

LAMPIRAN

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Regina Gani

Jabatan : Pemilik dan Manager Operasional Coffee Rider

Alamat : Jalan Merdeka 163 , Cimone , Tangerang 15113

Menyatakan bahwa Mahasiswa jurusan Makreting Communication & Advertising Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta, Yohanes Dimas Wibowo telah melakukan kegiatan riset wawancara di Coffee Rider untuk mengetahui bagaimana Strategi Promosi Coffee Rider Dalam Menarik Minat Beli Pelanggan di Tahun 2018 Melalui Sosial Media Instagram.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa paksaan dan dibuat untuk diketahui dan dipergunakan dengan sebaik – baiknya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Tangerang , 1 April 2019



Regina Gani

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Narasumber : Barry Agustinus

Jabatan : Owner Coffee Rider

Deskripsi Tentang Usaha

1. Produk yang dijual apakah hanya minuman kopi , non kopi , dan makanan ? atau ada produk yang lainnya dijual juga ? jika ada jelaskan alasannya
2. Untuk pengelolaan apakah anda mengelola sendiri atau ada pekerja lain?
3. Kapan berdirinya Coffee Rider dan sejarah singkat berdirinya Coffee Rider serta perkembangannya sejak awal ?

Rencana Produksi dan Promosi

1. Untuk mengembangkan produk, apa saja yang pernah anda lakukan?
2. Apakah anda memanfaatkan komunikasi untuk kebutuhan penjualan anda bagi setiap konsumen? Media apa yang dipakai untuk komunikasi?
3. Bagaimana analisa STP yang dilakukan Coffee Rider ? (Segment , Targeting , Positioning)
4. Bagaimana Analisa SWOT yang dilakukan Coffee Rider ? (Strength , Weakness , Opportunity , Threats)
5. Mengenai pentingnya Strategi Promosi ?
6. Program promosi apa saja yang sudah dijalankan Coffee Rider untuk menarik minat beli pelanggan ?
7. Bagaimana strategi khusus dalam menggunakan instagram untuk promosi dan menarik minat beli pelanggan ?

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Narasumber : Regina Gani

Jabatan : Manager Operasional

Strategi Promosi dan Media Promosi

1. Apa tujuan yang mendasari Coffee Rider melakukan promosi ?
2. Kapan Coffee Rider melakukan kegiatan promosi ?
3. Media apa yang digunakan untuk melakukan promosi ?
4. Alasan memilih media tersebut ?
5. Saat menentukan program promosi yang akan dijalankan , terdapat proses awal. Hal apa yang dilakukan Coffee Rider sebelum menentukan program promosi yang akan dibuat ?
6. Siapa yang bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan dalam menentukan program promosi yang akan dijalankan ?
7. Apa kendala dalam menjalankan , membuat strategi atau program promosi tersebut ? bagaimana untuk mengatasinya ?
8. Jelaskan mengenai strategi promosi yang dilakukan Coffee Rider untuk menarik minat beli pelanggan ?
9. Bagaimana jumlah peningkatan pelanggan Coffee Rider sejak tahun 2016 hingga 2018 ini ?

Pemanfaatan Instagram

1. Sejak kapan Coffee Rider menggunakan Instagram sebagai media promosi ?
2. Alasan menggunakan instagram sebagai media promosi ?
3. Fitur apa saja yang anda ketahui dalam media sosial instagram?

4. fitur apa saja yang biasa digunakan Coffee Rider dalam melakukan kegiatan promosi ?
5. Bagaimana proses Top of mind dikalangan konsumen melalui instagram ?
6. Ada kah divisi khusus yang bertanggung jawab menangani dalam menjalankan promosi melalui instagram ?
7. Bagaimana meningkatkan followers instagram Coffee Rider yang kita ketahui bahwa followers mempengaruhi kualitas dan eksistensi Coffee Rider di Tangerang ?
8. Berapa kah jumlah followers instagram Coffee Rider saat ini ?
9. Menurut anda apa yang terpenting dalam melakukan promosi dengan instagram ?
10. Dalam pembuatan konten di instagram hal apa yang perlu anda perhatikan dan lakukan?

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Konsumen Coffee Rider

1. Apakah anda mengetahui keberadaan instagram Coffee Rider ?
2. Bagaimana produk yang ada di Coffee Rider ?
3. Sejak kapan dan dari mana anda mengetahui Coffee Rider ?
4. Bentuk promosi apa yang anda ketahui dari instagram dan pernah anda gunakan ?
5. Alasan ingin membeli produk Coffee Rider ?
6. Saran untuk Coffee Rider ?

