

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Kopcus Digital

Untuk memahami secara menyeluruh identitas dan karakteristik Kopcus Digital, penting untuk menelusuri latar belakang pendiriannya sebagai bagian dari strategi ekspansi bisnis induknya, PT Kopi Opa Korea. Kajian terhadap konteks pendirian, visi & misi, serta transformasi strategis yang dijalankan akan memberikan landasan yang komprehensif dalam menjelaskan posisi Kopcus Digital di industri pemasaran digital di Indonesia.

2.1.1 Sejarah dan Awal Kopcus Digital

Kopcus Digital merupakan unit usaha di bidang *Digital Agency* yang berada di bawah naungan PT Kopi Opa Korea, sebuah perusahaan yang sebelumnya dikenal melalui keberhasilannya membangun brand F&B bertema K-Pop, yaitu Kopi Chuseyo. Didirikan pada tahun 2019 oleh Daniel Hermansyah, PT Kopi Opa Korea menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, khususnya dalam memanfaatkan pendekatan komunitas dalam strategi pemasarannya.

Sebagai bagian dari diversifikasi bisnis, Kopcus Digital didirikan untuk menjawab kebutuhan akan layanan pemasaran digital yang terintegrasi dan berbasis kreativitas. Agensi ini menawarkan berbagai layanan, meliputi pengelolaan media sosial, pengembangan strategi pemasaran digital, produksi konten kreatif, serta desain visual. Dengan memanfaatkan pengalaman dan keberhasilan strategi digital dari Kopi Chuseyo, Kopcus Digital mengembangkan pendekatan yang berorientasi pada peningkatan *brand awareness*, *engagement*, serta pertumbuhan digital klien secara menyeluruh.

Sebagai entitas yang berkembang dalam ekosistem bisnis kreatif, Kopcus Digital tidak hanya menjadi pelengkap dari lini bisnis PT Kopi Opa Korea, tetapi juga menunjukkan posisinya sebagai agensi independen yang

kompeten dan adaptif terhadap dinamika industri pemasaran digital di Indonesia.



Gambar 2.1 Logi Kopi Chuseyo
Sumber: (Kopi Chuseyo, 2025)

Seiring dengan perkembangan bisnisnya, PT Kopi Opa Korea mendirikan Kopcus Digital, sebuah *Digital Creative Agency* yang berfokus pada strategi pemasaran digital. Kopcus Digital bertujuan membantu klien dalam meningkatkan *engagement*, eksposur, dan *brand awareness* melalui berbagai solusi pemasaran kreatif. Sebagai bagian dari ekosistem PT Kopi Opa Korea, agensi ini memanfaatkan pengalaman sukses dalam membangun *brand* berbasis komunitas untuk membantu bisnis lain mencapai pertumbuhan yang lebih optimal.

Sebelum ini kantor pusat PT Kopi Opa Korea terletak di Scientia Square Park, Gading Serpong. Tempat tersebut juga merupakan tempat dibukanya cabang pertama Kopi Chuseyo sebelum mereka berekspansi ke kota-kota lain di Indonesia. Setelah menutup cabang mereka yang ada di Scientia Square Park, Kantor pusat PT Kopi Opa Korea berpindah Sementara ke Ruko Villa Melati MAS, Jl. Bougenville Raya No.32 Blok B10, Jelupang, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310.



Gambar 2.2 Kantor Kopi Chuseyo – Melati Mas
Sumber: Dokumen Perusahaan

Setelah melaksanakan kegiatan magang selama 3 bulan, kantor PT Kopi Opa Korea mengalami perpindahan lokasi ke Ruko Melody Summarecon Serpong MLDB/028, Medang, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15334. Pada lokasi yang baru, PT Kopi Opa Korea hanya berfungsi sebagai kantor pusat tanpa membuka layanan kafe seperti di lokasi sebelumnya. Hal ini dilakukan agar area kantor dapat difokuskan sebagai basis kerja bagi seluruh karyawan PT Kopi Opa Korea.



Gambar 2.3 Kantor Kopi Chuseyo – Melody Serpong
Sumber: Dokumentasi Pemagang

2.2 Visi & Misi

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri kopi dan *Digital Agency* di Indonesia, PT Kopi Opa Korea memiliki visi dan misi yang dijadikan sebagai landasan dalam menjalankan suatu bisnis dan membangun sebuah komunitas.

2.2.1 Visi

Menjadi sumber inspirasi bagi individu dan *brand* dalam menciptakan perubahan positif serta memberikan dampak nyata bagi industri kreatif dan digital.

2.2.2 Misi

1. Membangun lingkungan kerja yang inklusif, dimana setiap individu dari latar belakang yang berbeda dihargai dan diberikan ruang agar dapat berkembang secara kreatif dan profesional.
2. Mendorong inovasi dalam strategi pemasaran digital untuk menciptakan konten-konten yang relevan, menarik, dan memiliki daya saing tinggi.
3. Memfasilitasi kolaborasi antar *brand*, komunitas, dan *customers* untuk menciptakan pengalaman yang lebih interaktif.
4. Membina komunitas inklusi yang terdiri dari orang-orang dari berbagai latar belakang, di mana semua kontribusi dihargai, dan di mana setiap karyawan memiliki kesempatan untuk menjadi diri mereka yang kreatif dan profesional.

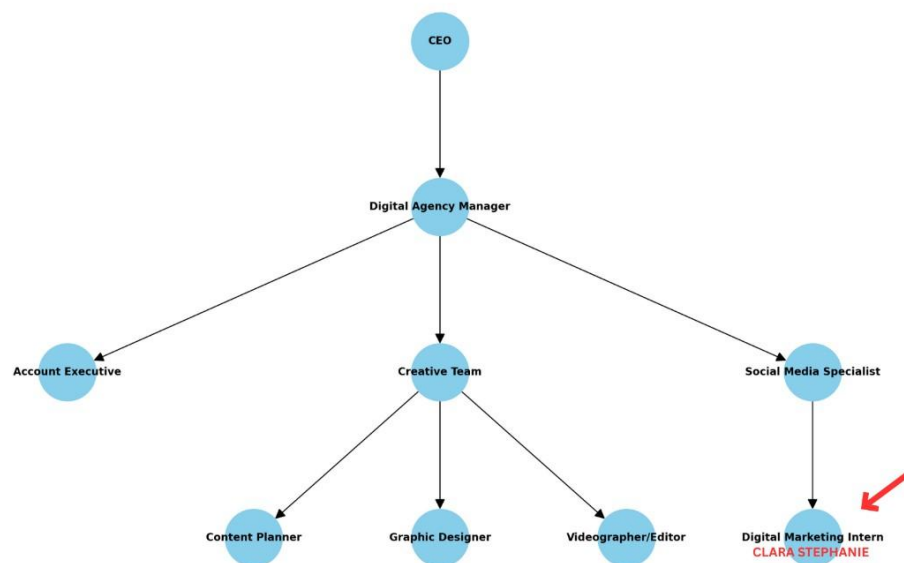
Dengan visi dan misi tersebut, PT Kopi Opa Korea berkomitmen untuk terus berkontribusi dalam perkembangan industri kopi dan *digital marketing* di Indonesia, serta menciptakan dampak positif bagi seluruh *stakeholders*.

2.3 Struktur Organisasi Kopcus Digital

Kopcus Digital merupakan *digital creative agency* yang beroperasi di bawah naungan PT Kopi Opa Korea, namun memiliki struktur organisasi dan sistem kerja yang terpisah dari lini bisnis *Food & Beverage (F&B)* Kopi Chuseyo. Struktur organisasi Kopcus Digital dirancang untuk mendukung

pelaksanaan layanan *digital marketing* secara optimal, mulai dari perencanaan strategi hingga pelaksanaan kampanye digital bagi berbagai klien.

Struktur organisasi yang diterapkan di Kopcus Digital bertujuan untuk memastikan efektivitas koordinasi antar tim, sekaligus mengoptimalkan pelayanan kepada klien melalui pembagian tugas yang jelas. Berikut adalah susunan struktur organisasi Kopcus Digital beserta tugas dan tanggung jawab masing-masing posisi.



Gambar 2.4 Struktur & Alur Organisasi Kopcus Digital
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Meskipun struktur organisasi formal belum sepenuhnya terdokumentasi secara resmi di internal perusahaan, susunan ini mewakili proses kerja nyata di lapangan yang melibatkan berbagai pihak sesuai tugas dan tanggung jawab masing-masing.

1) **CEO (Chief Executive Officer)**

Posisi *CEO* dipegang oleh Daniel Hermansyah, yang bertanggung jawab dalam menetapkan arah strategis perusahaan, mengambil keputusan penting terkait operasional dan ekspansi, serta mengembangkan kerja sama strategis dengan berbagai mitra.

2) **Digital Agency Manager**

Jabatan ini diisi oleh Reza Rizky Rosandi, yang bertugas memimpin operasional harian Kopcus Digital, memastikan seluruh proyek klien berjalan sesuai target waktu, serta bertanggung jawab atas koordinasi antar divisi di dalam *agency*..

3) *Account Executive*

Posisi ini memiliki peran sebagai penghubung utama antara klien dan tim internal *agency*. Tugas utamanya meliputi mengatur *briefing*, menyampaikan kebutuhan klien, serta memastikan seluruh hasil pekerjaan sesuai dengan ekspektasi dan ketentuan yang disepakati bersama.

4) *Creative Team*

Tim kreatif bertugas dalam pengembangan konsep dan produksi materi konten yang dibutuhkan klien. *Creative Team* terdiri atas:

- ***Content Planner***: Bertanggung jawab menyusun konsep konten, kalender konten, serta *campaign plan* sesuai target audiens dan positioning brand.
- ***Graphic Designer***: Bertugas membuat desain visual untuk media sosial, materi promosi, dan kebutuhan visual lain yang relevan dengan kampanye digital.
- ***Videographer/Editor***: Mengelola produksi dan pengeditan video untuk mendukung aktivitas pemasaran digital klien.

5) *Social Media Specialist*

Bertugas menjalankan aktivitas media sosial klien, melakukan publikasi konten, merespons audiens, serta memonitor dan menyusun laporan performa media sosial secara rutin.

6) *Digital Marketing Intern*

Posisi ini merupakan posisi pemegang selama menjalani program magang di **Kopcus Digital**, pemegang terlibat dalam beberapa tahapan alur kerja dalam pelaksanaan strategi pemasaran digital untuk klien, khususnya menangani akun media sosial **Esavya**. Alur pekerjaan dimulai dari penerimaan brief yang disampaikan oleh Account Executive kepada tim internal mengenai kebutuhan konten dan informasi kampanye.

Selanjutnya, pemegang bersama tim mengikuti sesi brainstorming untuk menentukan konsep, ide konten, serta menyusun kalender konten bulanan. Berdasarkan hasil diskusi tersebut, pemegang bertugas membuat draft caption, copywriting, dan konsep visual, kemudian berkoordinasi dengan tim desain untuk produksi materi.

Setelah konten selesai diproduksi, dilakukan proses *review* internal sebelum diajukan kepada klien untuk mendapatkan persetujuan. Konten yang telah disetujui kemudian dipublikasikan oleh pemegang bersama *Social Media Specialist* sesuai jadwal yang telah ditentukan.

Setelah proses publikasi, pemegang juga memantau performa konten dan merekap hasilnya dalam laporan sederhana sebagai bahan evaluasi. Selain itu, pemegang secara rutin melakukan riset tren digital dan aktivitas kompetitor untuk dijadikan referensi dalam pengembangan ide kampanye berikutnya.

