

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Penulis menjalani kegiatan magang di PT Titik Temu Indonesia, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kopi dan kafe. Selama masa magang, penulis tergabung dalam tim marketing yang memiliki peran penting dalam merancang dan memproduksi berbagai media promosi. Tugas yang diemban mencakup pembuatan desain visual untuk kebutuhan promosi, baik digital maupun cetak, serta turut berkontribusi dalam menyusun strategi komunikasi yang mendukung citra dan pemasaran brand Titik Temu kepada khalayak luas.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Titik Temu Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak di industri kopi dengan tujuan utama menciptakan ruang yang tidak hanya sekadar tempat menikmati kopi, tetapi juga menjadi .TEMU bagi berbagai komunitas. Dengan mengusung konsep yang menggabungkan nilai budaya lokal ke dalam desain dan atmosfer kedai kopi *modern*, .TEMU berusaha menghadirkan pengalaman minum kopi yang unik dan bermakna bagi pelanggan. Saat ini .TEMU memiliki total 11 cabang yang tersebar di Jakarta, Bali dan Medan.



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan TEMU

Perusahaan ini memiliki visi untuk menjadi tempat pertemuan yang menghubungkan berbagai individu dengan latar belakang yang beragam melalui kecintaan mereka terhadap kopi. Misi utama yang dijalankan adalah menyediakan kopi berkualitas tinggi yang diperoleh dari sumber biji kopi terbaik, baik dari dalam maupun luar negeri. Selain itu, .TEMU juga berkomitmen membangun hubungan yang erat dengan para petani kopi lokal

serta jaringan internasional guna mendukung perkembangan industri kopi yang semakin dinamis dan kompetitif.

Dalam operasionalnya, .TEMU memiliki beberapa bidang usaha utama. Mereka mengelola kedai kopi yang telah hadir di berbagai kota besar di Indonesia, termasuk Bali, Jakarta, dan Medan. Selain itu, mereka juga mengoperasikan *roastery* yang berfokus pada pemanggangan biji kopi dengan standar tinggi untuk memastikan cita rasa terbaik. Tidak hanya berorientasi pada bisnis ritel, Titik Temu juga memiliki program kemitraan grosir yang menawarkan peluang bagi bisnis lain untuk bermitra dalam distribusi kopi berkualitas tinggi, sehingga semakin banyak orang dapat menikmati produk mereka.

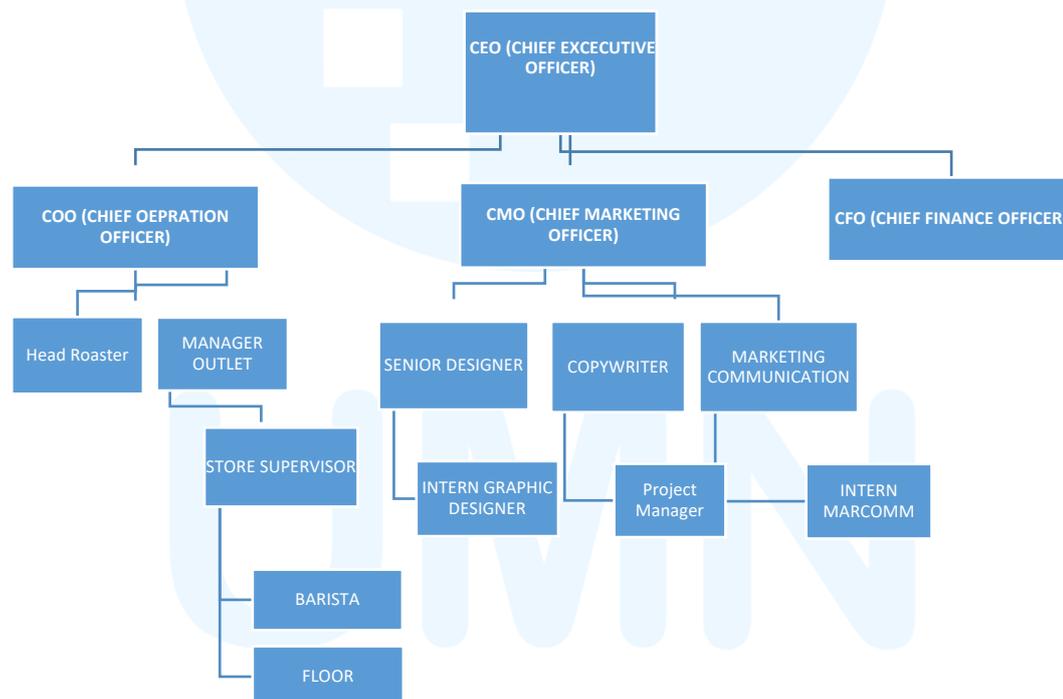
2.1.2 Sejarah Perusahaan

Titik Temu Coffee didirikan pada tahun 2016 di Seminyak, Bali, oleh Joseph Erwin dan 14 rekannya. Ide mendirikan kedai kopi ini muncul pada tahun 2014 ketika mereka melihat peluang bisnis kopi di Bali, yang merupakan destinasi wisata utama di Indonesia. Dengan konsep yang mengutamakan kualitas kopi arabika, atmosfer yang nyaman, serta lokasi yang strategis, .TEMU berkembang pesat dan menjadi salah satu kedai kopi populer di Indonesia (Suara.com, 2022). Saat pandemi, bisnis ini menghadapi tantangan karena pergeseran tren ke pemesanan *online*, yang bertolak belakang dengan konsep mereka sebagai tempat berkumpul. Namun, mereka berhasil beradaptasi dengan membuka cabang baru di Cipete yang memiliki konsep *outdoor*, menyesuaikan diri dengan preferensi pelanggan pasca pandemi (Suara.com, 2022).

Titik Temu juga mendapatkan pengakuan internasional ketika menjadi penyedia kopi dan camilan bagi delegasi dalam acara *Digital Innovation Network (DIN)*, bagian dari Presidensi G20 yang berlangsung di Bali pada tahun 2022. Partisipasi ini memberikan kesempatan bagi .TEMU untuk memperkenalkan kopi Indonesia ke audiens global serta mendukung pemberdayaan UMKM melalui platform digital (Amadea, 2022).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi yang dirancang untuk memastikan kelancaran operasional dan efektivitas dalam menjalankan bisnisnya. Struktur ini berfungsi untuk membagi tugas dan tanggung jawab di antara berbagai bagian dalam perusahaan, serta mengatur hubungan kerja antar divisi agar semua proses dapat berjalan dengan baik. PT Titik Temu Indonesia, sebagai perusahaan yang bergerak di industri kopi, juga memiliki struktur organisasi yang mendukung operasional kedai kopi dan *roastery* mereka. Dalam bab ini, akan dijelaskan bagan struktur organisasi di .TEMU termasuk peran serta fungsi dari setiap divisi dalam mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis perusahaan. Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan .TEMU:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan .TEMU

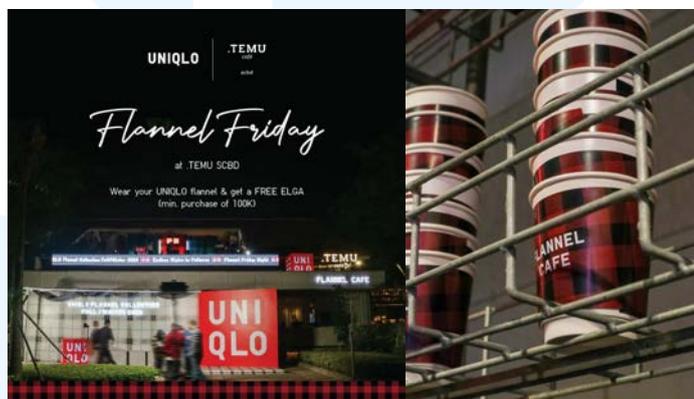
Di .TEMU, struktur organisasi terbagi ke dalam tiga divisi utama, yaitu divisi Operasional, Marketing, dan Finance. Penulis menempati posisi sebagai Graphic Designer yang berada di bawah naungan divisi Marketing, yang dipimpin oleh CMO (Chief Marketing Officer).

2.3 Portofolio Perusahaan

.TEMU merupakan perusahaan di bidang food and beverage yang aktif melakukan promosi dan komunikasi visual melalui berbagai platform digital, seperti Instagram, TikTok, dan Threads. Namun, Instagram menjadi kanal utama dalam menyampaikan informasi, membangun brand image, serta menjangkau target audiens secara visual.

2.3.1 .TEMU x Uniqlo Flannel Café

Portofolio perusahaan yang dipilih yang berkaitan dengan desain adalah ketika .TEMU “Flannel Café” yang merupakan kolaborasi dengan brand Uniqlo acara “Flannel Café” memiliki elemen “kampanye” berupa Instagram post, Instagram story, tent card, selipan menu, Cup Sleeve, dan Event.



Gambar 2. 3 Dokumentasi Flannel Café
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

2.3.2 .TEMU x Arummi

Portofolio perusahaan yang dipilih yang berkaitan dengan desain adalah ketika .TEMU berkolaborasi dengan brand cashew milk Arummi yang terdiri dari menu kolaborasi serta adanya *event* perayaan kemenangan Mikael Jasini yang merupakan *Brand Ambassador* dari brand Arummi memenangkan kejuaraan Kopi Internasional yaitu *World Barista Champion 2024*.



Gambar 2. 4 Dokumentasi .TEMU xArummi
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Kolaborasi menu masih berjalan hingga saat ini. *Output* yang dihasilkan dari kolaborasi ini berupa *event, x banner, tent card, menu, design Instagram feeds, Instagram story.*



Gambar 2. 5 Dokumentasi .TEMU x Arummi
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

2.3.3 .TEMU x Instax

Portofolio perusahaan yang dipilih yang berkaitan dengan desain adalah ketika .TEMU berkolaborasi dengan brand instax yang terdiri dari menu kolaborasi serta adanya event launching kamera instax wide evo. Kolaborasi menu masih berjalan hingga saat ini. *Output* yang dihasilkan dari

kolaborasi ini berupa event, tent card, menu, design Instagram feeds untuk kompetisi foto, dan event, Instagram story.



Gambar 2. 6 Feeds instagram .TEMU x Instax
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA