

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Kopcus Digital, merupakan perusahaan dibawah naungan Kopi Chuseyo sebuah bisnis *F&B*, dengan fokus penjualan kopi dan donat yang mengusung tema budaya Korea dan K-Pop. Kemudian berdirilah Kopcus Digital, sebuah perusahaan *Digital Creative Agency* yang fokus utamanya menyediakan solusi pemasaran digital untuk membantu meningkatkan *engagement*, *eksposure*, maupun *awareness* yang bisa berdampak kepada penguatan *branding* serta pemasaran kliennya.

2.1.1 Profil Perusahaan

Kopi Chuseyo merupakan salah satu perusahaan kopi lokal Indonesia, yang berfokus pada penjualan produk kopi dengan konsep budaya K-Pop. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada tahun 2019 dan memiliki visi sebagai “*The Only K-Pop Hub in The Nation*”. Adapula misi dari perusahaan, yaitu sebagai penghubung atau perangkul komunitas-komunitas K-Pop yang ada di Indonesia. Kopi Chuseyo cukup berhasil dalam menarik perhatian pasarnya, sehingga pernah memiliki lebih dari 100 cabang di Indonesia.



Gambar 2.1 Logo Kopi Chuseyo

Sumber: Dokumentasi Perusahaan Kopi Chuseyo (2025)

Kantor Kopi Chuseyo awalnya berpusat di lokasi Scientia Square Park, Gading Serpong. Namun kini, Kopi Chuseyo telah berpindah lokasi ke Ruko Villa Melati MAS, Jl. Bougenville Raya, No.32 Blok B10, Serpong

Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten. Dikarenakan kantor pusat tidak lagi menginginkan kantor yang menyatu dengan cabang outlet kopinya. Kopi Chuseyo meraih banyak perhatian dikarenakan telah menjadi salah satu pelopor yang menciptakan produk kopi yang inovatif dan kreatif. Melalui melakukan berbagai kegiatan *event* dan strategi pemasaran yang dapat membangun citra merek yang kuat dan unik, hal tersebut mampu menarik perhatian banyak pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan pendapatan penghargaan di sebuah acara Pameran Info *Franchise & Business Concept* (IFBC) *Expo National Roadshow* pada tahun 2022, ‘*Most Attractive Both*’. , Penghargaan ini ditujukan untuk mengapresiasi upaya kreatif dan *branding* dari Kopi Chuseyo.

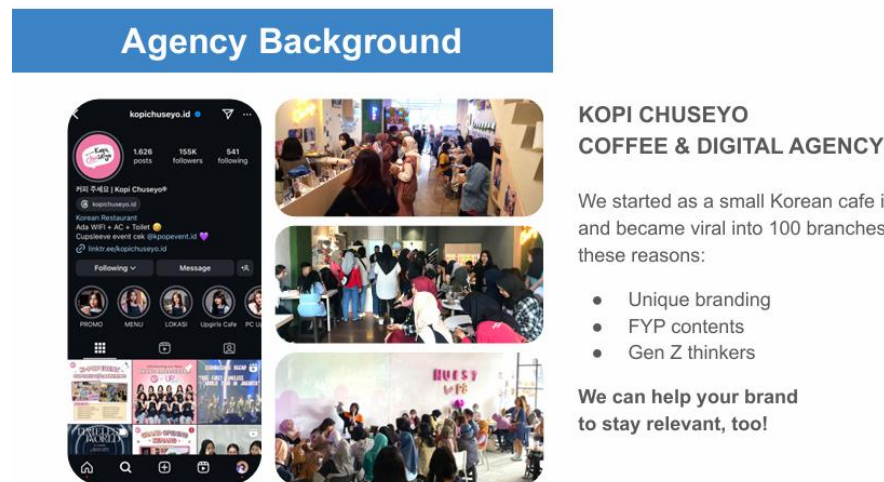


Gambar 2.2 Instagram Kopcus Digital
Sumber: <https://www.instagram.com/kopcus.digital>

