

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Kopi Opa Korea

PT Kopi Opa Korea berdiri pada tahun 2019. Tujuan didirikannya Kopi Chuseyo adalah sebagai wadah untuk anak K-Pop agar bisa berkumpul bersama di kafe karena di jaman tersebut arus K-Pop sedang berkembang, banyak peminat K-Pop yang membutuhkan tempat untuk bersosialisasi bersama sesama penggemar. Pendiri dari PT Kopi Opa Korea adalah Daniel Hermansyah, S.E. yang merupakan alumni mahasiswa S1 Akuntansi di Universitas Multimedia Nusantara.

Daniel Hermansyah memiliki keberanian untuk mengembangkan bisnisnya menjadi semakin mencuat, ia mengembangkan perusahaannya menjadi sebuah branding agency. PT Kopi Opa Korea sebelumnya dikenal sebagai perusahaan yang bergerak di industri F&B, yaitu melalui brand kopi bernama Kopi Chuseyo. Namun, seiring dengan perkembangan bisnis dan kebutuhan pasar, perusahaan telah melakukan proses *re-branding* dan kini telah bertransformasi menjadi sebuah *branding agency* yang berfokus pada layanan strategis di bidang komunikasi dan pemasaran. Sebagai *branding agency*, PT Kopi Opa Korea kini tidak hanya menjalankan aktivitas operasional di sektor F&B, tetapi telah berekspansi menjadi penyedia jasa kreatif. Jasa yang ditawarkan meliputi strategi branding, manajemen media sosial, perencanaan kampanye digital, serta layanan pemasaran lainnya yang ditujukan untuk membantu klien membangun identitas dan visibilitas merek secara profesional. Penulis sendiri menjalankan peran di dalam struktur branding agency ini, bukan pada operasional brand Kopi Chuseyo.

Kantor pusat Kopi Chuseyo awalnya terletak di Scientia Square Park, Gading Serpong, yang juga merupakan tempat dibukanya cabang pertama Kopi Chuseyo sebelum mereka berkembang dan membuka gerai di berbagai kota di Indonesia. Setelah cabang di Scientia Square Park ditutup, kantor pusat Kopi Chuseyo kemudian dipindahkan ke Ruko Villa Melati Mas, yang beralamat di Jl. Bougenville Raya No.32 Blok B10, Jelupang, Kecamatan Serpong Utara, Kota

Tangerang Selatan, Banten 15310. Setelah menjalani magang selama 3 bulan, lokasi kantor berpindah kembali ke Ruko Melody No. 28 kabupaten Tangerang, Banten. Di lokasi yang sekarang, Kopi Chuseyo hanya difungsikan sebagai kantor pusat saja tanpa membuka kafe seperti yang dilakukan di lokasi sebelumnya. Keputusan ini diambil agar area kantor dapat difokuskan sepenuhnya sebagai pusat operasional dan tempat bekerja bagi tim manajemen Kopi Chuseyo.

2.2 Visi, Misi dan Logo Perusahaan

2.2.1 Visi

Menjadi sumber inspirasi bagi individu dan brand dalam menciptakan perubahan positif serta memberikan dampak nyata bagi industri kreatif dan digital, khususnya dalam sektor bisnis kopi di Indonesia.

2.2.2 Misi

1. Menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, di mana setiap individu dari latar belakang manapun dihargai, didengarkan, dan diberikan ruang untuk bertumbuh secara kreatif sekaligus profesional.
2. Mendorong inovasi dalam strategi pemasaran digital dengan menghadirkan konten-konten yang relevan dengan tren dan menarik perhatian audiens
3. Membangun hubungan kolaborasi antara brand, komunitas, dan pelanggan guna menciptakan pengalaman yang lebih personal, interaktif, dan bermakna bagi semua pihak yang terlibat.
4. Menumbuhkan komunitas yang inklusif dan suportif, yang di mana individu dari beragam latar belakang, dapat mengekspresikan kreativitasnya serta berkembang secara profesional sesuai dengan jati dirinya.

Melalui visi dan misi di atas, PT Kopi Opa Korea berkomitmen untuk menjadi inspirasi bagi individu maupun brand dalam menciptakan dampak nyata, khususnya di dunia digital di Indonesia. PT Kopi Opa Korea juga berupaya untuk menciptakan ruang kerja yang terbuka dan inklusif, yang di mana setiap individu merasa dihargai serta mendapat kesempatan untuk tumbuh dan berkembang baik dari sisi kreativitas maupun profesionalitas. Selain itu, PT Kopi Opa Korea memposisikan kolaborasi

sebagai elemen penting dalam membangun hubungan yang kuat antara brand, komunitas, dan pelanggan. PT Kopi Opa Korea juga akan terus mendorong terbentuknya komunitas yang saling mendukung dan memberi ruang bagi siapa pun untuk mengekspresikan jati diri mereka dan tumbuh bersama.

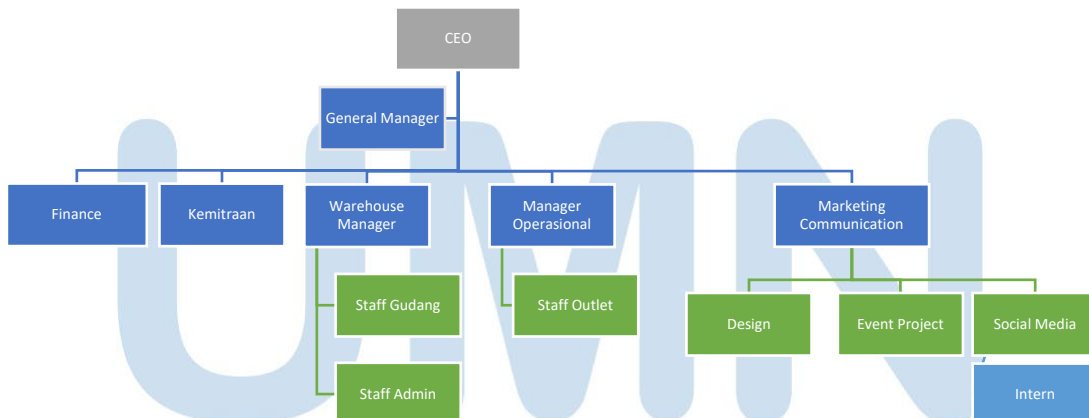
2.2.3 Logo



Gambar 2.1 Logo Kopi Chuseyo

2.3 Struktur Organisasi PT Kopi Opa Korea

Berikut merupakan struktur organisasi PT Kopi Opa Korea:



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan PT Kopi Opa Korea
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Berdasarkan struktur organisasi PT Kopi Opa Korea, berikut merupakan tugas setiap jabatan pada struktur organisasi. Pertama adalah Daniel Hermansyah sebagai Chief Executive Officer (CEO), yang juga merupakan pemilik dari Kopi Chuseyo. Selanjutnya didukung oleh Katrin Helena, yang menjabat sebagai General Manager dan bertanggung jawab atas pengawasan serta koordinasi seluruh

departemen dalam perusahaan. Setelah tingkat kepemimpinan utama, PT Kopi Opa Korea memiliki beberapa divisi lainnya yang berfungsi untuk mendukung kinerja perusahaan.

Divisi yang pertama adalah Finance, yang dipimpin oleh Auli Aubin Sutanto yang berperan dalam mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan dan mengatur cashflow perusahaan dengan mencatat secara rinci seluruh keperluan pengeluaran juga mendata income atau outcome. Divisi selanjutnya adalah operasional yang dipimpin oleh Felix Margiaz yang berperan untuk mengurus kegiatan sehari-hari perusahaan termasuk dalam pengelolaan outlet, manajemen karyawan, serta memastikan bahwa standar kualitas layanan dan produk tetap terjaga. Selain itu, divisi operasional juga bertanggung jawab untuk memantau kinerja cabang-cabang Kopi Chuseyo di berbagai kota.

Selanjutnya adalah divisi warehouse, yang dikoordinasikan oleh Yoshua albert, divisi ini bertanggung jawab dalam memantau serta memperbarui stok bahan baku dari Kopi Chuseyo hingga perlengkapan yang dibutuhkan oleh kantor pusat. Selanjutnya adalah tim Kemitraan yang dipimpin oleh Amanda. Divisi kemitraan ini bertanggung jawab dalam mengembangkan jaringan franchise Kopi Chuseyo serta mengoordinasikan kerja sama antar bisnis dengan para pengusaha lainnya yang ingin bergabung dengan Kopi Chuseyo.

Terakhir yaitu departemen Marketing Communication yang dipimpin oleh Reza Rizky Rosandi sekaligus sebagai supervisor yang dibantu oleh Valentinus Kevin sebagai fulltimer marketing guna menjalankan promosi untuk Kopi Chuseyo dan menjadi tim kreatif dalam PT Kopi Opa Korea. Departemen ini bertugas untuk merancang marketing strategy, mengelola kampanye digital, dan meningkatkan awareness terhadap brand Kopi Chuseyo dan brand dari client Kopcus Digital. Selain itu, departemen marketing communication juga berperan dalam perancangan promosi serta rencana untuk membangun hubungan dengan customers melalui media sosial dan event.

Dalam departemen *Marketing communication*, terdapat divisi *Graphic Design* dan juga *Communication*. Pada divisi *graphic design* memiliki tanggung

jawab untuk membuat materi visual yang diperlukan untuk mendukung jalannya marketing. Misalnya konten visual untuk media sosial, serta kebutuhan desain lainnya. Desain dibuat dengan menarik dan pastinya harus sesuai dengan brand identity yang dimiliki oleh brand, dengan begitu hal ini dapat berpengaruh dalam meningkatkan daya tarik promosi serta memperkuat komunikasi visual terhadap target audiens. Peran divisi *graphic design* pada departemen *Marketing Communication* sangat penting dalam menciptakan *brand experience* yang konsisten dan profesional di berbagai platform digital.

Selain divisi *graphic design* terdapat juga divisi *communication* yang bertanggung jawab dalam merancang dan mengimplementasikan *communication strategy* dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness brand* serta menjaga *brand personality* dan juga citra suatu perusahaan. Divisi ini perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan kepada konsumen sesuai dengan identitas brand yang telah dibangun, serta efektif dalam menarik perhatian target audiens. Selain itu, divisi *communication* juga bertanggung jawab untuk mengelola berbagai platform digital seperti media sosial, event, dan kampanye digital lainnya. Divisi ini juga berfokus pada pengumpulan materi promosi, pengelolaan interaksi pelanggan, produksi konten kreatif dan interaktif, serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, media, dan mitra bisnis.

Dengan memiliki struktur organisasi yang jelas serta peran-peran yang terdefinisi dengan baik, PT Kopi Opa Korea dapat memastikan terjalannya koordinasi yang efektif untuk mencapai tujuan bisnisnya. Setiap divisi berkontribusi terhadap citra perusahaan dan memastikan pesan yang disampaikan menarik perhatian dan membangun loyalitas merek yang kuat. Kehadiran divisi *Marketing Communication* juga memperkuat efektivitas penyampaian pesan melalui berbagai platform digital sekaligus memperluas jangkauan pemasaran secara optimal. Dengan struktur organisasi yang terorganisasi dengan baik, perusahaan dapat tumbuh lebih efisien dan beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah.