

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Adara *Coffee* di industri kuliner bermula pada bulan April 2019. Pada awal masa operasionalnya, kedai kopi ini pertama kali dibangun untuk para penikmat kopi di kawasan BSD. Seiring berjalannya waktu, pihak manajemen melihat adanya peluang yang menjanjikan untuk memperluas kafe ini sekaligus beradaptasi dengan tren gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis. Melihat peluang tersebut, perusahaan akhirnya memutuskan untuk melangkah dengan melakukan ekspansi dan memindahkan pusat kegiatannya ke "rumah baru" yang berlokasi di Jalan Senayan 1, Bintaro Sektor 9, Tangerang Selatan (Dokumen Profil Perusahaan Adara *Coffee*, 2026).

Langkah relokasi menuju kawasan Bintaro ini nyatanya tidak hanya sekadar pemindahan tempat usaha, melainkan juga menjadi titik awal transformasi bagi bisnis mereka. Di lokasi yang baru ini, Adara *Coffee* tampil mengusung konsep *Coffee and Eatery* yang jauh lebih matang. Melalui pembaruan konsep tersebut, perusahaan memadukan kopi berkualitas tinggi dengan aneka pilihan hidangan berat. Seluruh pengalaman kuliner ini disajikan sesuai suasana ruang kafe yang dirancang lebih modern dan nyaman, sehingga mampu mengakomodasi berbagai kebutuhan pengunjungnya secara optimal (A.Sucipto, *brand owner*, Februari 12, 2026).



Gambar 2.1. Logo Adara Coffee.  
Sumber: Instagram (2022).

Melalui pengamatan penulis, Adara *Coffee* konsisten membawa gaya modern minimalis yang terpancar kuat dari identitas visualnya. Logo perusahaan menggunakan tipografi sans-serif berwarna putih bersih dengan penulisan "Adara *Coffee*". Penggunaan tanda titik di akhir nama bukan sekadar hiasan, melainkan simbol finalitas, ketegasan, dan kepercayaan diri atas kualitas produk yang disajikan. Secara arsitektural, logo ini ditempatkan pada jendela kaca besar yang dipercantik dengan elemen garis lengkung (*arch*) putih yang membingkai area bar, menciptakan sudut pandang yang estetik dan sangat *instagramable* bagi pengunjung.

## 2.2 Analisis Strategis Melalui Business Model Canvas (BMC)

<i>Value Propositions</i>	Keunggulan utama Adara <i>Coffee</i> terletak pada menu andalannya, seperti Kopi Adara dan Nasi Goreng <i>Squid Ink</i> , serta area outdoor yang luas dengan suasana <i>instagrammable</i> .
<i>Customer Segments</i>	Adara <i>Coffee</i> menargetkan kalangan milenial dan Gen Z di kawasan Bintaro dan sekitarnya, terutama mahasiswa, profesional muda, serta penggiat kreatif.
<i>Customer Relationships</i>	Untuk menjaga kedekatan dengan pelanggan, Adara <i>Coffee</i> mengutamakan interaksi aktif di media sosial, pelayanan yang ramah di gerai, serta fasilitas penunjang kenyamanan seperti <i>WiFi</i> dan stop kontak.
<i>Channels</i>	Sebagai saluran utamanya, Adara <i>Coffee</i> menjangkau pelanggan secara digital melalui media sosial ( <i>Instagram</i> dan <i>TikTok</i> ) serta aplikasi pesan-antar, sekaligus mengandalkan kekuatan promosi dari mulut ke mulut.
<i>Key Activities</i>	Fokus operasional Adara <i>Coffee</i> meliputi penyajian menu yang berkualitas, pelayanan pelanggan sehari-hari, serta produksi konten visual secara rutin untuk kebutuhan promosi.
<i>Key Resources</i>	Operasional Adara <i>Coffee</i> didukung penuh oleh tenaga profesional di area bar dan dapur, fasilitas bangunan kafe, serta infrastruktur teknologi yang memadai.
<i>Key Partners</i>	Pemasok biji kopi lokal, suplier bahan baku makanan, influencer media sosial, dan penyedia layanan pengiriman daring.
<i>Cost Structure</i>	Biaya operasional (listrik, air, gaji karyawan), biaya pengadaan bahan baku, serta anggaran untuk kampanye pemasaran digital.
<i>Revenue Streams</i>	Penjualan langsung produk makanan dan minuman, serta layanan pesanan catering untuk acara tertentu.

Tabel 2.1. Analisis Strategis BMC.

Sumber: Dokumentasi penulis (2026)

### 2.3 Analisis SWOT Perusahaan

<i>Strengths</i>	Adara memiliki reputasi digital yang kuat dengan rating 4.7 di Google Review, didukung area <i>outdoor</i> yang <i>homey</i> dan identitas visual yang sangat konsisten, sehingga memudahkan proses <i>branding</i> .
<i>Weaknesses</i>	Masih ada ketergantungan yang cukup tinggi pada promosi media sosial untuk mendatangkan pelanggan baru, serta tantangan dalam durasi penyajian makanan saat jam sibuk di akhir pekan.
<i>opportunities</i>	Masih terdapat peluang untuk mengembangkan desain poster promosi yang lebih kreatif dan beragam di media sosial, misalnya melalui pemanfaatan fitur seperti carousel Instagram dan konsep feed yang lebih terarah.
<i>threats</i>	Persaingan ketat dari kedai kopi sekitar yang menawarkan fasilitas serupa, serta perubahan algoritma media sosial yang menuntut tim kreatif untuk selalu adaptif agar jangkauan konten tetap optimal.

Tabel 2.2. Variabel Penelitian.  
Sumber: Dokumentasi penulis (2026)

### 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2. Struktur Perusahaan.  
Sumber: Dokumentasi penulis (2026).

Adara *Coffee* menerapkan struktur organisasi yang fungsional yang dirancang untuk menciptakan alur kerja yang efektif serta pembagian tugas yang jelas dan transparan. Melalui struktur ini, setiap departemen memiliki peran yang saling terhubung guna mendukung pencapaian visi perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, termasuk dalam membangun citra merek melalui media sosial. Koordinasi yang baik antar divisi menjadi kunci dalam memastikan setiap aktivitas operasional maupun promosi dapat berjalan secara optimal dan konsisten.

Kepemimpinan tertinggi berada pada *Owner* atau Direktur yang bertanggung jawab atas arah strategis serta pengembangan bisnis Adara *Coffee* secara keseluruhan. Dalam pelaksanaannya, Direktur dibantu oleh Manajer Operasional yang berperan dalam mengawasi kegiatan sehari-hari, mulai dari operasional gerai hingga memastikan standar pelayanan tetap terjaga. Selain itu, dalam mendukung aktivitas promosi, divisi Marketing juga memiliki peran penting dalam merancang strategi komunikasi visual yang akan disampaikan kepada audiens melalui berbagai platform media sosial.

Secara operasional, struktur organisasi terbagi menjadi beberapa bagian utama. Bagian bar dipimpin oleh Kepala Barista yang mengelola tim Barista dan Server untuk menjaga kualitas minuman dan pelayanan. Bagian dapur dipimpin oleh Kepala Masak yang bertanggung jawab atas kualitas dan konsistensi makanan dengan dukungan staf kitchen. Sementara itu, divisi Marketing & Kreatif berfokus pada pengembangan strategi promosi serta pembuatan konten visual, termasuk desain poster promosi yang digunakan untuk memperkuat identitas brand Adara *Coffee* di media sosial.

Dalam struktur tersebut, penulis menempati posisi sebagai Desainer Grafis yang berada di bawah divisi Marketing & Kreatif. Penulis bekerja sama dengan *Social Media Specialist* dalam menerjemahkan konsep pemasaran menjadi desain poster promosi yang menarik dan komunikatif menggunakan *Adobe Photoshop*. Proses kerja dimulai dari menerima brief atau arahan konsep dari tim marketing, kemudian dikembangkan menjadi visual poster dengan memperhatikan elemen desain seperti layout, warna, dan tipografi yang sesuai dengan identitas brand. Struktur kerja ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mendapatkan arahan profesional sekaligus mengembangkan kreativitas dalam menghasilkan konten visual yang efektif dan konsisten untuk media sosial Adara *Coffee* Bintaro.