Oleh karena itu, Daniel Hermansyah, selaku *founder* dari Kopi Chuseyo akhirnya membangun sebuah *digital agency* yang diberi nama Kopcus Digital. Dengan adanya agensi digital ini diharapkan dapat membantu kliennya dalam mengelola strategi pemasaran digital, sesuai dengan *branding* perusahaan yang dimiliki. Dimana agensi digital mengandalkan citra perusahaan yang unik, konten yang dapat menarik atensi audiens, dan ide kreatif dari pemikiran para Gen Z. Oleh karena itu, perusahaan Kopcus Digital menjadi perusahaan terpilih untuk bisa mempelajari lebih lanjut bagaimana cara kerja digital marketing di industri kreatif, serta bagaimana cara membangun *branding* yang benar dan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Kopcus Digital berdiri dibawah naungan PT. Kopi Opa Korea, perusahaan yang menyatu dengan bisnis kafanya, Kopi Chuseyo. Kopi Chuseyo didirikan dengan konsep ala Korea dan teruntuk pelanggannya yang gemar dengan K-Pop. Hal ini didasari oleh Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki penggemar K-Pop terbesar di dunia. Adapula arti dari pemilihan kata `Chuseyo` yang diambil dari kata Bahasa Korea `Juseyo`, ketika diartikan ke dalam bahasa Indonesia adalah `tolong berikan saya` ketika memesan makanan atau minuman.



Gambar 2.3 Latar Belakang Perusahaan Kopi Chuseyo
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

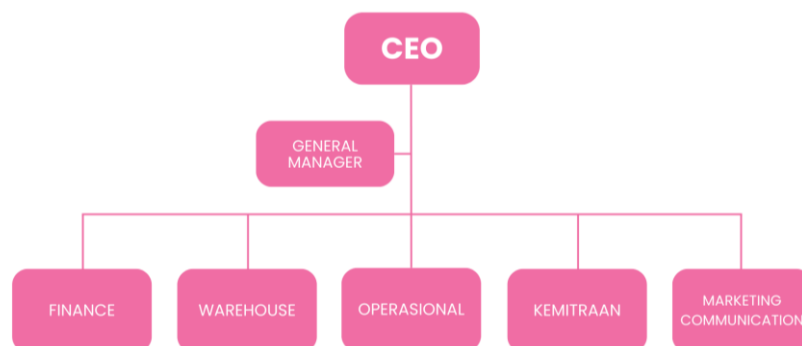
Awal mula perusahaan berdiri berada di Gading Serpong, tepatnya di Scientia Square Park GV-03A, Jl. Scientia Boulevard, Kelapa Dua, Tangerang, Banten. Pada saat itu, perusahaan berhasil membuka 15 cabang di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Cirebon, Semarang, Yogyakarta, Magelang, Surabaya, Banjarmasin, dan Samarinda. Bertepatan dengan terjadinya pandemi Covid-19, sempat membuat pembukaan cabang baru sedikit tertunda. Akan tetapi hal tersebut tidak membuat perusahaan berhenti berkembang, sehingga mampu membuka lebih dari 100 cabang di Indonesia. Kopi Chuseyo menyadari bahwa berkembangnya bisnis kopi

hingga sejauh itu dikarenakan adanya *branding* yang unik, adanya konten yang *for you page friendly*, dan adanya bantuan pemikiran ide kreatif dari pemuda Gen Z.

Sehingga, melalui ketiga hal tersebut yang menjadi dasar agensi kreatif Kopcus Digital dalam menangani permasalahan dari klien. Kopcus Digital bertugas untuk membuat brand-brand lain bisa tetap relevan dengan tujuan perusahaan melalui branding yang kreatif dan unik. Dibantu dengan konten-konten sesuai dengan *trend* masa kini, dan ide kreatif selalu baru dan berbeda sehingga terkesan *fresh*. Oleh karena itu, Kopcus Digital memiliki *scope of work* yang diantaranya *digital marketing strategy*, *branding*, *influencer marketing*, hingga kegiatan *event activation*.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

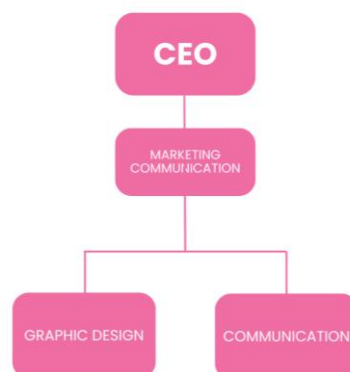
PT. Kopi Opa Korea mampu berdiri selama kurang lebih 5 tahun dan masih ada hingga saat ini tentunya didukung oleh berbagai divisi dan dengan struktur organisasi perusahaan yang memiliki fungsinya masing-masing. Sementara itu, struktur organisasi perusahaan adalah sebuah bagan berupa kerangka kerja yang mengatur operasi dan pengelolaan perusahaan. Struktur terdiri dari berbagai divisi dan departemen yang memiliki peran, tugas, tanggung jawab, dan hubungan antar divisi (IDN Times, 2024). Berikut dibawah ini merupakan struktur organisasi dari perusahaan:



Gambar 2.4 Bagan Struktur Organisasi Kopi Chuseyo
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Kopi Chuseyo (2025)

Dalam struktur organisasi terdapat sejumlah departemen dan divisi yang memainkan peran penting dan mampu bekerja sama untuk membantu satu sama lain. Departemen paling atas dimulai dari Chief Executive Officer (CEO) Kopi Chuseyo, yang dipimpin secara langsung oleh Daniel Hermansyah selaku *founder*. Selanjutnya, beliau dibantu oleh Katrin Helena selaku *General Manager* perusahaan yang bertindak sebagai tangan kanan CEO dan membantu mengelola setiap divisi. Dibawah kedua petinggi utama tersebut mulailah terbentuk divisi-divisi yang dapat membantu pertumbuhan perusahaan.

Dimulai dari divisi *finance* yang dipimpin oleh Gabriella Paulina yang bertugas untuk menangani masalah keuangan perusahaan. Kemudian ada divisi *warehouse* atau gudang, yang dikelola oleh Yoshua, yang menangani masalah pengecekan stok bahan baku hingga keperluan kantor pusat. Selanjutnya, divisi operasional dibawah kepemimpinan Felix Margias, yang berfungsi dalam pengawasan cabang-cabang Kopi Chuseyo, serta memberi pelatihan kepada calon barista baru. Adapula divisi kemitraan yang dipimpin oleh Hesti Aulia dan Kathrina, yang bertugas mengurus kerjasama atau *franchise* Kopi Chuseyo, dan yang terakhir adalah divisi *marketing communication* yang dipimpin oleh Reza Rizky Rosandi, yang bertugas menangani proses promosi serta pemberian informasi kepada konsumen tentang peluang bisnis Kopi Chuseyo.



Gambar 2.5 Bagan *Marketing Communication*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Kopi Chuseyo (2025)

Setiap promosi kreatif baik untuk Kopcus Digital dan Kopi Chuseyo akan dilakukan oleh departemen marketing komunikasi. Kopcus Digital diawasi dan diarahkan secara langsung oleh CEO atau *Chief Executive Officer*, terhadap divisi desain grafis dan divisi komunikasi. Dalam divisi desain grafis, tim Desain Komunikasi Visual yang bertanggung jawab dalam pembuatan dan pengelolaan aset desain perusahaan dan untuk klien yang bekerja sama dengan perusahaan. Kemudian divisi komunikasi yang dipegang oleh tim Ilmu Komunikasi, yang bertanggung jawab dalam perencanaan dan pengelolaan aktivitas pemasaran, baik secara digital dan konvensional.

2.3 Portofolio Perusahaan

Menjadi *head brand consultant* pada *creative agency* sebelumnya, Daniel Hermansyah telah membuktikan kemampuannya dalam membantu para kliennya. Mulai dari *brand-brand* besar hingga multinasional dalam kegiatan *branding* dan pemasaran. Melalui pengalamannya yang beragam dalam dunia digital marketing, Daniel memutuskan untuk membuka agensi digitalnya sendiri, yaitu Kopcus Digital, dan memiliki berbagai macam portofolio sebagai bukti dari pengalamannya. Brand klien yang pertama dari perusahaan, yaitu King Koil.

Diverse portfolio : **Luxury Brands**



Gambar 2.6 Portofolio Perusahaan King Koil
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Kopi Chuseyo (2025)

King Koil adalah salah satu *luxury brand* yang sudah berdiri tahun 1898. Sebuah brand yang menyediakan perlengkapan tidur mulai dari kasur hingga *springbed* dengan kualitas tinggi. King Koil mendapatkan berbagai macam penghargaan, salah satunya penghargaan *Top Brand Award 2021*, kategori *Premium Bedding*. King Koil ingin menyampaikan pesan dan kesan yang mewah namun tetap minimalis, untuk menjaga standar global perusahaan yaitu mampu menciptakan pengalaman tidur yang ergonomis dengan kualitas yang tinggi (King Koil, 2025). Oleh karena itu, terciptalah iklan dengan dominasi latar hitam, kemudian ada seorang model wanita dan 4 kata menjadi satu kalimat unik yang dapat menarik perhatian masyarakat.

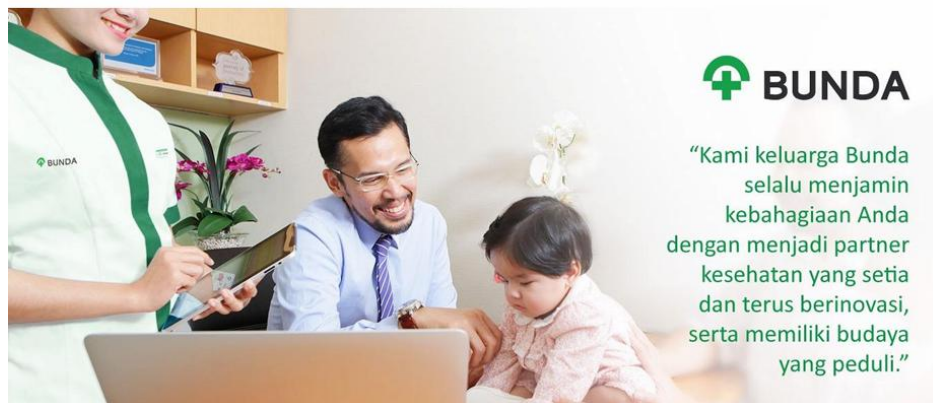
Diverse portfolio : **Property Giant**



Gambar 2.7 Portfolio Perusahaan Summarecon Serpong
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Kopi Chuseyo (2025)

Brand selanjutnya dalam portfolio perusahaan ialah Summarecon Serpong. Summarecon Serpong adalah salah satu pengembang kawasan properti terkemuka di Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2004. Summarecon Serpong menawarkan arsitektur rumah yang modern dan berkualitas di seluruh detailnya, sehingga menjadi kawasan properti dengan hunian yang eksklusif (Summarecon, 2016). Perusahaan melaksanakan kebutuhan Summarecon Serpong yaitu pembuatan iklan terkait propertinya yaitu supergrafis poster.

Diverse portfolio : A Legendary **Healthcare Brand**



Gambar 2.8 Portfolio Perusahaan Rumah Sakit Bunda
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Kopi Chuseyo (2025)

Selanjutnya, brand yang termasuk dalam portfolio adalah Rumah Sakit Bunda, atau RS Bunda Group. Rumah Sakit Bunda, sebuah *health care brand* yang menyediakan layanan kesehatan bagi masyarakat Indonesia sejak tahun 1961 (Bunda, 2025). Awalnya Rumah Sakit Bunda adalah sebuah rumah sakit swasta khusus untuk ibu bersalin. Akan tetapi tidak hanya untuk bersalin, mereka sudah membuka rumah sakit menjadi untuk umum. Karena hal tersebut, perusahaan melaksanakan *rebranding* yang awal mulanya Rumah Sakit Bunda sebagai rumah sakit bersalin menjadi RS Bunda Group, rumah sakit untuk umum.

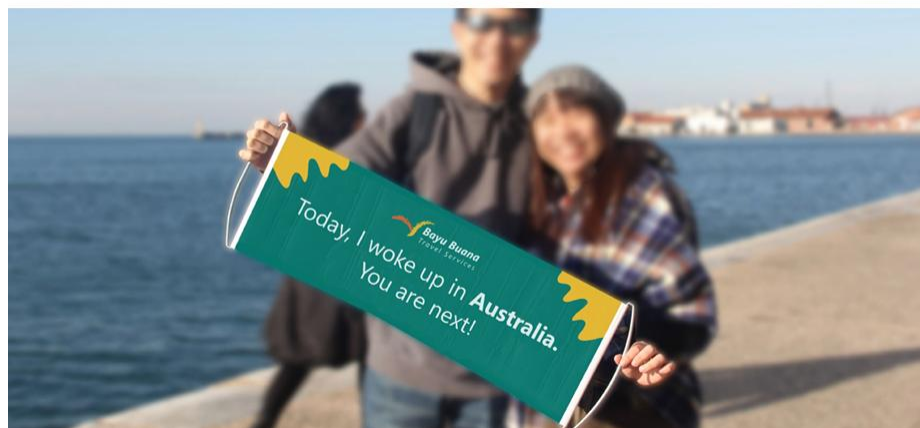
Diverse portfolio : Nation's Biggest **IT Company**



Gambar 2.9 Portfolio Perusahaan Lintasarta
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Kopi Chuseyo (2025)

Portfolio selanjutnya adalah perusahaan Indonesia yang bergerak dalam menyediakan solusi *end-to-end* di dunia IT, yaitu Lintasarta. Lintasarta merupakan anak dari perusahaan PT Indosat Tbk, perusahaan dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) yang sudah berdiri sejak tahun 1988. Perusahaan Lintasarta mendukung transformasi digital melalui layanan yang terintegrasi (Lintasarta, 2025). Lintasarta mempercayakan perusahaan terhadap pembuatan *website* hingga supergrafis poster yang akan selalu digunakan oleh Lintasarta.

Diverse portfolio : Big 3 **Travel Company**



Gambar 2.10 Portfolio Perusahaan Bayu Buana
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Kopi Chuseyo (2025)

Selanjutnya, brand klien yang pernah mempercayai jasa perusahaan dalam merancang strategi marketing digital adalah Bayu Buana. Bayu Buana adalah sebuah *brand travel company* yang memiliki kapabilitas dalam menyediakan tarif penerbangan yang optimal dan kompetitif bagi para pelanggan. Bayu Buana cukup besar dan dikenal oleh masyarakat. Selama 25 tahun terakhir, Bayu Buana konsisten memperoleh pengakuan sebagai agen travel terkemuka, mulai dari berbagai macam maskapai penerbangan domestik maupun internasional (Bayu Buana, 2025). Pada saat itu, Bayu Buana membutuhkan beberapa perubahan baru terkait *branding* dan promosi secara digital, sehingga mempercayakan perusahaan dalam melakukan proyek salah satu contohnya pada gambar adalah supergrafis yang selalu digunakan oleh Bayu Buana.

Diverse portfolio : **Skincare**



Gambar 2.11 Portfolio Perusahaan Eterniskin
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Kopi Chuseyo (2025)

Portfolio yang terakhir adalah *brand skincare* dari Eterniskin. Eterniskin mempercayakan jasa *branding* kepada perusahaan, mulai dari pembangunan citra merek hingga desain kemasan. Hasil dari perancangan oleh perusahaan dapat dilihat pada gambar diatas. Eterniskin, sebuah klinik kecantikan yang banyak dipercaya oleh masyarakat dan telah pengalaman lebih dari 21 tahun. Selain menyediakan berbagai macam solusi klinis terhadap permasalahan kulit, perusahaan ini juga menyediakan *skincare* yang bisa dibeli tanpa harus datang ke klinik (Eterniskin, 2024). Dengan beragamnya merek sebagai portfolio perusahaan, diharapkan dapat mempelajari bagaimana melaksanakan *branding* hingga pemasaran digital yang sesuai dengan target pasar *brand*, namun masih ada keselarasan dengan tujuan perusahaan yang beraneka ragam.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA