

BAB II

DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Cosan

Dilansir dari hasil data wawancara peneliti, Cosan yang merupakan singkatan dari Coffee Sanctuary sudah didirikan sejak tahun 2017. Cosan merupakan salah satu pelaku bisnis yang jenis usahanya bergerak di bidang F&B atau Food and Beverages. Tentunya, sesuai dengan jenis usahanya Cosan menjual produk dalam bentuk makanan dan minuman. Cosan yang berbentuk kafe merupakan salah satu tempat rekomendasi untuk mengerjakan tugas atau sekedar nongkrong yang nyaman dan kekinian di Yogyakarta, khususnya untuk anak muda (Kumparan, 7 Februari, 2023).



Gambar 1.3. Gambar suasana nongkrong dan mengerjakan tugas di Cosan (Instagram @cosan.idn)

Dilansir dari hasil wawancara pribadi peneliti, Cosan sudah membuka cabang keduanya kurang lebih setahun dari kafe tersebut sejak didirikan pada tahun 2017.

Untuk saat ini, pemilik Cosan sedang berfokus merencanakan pembangunan cabang ketiga karena melihat lancarnya kedua cabang tersebut. Cabang pertama yang merupakan cabang pusat Cosan terletak di Yogyakarta, lebih tepatnya di Jln Kaliurang Km 5, Jl. Srinindito No.8, Caturtunggal, Yogyakarta, Jawa Tengah 55281, dan cabang kedua juga masih terletak di Yogyakarta, Jl. Seturan Raya No.6, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Cosan tidak memiliki profil perusahaan di internet dan hanya memiliki media sosial Instagram dan Facebook saja untuk pemasaran dan penyebaran informasi. Namun, sampai saat ini media sosial yang aktif digunakan adalah Instagram saja. Instagram Cosan hingga sekarang memiliki 227 postingan dan 6.683 pengikut.



Gambar 1.4. Gambar profil Instagram Cosan (Instagram @cosan.idn)

Mereka memiliki slogan dengan menggunakan tagar yang bertuliskan, #PartnerInEveryMoment. Slogan tersebut dapat diartikan dengan, mitra di setiap momen. Slogan cosan tersebut menunjukkan bahwa Cosan ingin mendampingi para

konsumennya di segala situasi seperti di rumah maupun sedang di perjalanan pulang saat mudik. Tidak berhenti disitu, slogan lain yang dikeluarkan oleh Cosan adalah #SipEverywhereYouGo, yang dapat diartikan dengan meneguk dimana pun anda pergi. Makna dari slogan itu sendiri adalah Cosan ingin melakukan gerakan dimana konsumen mengkonsumsi produk Cosan kemana pun mereka pergi (Instagram @cosan.idn).



Gambar 1.5. Gambar slogan Cosan (Facebook Cosan)



Gambar 1.6. Gambar slogan Cosan (Facebook Cosan)

Aktivitas Cosan di Instagram juga terbilang cukup ramai, dengan postingan di feeds Instagram mereka yang berjumlah 227, Cosan memuat konten di Instagram untuk menyebarkan informasi mengenai produk mereka atau hanya untuk sekedar berpartisipasi dalam mengucapkan tanggal penting di kalender seperti perayaan Idul Fitri atau Hari Kartini.



Gambar 1.7. Gambar isi konten Cosan (Instagram @cosan.idn)



Gambar 1.8. Gambar isi konten Cosan (Instagram @cosan.idn)

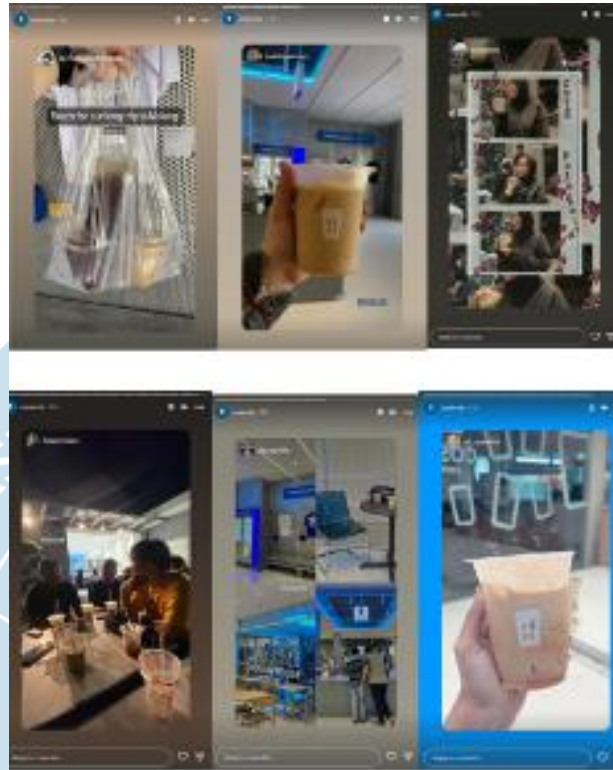
Seperti yang dapat dilihat pada gambar diatas, isi konten media sosial Instagram Cosan tidak hanya berisikan ucapan tanggal penting di kalender saja, melainkan isi konten salah satu kafe hits Jogja tersebut terdiri dari berbagai macam promosi penjualan mereka. Pada gambar 1.8. bagian paling kiri, konten Instagram Cosan tersebut berisikan tentang bagaimana Cosan mempromosikan jenis kopi mereka yaitu Creamy Latte, dengan menggunakan formula atau resep yang baru, di konten tersebut bertuliskan bahwa resep baru Creamy Latte mereka akan terasa lebih “extra thicc and long lasting”, atau yang dapat diartikan bahwa resep baru tersebut akan terasa lebih kental dan bertahan lama dan tetap terasa lezat walau ditinggal hingga 24 jam. Kemudian, gambar di tengah pada gambar 1.8. berisikan konten Instagram Cosan yang menjelaskan bahwa terdapat promo penjualan berupa diskon sebesar 20% untuk segala jenis minuman, dengan syarat hanya untuk takeaway atau dibawa pulang, dengan ketentuan minimal pembelian 10 gelas dan promo tersebut berlaku hanya pada bulan Ramadhan saja. Terakhir, di gambar ketiga dan paling kanan pada gambar 1.8.

berisikan konten Instagram Cosan yang menjelaskan tentang promosi penjualan Cosan dalam bentuk pembagian kopi gratis pada akhir pekan, dengan syarat hanya untuk 100 gelas pertama per cabang (Instagram @cosan.idn).

Tidak berhenti di situ, setiap harinya Cosan juga aktif berkomunikasi dengan konsumennya. Hal tersebut dapat ditunjukkan melalui konsumen yang membuat story di Instagram mereka dengan men-tag Instagram Cosan di @cosan.idn, kemudian story para konsumen tersebut akan di post ulang di story Instagram Cosan itu sendiri. Kurang lebih dalam sehari, Cosan dapat memposting ulang story Instagram para konsumennya dengan jumlah 10-15 postingan ulang yang berbentuk story Instagram.



Gambar 1.9. Gambar postingan ulang story konsumen oleh Cosan (Instagram @cosan.idn)



Gambar 2.0. Gambar postingan ulang story konsumen oleh Cosan (Instagram @cosan.idn)

Tidak hanya kopi saja, Cosan juga terkenal karena menyajikan makanan pendamping, yaitu Croffle yang sempat viral sekitar tahun 2021. Cosan menjual berbagai jenis rasa Croffle, mulai dari Nutella, Salted Caramel, Biscoff, dan masih banyak lagi. Cosan merupakan salah satu kafe di Jogja yang mencetuskan Croffle tersebut. Cosan atau Coffee Sanctuary merupakan salah satu kafe rekomendasi di Jogja yang menyajikan croffle yang tak kalah nikmat (IDN Times, 22 Juli, 2021).



Gambar 2.1. Gambar Croffle sebagai pendamping makanan dari kopi (Instagram @cosan.idn)

B. Profil Narasumber 1

Selain itu, faktor lain tentunya ada pada para narasumber penelitian ini. Narasumber pertama penelitian ini adalah pemilik dari Cosan itu sendiri, yaitu Devon Harsono. Secara singkat, Devon merupakan seorang lulusan universitas ternama di Australia yaitu RMIT (Royal Melbourne Institute of Technology) University pada tahun 2021 dan ia juga sempat menerima gelar Diploma Edukasi, jurusan Bisnis Internasional dari Singapore Institute of Management pada tahun 2019. Pada tahun 2017, ia membangun bisnis bersama kakaknya di kota kelahirannya Yogyakarta, yang dinamakan Cosan atau singkatan dari Coffee Sanctuary. Sejak cabang pertama Cosan didirikan, ia berlaku sebagai owner dari bisnis tersebut. Tugas Devon secara ringkas di Cosan adalah mengatur pemasaran Cosan dan mengamati kinerja para pekerja, serta memberitahu kekurangan dan hal-hal yang perlu dibenahi di Cosan.

C. Profil Narasumber 2

Selanjutnya, narasumber kedua penelitian ini adalah Manajer Operasional Cosan, yang bernama Wikanjati Mahendra, atau yang biasa dipanggil “Jati”. Saat ini, ia sedang menyelesaikan perkuliahannya pada salah satu universitas ternama di Yogyakarta. Pada tahun 2018, ia awalnya melamar dan akhirnya diterima untuk bekerja paruh waktu sebagai barista di cabang pertama Cosan. Seiring berjalannya waktu, Devon selaku owner Cosan melihat kinerja yang baik dan kegigihan dari Jati. Oleh karena itu, pada tahun 2020 Jati diangkat menjadi Manajer Operasional di kedua cabang Cosan dan bekerja dengan waktu penuh. Tugas beliau secara ringkas adalah mengatur dan mempertahankan alur kerja dari barista, para pekerja lainnya, bahan baku, hingga ide yang akan dirancang dan digunakan untuk Cosan itu sendiri.

BAB III PEMBAHASAN