

BAB II

DESKRIPSI OBYEK

A. Sejarah Lantai Bumi *Coffee*

Lantai Bumi *Coffee* adalah salah satu unit usaha dari perusahaan PT. LANTAI BUMI INDONESIA yang didirikan oleh Dedy Apriady. Lantai Bumi *Coffee* dibangun di kawasan Pogung Kidul, jalan Kaliurang, Yogyakarta. Pada bulan Oktober tahun 2016 Lantai Bumi *Coffee* resmi dibuka untuk umum.

Gambar 2.1.
Lantai Bumi *Coffee*



Sumber: sasyasyuttravel.blogspot.com

Lantai Bumi *Coffee* dibangun di kawasan perumahan jalan Kaliurang, yaitu di Pogung Baru No. C 28, Yogyakarta. Memiliki konsep sebagai *working space* untuk mendukung lokasi yang berada di kawasan kos-kosan mahasiswa dan dekat dengan

Universitas Gajah Mada, diharapkan para pengunjungnya dapat bekerja atau menyelesaikan tugas-tugasnya sambil menikmati suasana di Lantai Bumi *Coffee*. Kapasitas pengunjung sebanyak 133 orang yang terdiri dari 2 ruangan yaitu *indoor* dan *outdoor* sebagai ruangan merokok. Ruangan *indoor* memiliki kapasitas pengunjung 43 orang, sedangkan untuk ruangan *outdoor* atau *smoking area* dapat menampung 90 orang pengunjung. Lantai Bumi *Coffee* juga menyediakan tempat parkir untuk mobil dan motor yang cukup luas.

B. Visi dan Misi Lantai Bumi *Coffee*

Lantai Bumi *Coffee* mempunyai visi cinta dan bersatu dengan bumi, sedangkan misi yang akan dilaksanakan meliputi:

1. Menjadi kedai kopi yang dapat diakui dan dikenal di Indonesia dan bahkan Internasional.
2. Menciptakan suatu lingkungan kerja yang baik dengan saling menghormati dan menghargai.
3. Menyatukan unsur keragaman sebagai salah satu komponen berbisnis.
4. Menyajikan produk terbaik untuk *costumer* terutama pada bidang kopi.

Visi dan misi tersebut akan menjadi pedoman bagi *owner* dan tim dalam mengambil keputusan agar Lantai Bumi *Coffee* menjadi *coffee shop* yang dapat terus berkembang di lingkup nasional atau bahkan internasional, dapat menyejahterakan para karyawannya, menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, dan dapat memberikan kualitas produk serta pelayanan yang baik bagi *customer*.

C. *Marketing Communication* Lantai Bumi Coffee

Marketing Communication Lantai Bumi Coffee bertugas memikirkan strategi *marketing* atau promosi dengan membuat program untuk menaikkan jumlah pengunjung dan menaikkan *brand awareness* sehingga perusahaan diketahui oleh banyak orang, memikirkan media yang akan digunakan untuk mempromosikan produk sehingga mendapat hasil yang sesuai dengan target yang diharapkan. *Marketing Communication* bertanggungjawab untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan dengan cara melakukan evaluasi penjualan produk, mencari tahu tentang tren dan memantau persaingan, serta merancang suatu program atau promosi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan dengan membuat konten Instagram, membuat *caption*, dan menyumbang ide untuk membuat promo atau membuat iklan pada *e-commerce* atau media sosial.

D. *Produk* Lantai Bumi Coffee

Keunggulan Lantai Bumi Coffee adalah menyediakan kopi dengan kualitas yang tinggi dengan berbagai pilihan biji kopi berkualitas dari daerah Indonesia hingga biji kopi dari negara lain. Selain menjual kopi, Lantai Bumi Coffee juga menjual minuman lain seperti berbagai *smoothies*, berbagai pilihan teh, dan minuman manis lainnya seperti Red Velvet, Taro, Matcha dan lainnya. Lantai Bumi Coffee juga menyediakan berbagai macam cemilan seperti *french fries*, *nachos*, *spicy wings* dan juga menyediakan makanan berat seperti pasta, berbagai macam

Gambar 2.4.
Menu di Lantai Bumi *Coffee*



Sumber: @lantaibumi, 2022

Gambar 2.5.
Menu Promo di Lantai Bumi *Coffee*



Sumber: @lantaibumi, 2022