

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT MAGANG

2.1 SEJARAH PERUSAHAAN

STUJA Group merupakan Holding Company yang berdiri pada tahun 2019 di Jakarta, Indonesia. Terbentuk karena kecintaan owner untuk membuat sebuah brand yang dikemas untuk saling menyatukan, maka dari itu makna dari kata stuja adalah "satu jalan - satu tujuan", dari situlah stuja group terbentuk dan terinisiasikan oleh para pendirinya. Saat ini Stuja Group menaungi perusahaan pada bidang FnB, Architec, Interior Design, Fashion, dan Music Media, dan akan terus melebarkan sayapnya di berbagai bidang.

Stuja mulai berdiri sejak tahun 2019. Didirikan oleh seorang sepasang suami istri artis muda Indonesia bernama Ayudia Bing Slamet dan Ditto Percussion seorang musisi di dunia pemusikan Indonesia. Dimulai dari rasa kecintaan para pendiri terhadap kopi nusantara dan kesadaran untuk menjaga bumi, hal ini menjadi latar belakang yang kuat sebagai alasan PT. Satu Jalan Indonesia berdiri, menjadi Kedai Kopi yang berbeda dengan konsep citra rasa lokal yaitu Fokus Stuja Coffee adalah perusaah kedai kopi yang menyajikan cita rasa aneka ragam kopi nusantara yang berkualitas dan menghadirkan konsep dan packaging ramah lingkungan. Dibalik bisnis kopi ini Stuja juga ingin ikut serta mengajak masyarakat untuk mulai peduli lingkungan, sekaligus menyediakan platform bagi para penggiat bisnis dan orang-orang kreatif untuk berkarya serta mengembangkan keterampilan mereka. Sedangkan misi dari Stuja Group sendiri adalah berkolaborasi dengan berbagai macam pihak dari berbagai macam bidang untuk bersama - sama berkembang.

Dalam hal ini praktikan sendiri melakukan magang (MBKM) di bidang FnB milik STUJA Group yaitu Stuja Coffee. Stuja Coffee ini adalah kedai kopi yang mulai berdiri sejak tahun 2019. Saat ini, Stuja Coffee sudah memiliki delapan cabang yang tersebar di wilayah Jakarta dan sekitarnya serta Bali. Dengan jumlah sekitar 6 outlet aktif yang berada di Jakarta Selatan,Depok,Bintaro,Bekasi,Kerobokan Bali,dan Sanur Bali. Dan 2 outlet yang sedang dalam proses opening pada daerah Renon Bali dan Lombok.Tidak hanya fokus untuk berbisnis kopi di outlet Stuja sendiri aktif untuk mengadakan acara-acara seperti music,sport,workshop dan lainnya. Hal ini dilakukan untuk

memberitahu masyarakat bahwa Stuja Coffee sangat mampu untuk memberikan ruang bagi seorang yang ingin berkembang, mencari hiburan, tempat menampung kegiatan komunitas dan lainnya.

Meskipun dikenal sebagai kedai kopi tetapi Stuja Coffee sendiri juga sangat aktif diberbagai bidang kegiatan diluar seperti open booth di acara-acara besar, membuat acara tersendiri untuk mengundang masa, berkolaborasi di acara brand atau company-company besar seperti Uniqlo, Marlboro, Kahf dan lainnya, menjadi catering acara personal sampai instansi besar. Mempunyai banyak service serta kegiatan-kegiatan positif dalam bidang Coffee Shop, membuat Stuja Coffee salah satu kedai kopi yang sangat unggul diantara pesaingnya terutama di 3 store besar yaitu Cipete-Jakarta Selatan, Kerobokan-Bali, dan Sanur-Bali.

2.2. VISI DAN MISI

PT Satu Jalan Indonesia (Stuja Coffee) mempunyai visi dan misi sebagai berikut :

- Visi

Stuja's Group memberikan wadah bagi para penggiat usaha dan insan kreatif agar terus berkembang di masa mendatang dalam keterbatasan apapun untuk menciptakan kesan yang memorable terhadap sebuah brand lokal.

- Misi

1. Menciptakan ruang dengan segudang kegiatan bisnis kreatif dalam satu perusahaan
2. Menciptakan product yang ramah lingkungan dan terus memberikan awareness mengenai peduli lingkungan
3. Kedai dengan citra rasa khas lokal dengan tujuan akan membawa sampai go internasional.

2.3. LOGO PT. SATU JALAN INDONESIA

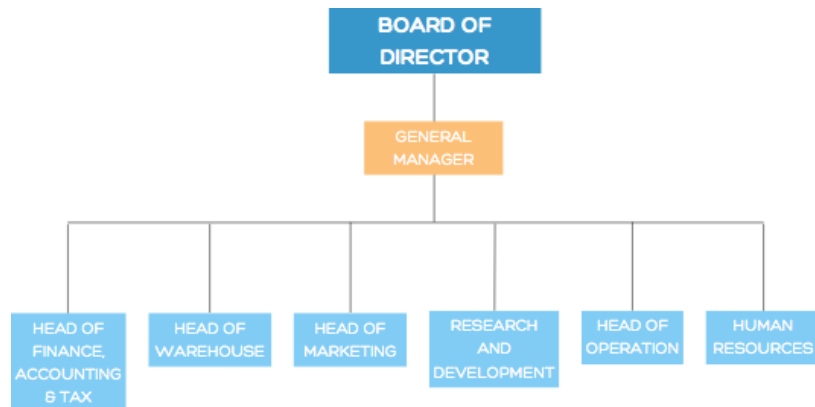


Gambar 2.1 Logo PT.Satu Jalan Indonesia
Sumber : Internal PT.Satu Jalan Indonesia

Perusahaan PT.Satu Jalan Indonesia memiliki logo yang berwarna hitam putih dengan lambang satu jalanan lurus yang dimana logo ini sendiri dimaknai oleh maksud dari tujuan pembuatan badan usaha PT. Satu Jalan Indonesia. Dimana logo ini dikemas untuk mengambil makna dari salah satu brand besar dalam Holding Company ini yaitu Stuja Group yang merupakan singkatan dari "Satu Jalan-Satu Tujuan" maka dari itu dibuatlah logo yang sedemikian rupa untuk menggambarkan maksud dan tujuan dari perusahaan. PT.Satu Jalan Indonesia atau biasa disebut Stuja Group telah menaungi perusahaan pada bidang *F&B, architec, interior design, fashion dan music media*.

2.4 STRUKTUR ORGANISASI

Untuk mencapai tujuan bersama, PT.Satu Jalan Indonesia memiliki struktur organisasi yang diterapkan oleh perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT.Satu Jalan Indonesia (Stuja Coffee)

Sumber: Internal PT. Satu Jalan Indonesia

Berikut penjelasan struktur organisasi dari PT.Satu Jalan Indonesia (F.Pradana, komunikasi pribadi, 4 Juli 2022):

- **Board of Directors (BOD)**

BOD PT Satu Jalan Indonesia merupakan posisi tertinggi untuk memimpin, mengawasi serta mengendalikan internal seluruh proyek yang dijalankan oleh perusahaan. BOD sendiri bertanggung jawab untuk memutuskan kebijakan-kebijakan penting yang mendukung proses bisnis.

BOD ini sendiri terdiri dari CO-FOUNDER, CEO, dan Direktur Utama

- **General Manager**

General manager sendiri bertugas untuk mengawasi perkembangan semua divisi sebagai pengendali seluruh tugas dan fungsi dalam perusahaan, bertanggung jawab atas pengambilan keputusan serta tercapai atau tidaknya goals perusahaan.

- **Head of Finance, Accounting & Tax**

Bertugas untuk mengurus mengkalkulasi, menangani, mencatat dan menganalisa semua keuangan outlet-outlet Stuja Indonesia dari segi pemasukan dan pengeluaran, mengurus perpajakan dalam perusahaan dan outlet, membuat laporan-laporan keuangan. Divisi finance ini juga memiliki

pembukuan yang berfungsi untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran baik uang maupun product. Posisi ini juga bertanggung jawab atas seluruh turunannya yaitu Accounting staff, Finance staff, Tax staff sampai purchasing.

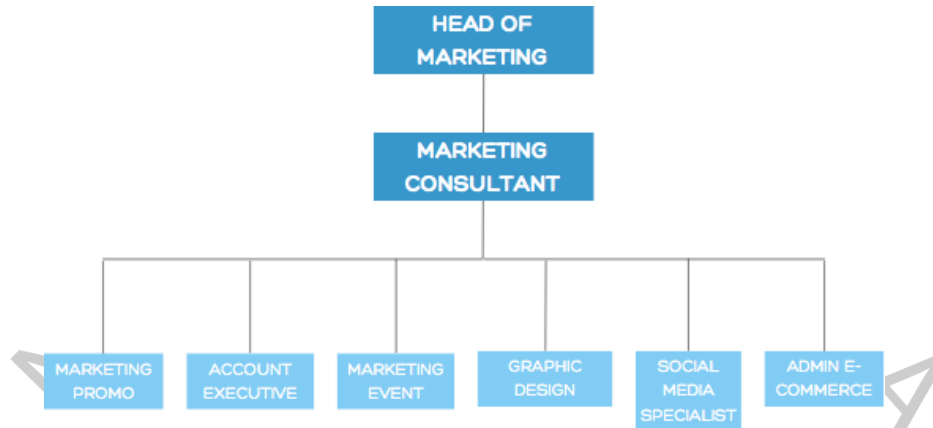
- **Warehouse**

Warehouse atau gudang dalam PT. Satu Jalan Indonesia memiliki tugas mengatur *product* yang masuk dan keluar dari store semua outlet Stuja Coffee, terdapat beberapa staff di dalam divisi *warehouse* yaitu *Warehouse Admin Staff, Stocking And Shipping Staff* mereka bertugas untuk menghitung barang yang masuk serta keluar di semua store Stuja Coffee dengan tujuan melakukan pengemasan barang, menerima barang atau paket masuk, sekaligus mengantarkan barang - barang tersebut ke setiap store yang sudah kehabisan barang. Divisi ini juga masih berkaitan dengan *Finance & Accounting Admin Staff* untuk menghitung pembelian setiap store terkait bahan baku baik yang masuk maupun yang menjadi *cost*.

- **Research and Development**

Tim RnD atau *Research and Development* di Stuja Coffee terdiri dari dua staff yaitu *R&D Food*, dan *R&D Beverages*. Mereka bertugas untuk membuat serta menemukan menu makanan dan minuman untuk akhirnya di release dan di jual pada setiap outlet di Stuja. Divisi ini bertanggung jawab atas citra rasa product pada Stuja Coffee. Dan mengeluarkan menu-menu baru setiap tahun dan setiap *moment*.

2.2.1 STRUKTUR DIVISI MARKETING



Gambar 2.3. Struktur Organisasi PT.Satu Jalan Indonesia (Stuja Coffee)

Sumber: Internal PT. Satu Jalan Indonesia

- **Head of Marketing**

di PT. Satu Jalan Indonesia Departemen ini bertanggung jawab untuk melakukan berbagai kegiatan untuk meningkatkan penjualan yang berkaitan dengan kegiatan peningkatan kesadaran dan revitalisasi. Pekerjaan departemen adalah menyelenggarakan acara, menjangkau pihak eksternal, menjangkau konsumen dan bisnis, membuat konten untuk media sosial, dan melakukan kegiatan kampanye lingkungan/sosial.

- **Marketing Consultant**

Pada PT.Satu Jalan Indonesia sendiri marketing consultant disini bertugas untuk menganalisis trend apa yang sedang banyak disukai oleh masyarakat, dan mengawasi strategi marketing yang akan dikeluarkan oleh Stuja Coffee supaya tetap berjalan dengan lancar tanpa kesalahan persepsi dari eksternal

- **Marketing Promo**

Marketing promo dalam PT.Satu Jalan Indonesia ini bertugas untuk memberikan jumlah promosi dan konten promosi yang berbeda-beda terhadap

setiap outlet. Marketing promo bertugas untuk memnentukan margin yang didapat dari setiap persenan promo yang akan di release atau dikeluarkan.

- **Account Executive**

Account Executive pada PT.Satu Jalan Indonesia ini bertugas untuk melakukan *approaching* kepada berbagai pihak brand, perusahaan atau instansi besar lainnya. Melihat peluang usaha bersama seperti kolaborasi atau *partnership*. Mempertimbangkan segala macam keputusan yang akan diputuskan demi kelancaran perusahaan dan kepuasan klien, bertanggung jawab atas kebutuhan klien. Semua hal yang dilakukan oleh AE adalah mencakup kebutuhan citra brand,sales,dan objective dari project-project tertentu.

- **Marketing Event**

Marketing event disini bertugas mengurus segala teknis-teknis dan kebutuhan kebutuhan lapangan saat acara berlangsung. Dari mulai mengurus budgeting,rundown,vendor,sampai juga kebutuhan riders artist jika dalam acara tersebut terdapat artis. Marketing event bertanggung jawab atas kelancaran acara yang dijalani tersebut.

- **Graphic Design**

Fungsi graphic design disini yaitu membuat desain-desain pada Stuja Coffee. Dari mulai desain product,menu seluruh outlet,proposal,lanyard dan kartu pengenalan karyawan sampai kebutuhan-kebutuhan sosial media lainnya. Yaitu mencangkup poster acara untuk di *Instagram story* dan *feeds*.

- **Sosial Media Specialist**

Tugas Sosial Media Specialist pada Stuja Coffee sendiri yaitu berhubungan langsung dengan pengikut. Dan bertanggung jawab atas konten-konten harian yang akan di upload pada platform media sosial resmi Stuja Coffee. Seperti Instagram,YouTube,dan TikTok.

- **Admin E-commerce**

Admin disini bertugas untuk mengurus pesanan atau reservasi customer Stuja, bertanggung jawab juga menjadi customer service yang baik pada setiap platform penjualan Stuja seperti Shopee, Tokopedia, Gojek dan Grab

2.5 KEGIATAN UMUM PERUSAHAAN

Aktivitas yang dilakukan pada PT. Satu jalan Indonesia sendiri yaitu berfokus di bidang *Food&Beverages* menjual berbagai kopi dengan cita rasa lokal serta lokal food sampai dengan western food. Kegiatan umum sendiri yang biasa dilakukan oleh Stuja Coffee adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Menjual Product

Melakukan penjualan produk kepada konsumen, dengan jumlah outlet yang dimiliki Stuja Coffee sangat berpaku pada penjualan, dan kunci utama berjalannya perusahaan sendiri adalah melalui penjualan produk pada setiap outletnya, dengan mengutamakan cita rasa produk dan juga kepuasan pelanggan hal-hal seperti stock product, pembuatan product, pengiriman, sampai pembukuan untuk pendapatan harian harus dilakukan setiap hari. Untuk melakukan ini banyak pihak terlibat dan bekerjasama untuk mencapai tujuan.

2. Aktivasi Sosial Media

Stuja sendiri mempunyai fokus utama lainnya selain menjual produk yaitu dengan melakukan branding yang luas, untuk mencapai visi misi dari perusahaan branding sangat diperlukan bagi perusahaan maka dari itu disetiap harinya akan dilakukan aktivitas pada sosial media dengan pembuatan konten, memasang iklan-iklan pada platform tertentu. Tujuannya adalah untuk memberikan awareness setiap hari kepada pengikut, bersentuhan langsung kepada konsumen melalui aktivasi-aktivasi media sosial ini.

3. Weekly Meeting

Weekly meeting dalam PT. Satu Jalan Indonesia ini dilakukan secara rutin yaitu setiap minggunya untuk update apa saja yang sudah

dikerjakan, yang masih diproses sampai yang menjadi hambatan. Meeting mingguan ini merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk terus melihat perkembangan SDM serta perkembangan perusahaan itu sendiri, ditangan tanggung jawab personal yang berbeda-beda. Meeting mingguan ini juga biasa dipakai untuk melakukan *brainstorming* bersama divisi-divisi lainnya, dimana semua pemegang kepentingan berkumpul dalam satu ruangan untuk mendiskusikan masalah pekerjaan.

4. Outlet Activity

Kegiatan ini yaitu seperti music, hobby, kolaborasi, workshop sampai dengan open booth juga menjadi rutinitas perusahaan dan menjadi kegiatan umum selama 1 tahun terakhir, bisa dilakukan dalam outlet maupun Stuja Coffee akan keluar untuk berjualan diberbagai event besar yang tidak hanya membawa keuntungan dalam *sales* melainkan juga awareness dan product branding. Hal ini biasa dilakukan oleh divisi marketing dan oprasional untuk terus menunjang kegiatan-kegiatan seperti ini.