

## BAB II

### PROFILE, PRODUK, DAN STAKEHOLDER CONVERSO

#### 2.1 Deskripsi Klien



Gambar 2.1 Logo Converso

Converso Coffee dan Eatery merupakan klien dari karya bidang “Program Komunikasi Repositioning dan Retargeting Converso sebagai Cafe Family”. Converso berlokasi di Jalan Mulawarman, Semarang, dan telah berdiri sejak tahun 2016 dengan konsep menggabungkan industri kreatif dan kenyamanan. Visi dari Converso adalah berkomitmen memberikan ruang ternyaman dengan desain interior yang kuat dan inspiratif sehingga membuka ruang kreativitas. Sehingga pada mulanya anak muda dan pekerja adalah target utama dari sasaran pasar Converso. Namun beberapa kelebihan lain dari Converso berupa menu variatif dari Asian, Western, dll yang disukai segala kalangan, tempat yang luas lengkap dengan fasilitas mushola dan arena bermain anak, menjadikan Converso cocok dijadikan sebagai kafe keluarga. Oleh karena itu Converso berusaha memperluas target pasarnya dan berusaha memperluas citra merek atau repositioning sebagai *cafe family*.

Converso yang telah dikenal sebagai cafe untuk anak muda dan pekerja, membutuhkan langkah-langkah strategis untuk mengubah citra mereknya menjadi *café family*. Upaya repositioning dan memperluas target ini bukan hanya dikarenakan kelebihan yang dimiliki oleh Converso, melainkan karena Converso juga mengalami penurunan jumlah pelanggan atau stagnasi dalam penjualan sehingga upaya ini perlu dilakukan. Program komunikasi Repositioning dan Retargeting merupakan serangkaian kegiatan marketing yang dilakukan untuk menciptakan citra merek Converso sebagai *café family*. Event berupa Pop Up Market dan Workshop Pizza Making and Latte Art adalah expo dan workshop yang

ditujukan kepada keluarga untuk memperkenalkan Converso sebagai kafe yang ramah keluarga. Selain itu berbagai kegiatan marketing seperti diskon, paket makanan, iklan, pembuatan konten di media sosial juga semakin mendukung proses terciptanya repositioning Converso sebagai *café family*, memperluas target pasar, sekaligus meningkatkan penjualan di Converso Coffee and Eatery.

## 2.2 Produk dan Layanan Converso

Produk dan layanan yang diberikan oleh Converso Coffee & Eatery adalah makanan dan minuman yang bervariasi, mulai dari makanan Asia, Nusantara, Western, dan Fusion Food. Minumannya juga terdiri dari kopi dengan berbagai macam jenis dan non kopi seperti milkshake, jus, dll. Berbagai pilihan menu yang bervariasi ini sangat cocok untuk segala umur termasuk keluarga.



Gambar 2.2 Menu Makanan Bervariasi

Selain itu Converso juga menyediakan ruang untuk meeting, workshop, special event seperti arisan, ulang tahun, bahkan wedding. Sehingga keluarga tidak hanya bisa menikmati makanan tapi juga bisa berkumpul untuk mengadakan acara. Fasilitas pendukung lainnya adalah area bermain anak, mushola, toilet, ruang indoor dan outdoor, serta smoking area untuk memenuhi kebutuhan keluarga.



Gambar 2.3 Ruang Outdoor Converso



Gambar 2.4 Arena Bermain Anak

## **2.3 Stakeholder**

### **2.3.1 Stakeholder Internal**

Stakeholder internal yang terlibat dalam program ini terdiri dari pemilik Converso Coffee & Eatery, Marketing dan Keuangan Converso, dan Staff Converso. Pemilik Converso Coffee & Eatery berperan dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya terkait upaya repositioning Converso sebagai Cafe Family. Marketing dan Keuangan Converso berperan dalam membantu berbagai aktivitas promosi, menyebarluaskan informasi, serta membangun brand awareness Converso di berbagai platform. Kemudian Staff Converso berperan untuk memastikan kualitas pelayanan kepada pelanggan dan mendukung jalannya program yang dilaksanakan.

### **2.3.2 Stakeholder Eksternal**

Stakeholder eksternal yang terlibat dalam program ini terdiri dari pelanggan utama Converso yaitu keluarga, komunitas potensial, dan UMKM non-F&B. Pelanggan keluarga berperan sebagai target utama dari repositioning Converso. Kemudian komunitas potensial seperti Gabungan Organisasi Wanita (GOW), Komunitas Diajeng Semarang, Bukibuk Semarang, dan Ibu Profesional Semarang, berfungsi sebagai jaringan untuk memperluas jangkauan promosi serta partisipasi aktif dalam program. UMKM non-F&B berperan dalam menambah daya tarik dalam program, serta mendukung kolaborasi lokal yang memperkuat repositioning Converso sebagai Cafe Family.