di New York Times Square yang menampilkan logo Kopi Kenangan. Hal ini berarti Kopi Kenangan berhasil melangkah maju mendekati visinya, yaitu untuk menjadi bisnis makanan dan minuman terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara.