

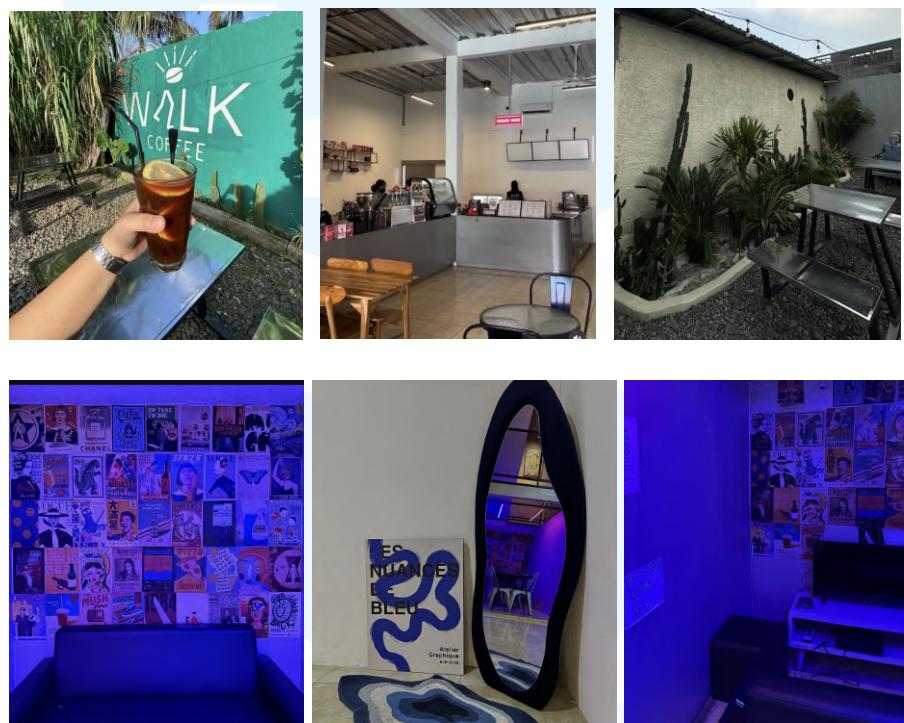
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Walk Coffee and Tea merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *food and beverages* yang berlokasi di Kebumen, Jawa Tengah sejak 2017. Saat ini Walk Coffee and Tea Cafe terletak di Jl. Cemara No.75, Klepu Bener, Karangsari, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah.

2.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 2.1 Lokasi Walk Coffee and Tea
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Walk Coffee and Tea merupakan sebuah cafe yang bergerak di bidang *food and beverages* dengan fokus utama penjualan produk makanan dan minuman yakni berbagai varian minuman kopi, teh, serta menu makanan pendamping maupun *full meal*. Walk Coffee and Tea tidak hanya menjual

makanan dan minuman, tetapi juga menyediakan tempat untuk menikmati makanan dan minuman serta ruang untuk nongkrong dengan berbagai konsep ruang yang salah satunya adalah semi industrial. Walk Coffee and Tea membangun citra sebagai brand cafe yang sangat dekat dengan anak muda. Hal ini ditunjukkan dari mulai dari konsep ruangnya yang kasual namun tetap “gaul”, hingga gaya visual yang kekinian. Identitas ini membuat Walk Coffee and Tea menjadi tempat yang cocok untuk berkumpul, bekerja, atau sekadar bersantai bagi anak muda. Selain suasana yang erat dengan trend anak muda, Walk Coffee and Tea juga memiliki keunggulan dalam menawarkan menu makanan dan minuman yang enak namun tetap terjangkau. Dengan range harga yang berada di kisaran 12 ribu hingga 30 ribu rupiah, Walk Coffee and Tea menghadirkan pilihan menu minuman dan makanan yang ramah di kantong tanpa mengorbankan kualitas rasa. Kombinasi antara citra brand yang fresh, harga yang ekonomis, dan menu yang variatif membuat Walk Coffee and Tea menjadi salah satu keunggulan brand sehingga menjadi destinasi favorit bagi banyak anak muda khususnya di daerah Kebumen, Jawa Tengah.



Gambar 2.2 Minuman Walk Coffee and Tea

Saat ini, Walk Coffee and Tea memiliki beragam varian menu. Untuk kategori minuman berbasis kopi, Walk Coffee and Tea memiliki 8 varian *fancy coffee series* yang menawarkan racikan kopi dengan rasa yang lebih unik, kemudian terdapat 14 varian *basic coffee series* yang menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang menyukai cita rasa kopi klasik. Selain itu, Walk Coffee and Tea juga memiliki 3 varian *coffee mocktail* dimana kopi diracik dengan minuman segar layaknya mocktail. Untuk variasi terakhir, Walk Coffee and Tea memiliki 3 varian *manual brew* bagi penikmat kopi yang disajikan dengan teknik penyeduhan manual dan cita rasa kopi yang lebih autentik. Tidak hanya fokus pada kopi, Walk Coffee and Tea juga menyediakan pilihan *non coffee* yang tak kalah beragam. Di kategori ini, Walk Coffee and Tea memiliki 11 variasi *frappe series* yang disajikan dengan *whipped cream* yang memiliki cita rasa *creamy*, 10 variasi *milktea series* yang menawarkan rasa *milky*, serta 13 variasi *latte series* yang memadukan susu dengan berbagai varian rasa. Selain itu, Walk Coffee and Tea juga memiliki 15 variasi *summer series* yang segar sehingga cocok untuk dinikmati di cuaca panas, 4 pilihan *juice series* yang lebih sehat dan ringan, serta 7 *smoothies series* dengan tekstur kental dan rasa buah yang kuat.



Gambar 2.3 Makanan Walk Coffee and Tea
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Walk Coffee and Tea juga menghadirkan menu makanan yang cukup beragam. Untuk kategori *main course*, Walk Coffee and Tea menyediakan 18 pilihan makanan seperti nasi goreng, nasi ayam, nasi rempah, hingga menu khas seperti chicken katsu, nasi goreng rendang, dan

nasi goreng kebuli. Variasi rasa pada kategori ini cukup luas mulai dari yang ringan, pedas, hingga yang gurih dan kaya bumbu. Selain itu, terdapat pula menu *pasta and noodles* yang mencakup pilihan seperti bolognese, carbonara, aglio olio, hingga ramen dan Indomie nyemek. Kategori seblak juga menjadi salah satu daya tarik utama yang dekan dengan makanan khas anak muda. Walk Coffee and Tea menawarkan 11 varian seblak mulai dari korean seblak, seblak jeletet, hingga seblak bakso & ceker yang dapat disesuaikan dengan level kepedasan yaitu level 1 sampai 5. Walk juga menyediakan 16 variasi snack yang terdiri dari berbagai camilan ringan seperti *french fries*, enoki crispy, *onion ring*, singkong keju, hingga croquette, yang cocok dinikmati sebagai pendamping minuman. Untuk pelanggan yang menyukai menu manis, terdapat kategori sweet dengan 15 variasi seperti churros, croffle, cookies, brownies, hingga berbagai jenis cheesecake.

Walk Coffee and Tea cafe tentu memiliki visi dan misi. Visi dari Walk Coffee and Tea adalah menjadi cafe yang memiliki ciri khas anak muda dan berbeda dibanding cafe-cafe lainnya yang ada di Kebumen. Tidak hanya itu, Walk Coffee and Tea juga menyajikan minuman berkualitas serta menghadirkan pengalaman nongkrong yang menyenangkan dan nyaman bagi setiap pelanggan. Sedangkan Misi dari Walk Coffee and Tea adalah menyediakan makanan berkualitas dengan harga murah yang sesuai dengan pasar Walk Cafe yaitu usia 30 tahun kebawah. Walk Coffee and Tea juga selalu berusaha untuk menghadirkan menu yang kekinian dan sedang *hype* di media sosial maupun kalangan masyarakat. Tempatnya dibuat se-anak muda mungkin serta menjadikan kepuasan pelanggan khususnya anak muda Kebumen sebagai prioritas utama. Walk Cafe ingin menciptakan suasana kafe yang estetik serta menyenangkan bagi semua kalangan terutama anak muda, dan terus menjaga konsistensi pelayanan agar Walk Coffee and Tea dapat terus berkembang serta menjadi pilihan utama masyarakat Kebumen untuk menikmati berbagai menu makanan serta minuman kopi dan teh (Evita, 2025).



Gambar 2.4 Logo Walk Coffee and Tea
Sumber: Dokumen Perusahaan (2019)

Logo Walk Coffee and Tea memiliki ciri khas pada bentuknya yang dapat dilihat dari penggunaan ilustrasi pada huruf “A” yang dibuat menyerupai langkah kaki manusia dengan style *stickman* sehingga membentuk kata “WALK”. Elemen ini memberikan bentuk yang unik sekaligus menyimbolkan kata “WALK” yang berarti berjalan. Kata “WALK” sebagai nama perusahaan sendiri memiliki makna yaitu terus berjalan baik dimasa pasang maupun surut, Walk Coffee and Tea akan tetap buka dan siap untuk melayani *customers*. Maka dari itu, logo serta nama perusahaan Walk Coffee and Tea memiliki arti dan bentuk yang selaras dengan maknanya dimana Walk Coffee and Tea ingin menciptakan lingkungan dimana anak-anak muda dapat terus bersaktivitas di kehidupan sehari-hari bersama Walk Coffee and Tea. Penggunaan tipografi sans serif pada tulisan “WALK COFFEE” memberi kesan minimalis, modern dan mudah dibaca yang sesuai dengan target pasarnya yaitu anak muda. Sementara itu, ilustrasi garis diatas gambar kopi yang mirip seperti sinar cahaya berfungsi untuk menjaga unity dari logo serta menciptakan nuansa hangat dan ramah, selaras dengan citra cafe sebagai tempat untuk berkumpul, bersantai, dan menikmati waktu bersama. Konsep walk saat ini biru dan merah, dan akan terus berubah bila ada tren perkembangan cafe-cafe modern

lainnya. Walk Coffee and Tea menyediakan banyak konsep desain maupun dekorasi ruangan agar memperbanyak spot foto bagi para pelanggan (Evita, 2025).

2.1.2 Sejarah Perusahaan

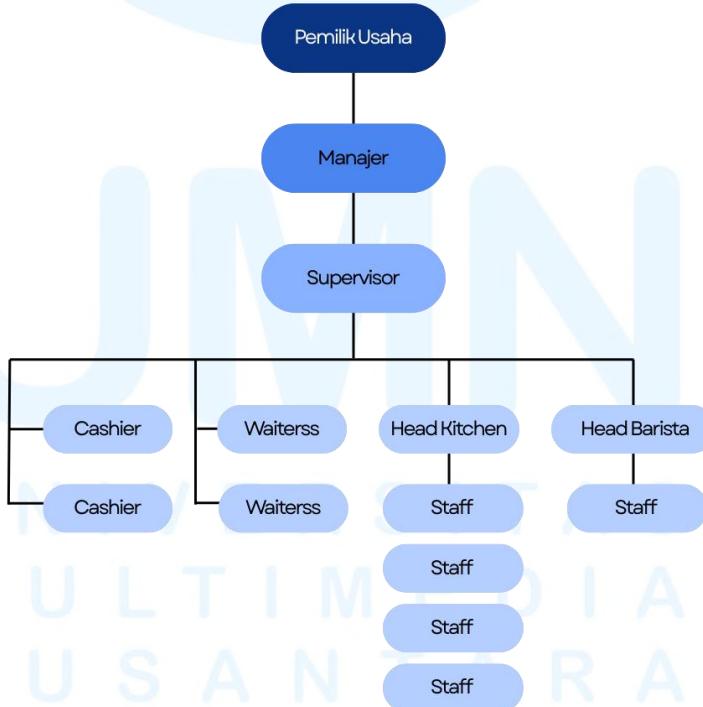
Owner dan manager Walk Coffee and Tea saat ini merupakan orang yang mendirikan Walk yang berinisial TA dan ER. Walk Coffee and Tea pertama kali mulai dirintis pada tahun 2017 di depan area Universitas Gadjah Mada Indonesia (UGM) dengan menggunakan gerobak. Pada tahun 2019, TA dan ER membuka cabang pertamanya di Kebumen yang berlokasi di depan SMA Negeri 1 Kebumen dengan konsep yang sama yaitu gerobak sehingga hanya bisa *take away*. Memasuki tahun 2020, ketika pandemi Covid-19 mulai meluas di Indonesia, Walk Coffee and Tea yang berada di Yogyakarta ditutup secara permanen dan TA serta ER pindah sepenuhnya ke Kebumen, Jawa Tengah. Sebagai langkah pengembangan bisnis, TA dan ER membuka cabang Walk Coffee and Tea baru di Kebumen dengan konsep cafe kontainer yang berlokasi di pinggir jalan dan posisinya di atas kali/sungai kecil sehingga orang bisa menikmati makanan dan minuman secara *dine-in* dengan kapasitas yang masih kecil. Pada cabang ini, Walk Cafe mulai memperluas penjualan produknya yaitu dengan menjual produk makanan, tidak hanya minuman. Beberapa menu Walk Coffee and Tea sempat menjadi trend bagi masyarakat Kebumen khususnya dikalangan anak-anak muda, yaitu croffle dan korean seblak. Dengan adanya trend tersebut, maka popularitas Walk Coffee and Tea berhasil ditingkatkan hingga cukup dikenal luas oleh masyarakat Kebumen khususnya khalayak muda.

Pada tahun 2022, Walk Coffee and Tea melakukan relokasi ke Jalan Cemara, Kebumen. Perubahan ini membawa Walk Coffee dari konsep cafe kontainer menjadi cafe dengan bangunan permanen, meskipun konsep yang ditawarkan masih sederhana dengan nuansa warna hijau yang menyerupai cafe rumahan. Selanjutnya, pada tahun 2024, Walk Coffee and Tea kembali pindah ke lokasi yang lebih luas di area yang masih berada tidak

jauh di Jalan Cemara yang sebelumnya. Hingga saat ini, Walk terus berkembang dengan konsep ruang dan menu yang sedang tren, sehingga mampu menghadirkan suasana yang nyaman bagi para pelanggan serta menjadi salah satu kafe yang cukup dikenal di Kebumen.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi pada Walk Coffee and Tea memiliki peranan penting dalam mengatur jalannya operasional cafe sehari-hari. Dengan adanya struktur organisasi ini, pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian menjadi lebih jelas sehingga setiap bagian dapat bekerja sesuai fungsinya. Walk Coffee and Tea memiliki struktur organisasi yang tersusun mulai dari pemilik usaha hingga staf pelaksana. Susunan ini tidak hanya berfungsi untuk memperlancar koordinasi antar bagian, tetapi juga memastikan bahwa seluruh proses pelayanan, produksi, serta manajemen dalam beroperasional dapat berjalan secara efektif dan terarah.



Gambar 2.5 Contoh Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Struktur organisasi di cafe Walk Coffee and Tea dipimpin oleh pemilik usaha yang bertanggung jawab penuh atas jalannya bisnis *f&b* ini. Selain menjadi pendiri utama Walk Coffee and Tea, pemilik usaha memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan dalam memimpin arah jalannya bisnis Walk Coffee and Tea, serta pengawasan terhadap arah perkembangan maupun pembaharuan cafe. Pemilik usaha bekerja sama dengan manajer yang ikut mengatur serta mengawasi operasional sehari-hari. Peran seorang manajer di Walk Coffee and Tea sama dengan peran pemilik usaha, namun beliau memegang peran utama dalam menyusun strategi promosi khususnya melalui sosial media. Manajer juga bertanggung jawab atas pengembangan menu baru maupun pembaharuan tempat (bila melakukan renovasi), serta pengendalian keuangan.

Dalam pelaksanaan kegiatan harian, manajer dibantu oleh supervisor yang berperan langsung mengawasi kinerja staff di lapangan seperti menjaga kualitas makanan, minuman dan pelayanan, serta memastikan standar operasional prosedur (SOP) dilakukan dengan baik. Di bawah pengawasan supervisor langsung terdapat bagian pelayanan pelanggan yaitu staff. Pada bagian ini, terdapat cashier dan waitress. Cashier bertugas untuk menginput pesanan customers hingga melakukan transaksi pembayaran, baik tunai maupun non-tunai karena sistem pemesanan makanan/minuman di Walk Coffee and Tea yaitu langsung pesan dan bayar di kasir. Staff cashier juga membuat laporan keuangan harian. Sementara itu, Waitress bertugas untuk menyajikan makanan dan minuman kepada customers, serta menjaga kenyamanan dan kebersihan area cafe.

Supervisor juga langsung terjun mengawasi bagian produksi. Terdapat *Head kitchen* yang bertanggung jawab serta memimpin para staff dapur dan memastikan kualitas rasa, kebersihan, serta penyajian makanan tetap terjaga. *Head kitchen* juga bertanggung jawab mengatur kebutuhan bahan baku serta membagi tugas kepada staf dapur. Para staff dapur membantu dalam menyiapkan, mengolah, dan menyajikan makanan sesuai resep dan SOP yang ada. Selain dapur, terdapat *head barista* yang bertanggung jawab untuk menyediakan minuman dan mengawasi staff bagian minuman. *Head barista* memastikan kualitas minuman

terjaga, mengatur kebutuhan bahan minuman, serta bekerja sama dengan staff barista dalam memproduksi minuman sesuai SOP Walk Coffee and Tea.

2.3 Portofolio Perusahaan

Portofolio perusahaan memiliki peran penting dimana dari portfolio tersebut, perusahaan dapat menunjukkan capaian kerja mereka selama ini, baik proyek mandiri maupun kerja sama Walk Coffee and Tea dengan pihak-pihak lain.

2.3.1 Menu Walk Coffee and Tea

Desain menu merupakan salah satu elemen penting dalam visual sebuah cafe karena berfungsi sebagai media komunikasi utama antara pihak cafe dan pelanggan karena di dalam buku menu tidak hanya menampilkan daftar makanan dan minuman yang tersedia, tetapi juga menjadi visual citra dan konsep sebuah cafe. Walk Coffee and Tea sebagai cafe menjual banyak variasi makanan dan minuman serta menargetkan pasarnya kepada anak muda, memiliki desain menu yang simple untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memilih produk.



Gambar 2.6 Menu Walk Coffee and Tea
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Desain menu Walk Coffee and Tea terdapat di depan kasir sehingga para pelanggan yang datang untuk memesan makanan atau minuman di kasir melihat secara langsung menu dari Walk Coffee. Desain menu ini memiliki struktur dan pengelompokan kategori untuk mengedepankan efisiensi pelanggan dalam membaca varian menu yang sangat banyak.

2.3.2 Matcha Day Wardah

Walk Coffee and Tea juga pernah melakukan kerjasama dengan Wardah dalam program promosi bertajuk Wardah Colorfit Studio. Kerjasama ini berlangsung selama 1 bulan dengan konsep voucher. Voucher yang ditawarkan berupa penawaran free matcha latte bagi konsumen yang membeli produk tertentu dari Wardah, kemudian voucher dapat digunakan langsung di Walk Coffee untuk mendapatkan minuman matcha latte.

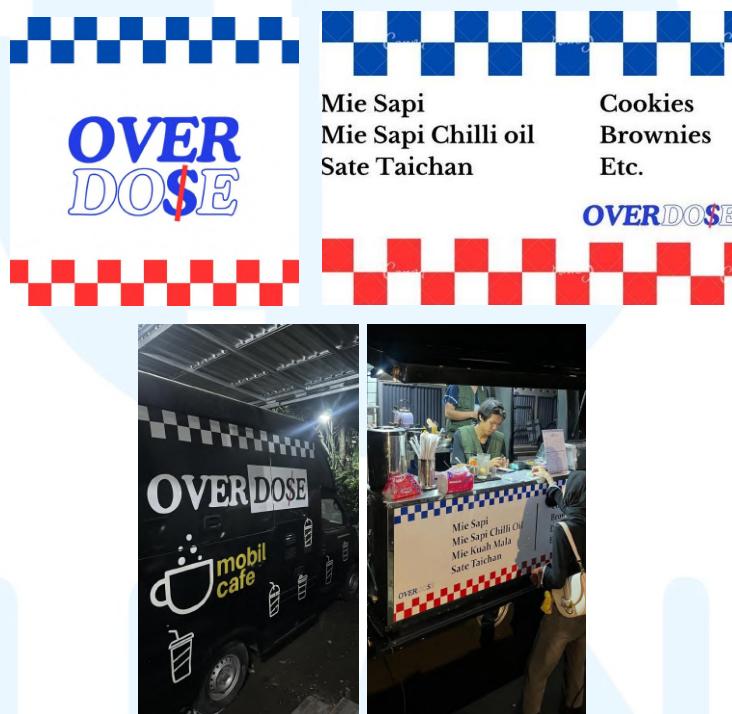


Gambar 2.7 Wardah dan Walk Coffee and Tea
Sumber: Instagram Walk Coffee and tea (2025)

Desain Instagram reels ini mengikuti desain ciri khas Wardah yaitu bernuansa sage green. Hal ini juga berkaitan dengan trend matcha pada waktu itu sehingga Walk Coffee and Tea akan memberikan voucher berupa potongan 50 ribu rupiah dan matcha latte gratis bagi orang yang membeli produk tertentu dari Wardah.

2.3.3 Overdose

Overdose merupakan cabang usaha *food and beverages* baru dari Walk Coffee yang dikembangkan pada tahun 2025 dengan konsep mobil cafe. Overdose memiliki style street coffee yang sesuai dengan tujuannya yaitu untuk memberikan pengalaman nongkrong kepada pelanggan di pinggir jalan. Tidak hanya menjual kopi, Overdose juga menawarkan makanan ringan seperti mie sapi, sate taichan, cookies, dan brownies.



Gambar 2.8 Overdose
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Desain Overdose ini memiliki kombinasi warna merah dan biru, sama seperti desain Walk Coffe and Tea. Visual yang digambarkan dengan pola kotak-kotak memberi kecocokan dengan nuansa retro Walk Coffee and Tea. Logo “OVERDO\$E” menggunakan tipografi sans serif yang modern dan outline dengan huruf “S” yang diganti tanda dolar serta garis miring merah sebagai aksen, menambah karakter desain yang edgy seperti anak muda. Kombinasi elemen tersebut menciptakan identitas yang mudah diingat dan selaras dengan konsep Walk Coffee and Tea.

2.3.4 Overdose Juice Bar

Overdose Juice Bar juga merupakan salah satu cabang pengembangan terbaru dari bisnis cafe Walk Coffee and Tea yang menjual jus. Overdose Juice Bar masih sangat baru yang dibuat pada bulan Maret 2025 ini. Didirikan pada tahun 2025, Overdose Juice Bar juga hadir dengan konsep mobil juice bar dengan warna pink yang menarik perhatian. Overdose Juice Bar sempat beroperasi saat acara tennis di Kebumen dan kini masih dalam tahap pengembangan. Overdose Juice Bar memiliki slogan “Stay Fresh, Cold, and Healthy”, dimana brand ini ingin mengajak konsumen menikmati gaya hidup sehat dengan cara yang menyenangkan dan mudah dijangkau.



Gambar 2.9 Overdose Juice Bar
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Desain visual Overdose Juice Bar cukup berbeda dengan desain utama Walk Coffee and Tea dimana bisnis baru ini mengusung tema cerah, segar, dan *playful*. Overdose Juice Bar menggunakan dominasi warna pink dan aksen hijau pastel yang melambangkan kesegaran buah-buahan. Logo semangka yang digunakan menjadi simbol utama dari kesegaran serta identitas produk bahwa bisnis ini menjual produk olahan buah-buahan yakni jus. Tipografi sans serif yang memiliki bentuk bulat namun tetap tegas memberi kesan ramah. Warna pink cerah dipadukan dengan hijau pastel berutujuan untuk membangun warna komplementer untuk menciptakan harmoni. Overdose Juice Bar bukan hanya menjual minuman jus buah, tetapi juga ingin merepresentasikan dari semangat muda dan menjaga kesehatan dalam gaya hidup modern.