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Barry Agustinus

Jabatan : Owner Coffee Rider

Deskripsi Tentang Usaha

1. Produk yang dijual apakah hanya minuman kopi , non kopi , dan makanan ? atau ada produk yang lainnya dijual juga ? jika ada jelaskan alasannya
Ada , selain itu kami juga menjual kaos Coffee Rider dengan design kaos yang simple dan keren. Alasannya supaya ketika ada yang pakai kaos Coffee Rider ini di luar sana tentu akan meningkatkan brand awareness dari Coffee Rider.
2. Untuk pengelolaan apakah anda mengelola sendiri atau ada pekerja lain?
Tidak ada pekerja lain kami mengelola sendiri bersama istri saya ibu Regina Gani
3. Kapan berdirinya Coffee Rider dan sejarah singkat berdirinya Coffee Rider serta perkembangannya sejak awal ?
Kafe kopi ini dicetuskan oleh saya sendiri, ibu Regina Gani serta rekan saya Chandra Yulardi. Ide kedai kopi ini berawal dari hobi saya dan ibu Regina terhadap motor custom dan juga Chandra seorang barista. Dari obrolan kami bertiga , akhirnya pada mei 2016 dibukalah Coffee Rider yang menggabungkan konsep motor dan kopi. Awalnya masih berupa kedai kecil dan tempatnya masih outdoor di depan toko baju Monochrome. Ternyata banyak yang suka, anak – anak motor kostum sering mampir untuk ngopi . Karena peminatnya banyak tapi tempatnya kecil, kita pindah ketempat yang lebih besar di lantai 2 sampai sekarang.

Rencana Produksi dan Promosi

1. Untuk mengembangkan produk, apa saja yang pernah anda lakukan?
Yang biasa dilakukan berinovatif mengadakan dan membuat menu baru baik makanan atau minuman.
2. Apakah anda memanfaatkan komunikasi untuk kebutuhan penjualan anda bagi setiap konsumen? Media apa yang dipakai untuk komunikasi ?
Iya menurut kami komunikasi itu penting untuk menjalin hubungan dengan semua konsumen , dengan komunikasi ini kami dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen. Untuk media yang digunakan biasanya sosial media Instagram tepatnya.
3. Bagaimana analisa STP yang dilakukan Coffee Rider ? (Segment , Targeting , Positioning)
Segment : Untuk target pasar Coffee Rider itu pria/wanita usia 18 – 35 tahun di Tangerang , tapi terkadang banyak juga orang yang usianya lebih dari itu datang untuk membicarakan bisnisnya bersama para rekannya di Coffee Rider biasanya mereka pengusaha.
Targeting : Pastinya anak muda sampai orang tua yang pecinta / petualang kopi , artinya mereka yang suka ngopi dengan melihat dan sangat menghargai proses kopi itu sendiri sampai muncul kenikmatan kopi itu dari proses tersebut.
Positioning : Supaya lebih mudah di ingat di benak konsumen Coffee Rider ini melakukan positioning nya ya sesuai dengan nama brand kita sendiri yaitu identik dengan motor custom jadi kayak konsep nya memadukan kopi dan motor custom.
4. Bagaimana Analisa SWOT yang dilakukan Coffee Rider ? (Strength , Weakness , Opportunity , Threats)
Keunggulan : Lokasi yang strategis , Suasana dan konsep cafe yang cozy atau nyaman , menu makanan dan minuman yang unik dan berbeda serta memiliki rasa yang sedap, harga produk yang terjangkau.

Kelemahan : Belum maksimal dalam penjualan saat jam siang hari , lahan parkir yang kurang memungkinkan untuk menampung mobil yang banyak.

Peluang : Merambah area yang lebih jauh dengan membuka Coffee Rider Express (masih direncanakan belum di realisasikan) , Menjadikan tren ngopi di tengah masyarakat.

Ancaman : Kompetitor yang ada di sekitaran Coffee Rider , konsep unik kafe kopi lain yang lebih menarik daripada Coffee Rider , kompetitor yang menawarkan harga yang lebih murah.

5. Mengenai pentingnya Strategi Promosi ?

Penting banget untuk meningkatkan penjualan , setiap bulan kami ingin ada suatu bentuk promosi

6. Program promosi apa saja yang sudah dijalankan Coffee Rider untuk menarik minat beli pelanggan ?

kami sudah melakukan Posting berbayar, promo new menu , give away , support acara , Diskon harga , dan event yang kami publikasikan melalui Instagram Coffee Rider. Selain itu kami juga rutin setiap hari rabu mengadakan live music untuk menghibur suasana

7. Bagaimana strategi khusus dalam menggunakan instagram untuk promosi dan menarik minat beli pelanggan ?

Melanjutkan strategi yang sebelumnya sudah dilakukan. Maksudnya strategi yang dapat mempengaruhi dan menarik target konsumen datang ke Coffee Rider. Dan melihat perkembangan yang lagi terjadi saat ini dan seterusnya.

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Regina Gani

Jabatan : Manager Operasional

Strategi Promosi dan Media Promosi

1. Apa tujuan yang mendasari Coffee Rider melakukan promosi ?
Untuk menarik para konsumen untuk membeli produk Coffee Rider dan meningkatkan penjualan.
2. Kapan Coffee Rider melakukan kegiatan promosi ?
Saat tahun 2016 ketika awal Coffee Rider buka kami sudah melakukan kegiatan promosi.
3. Media apa yang digunakan untuk melakukan promosi ?
Kami memakai banner yang di pasang di depan toko , dan media sosial nya memakai instagram.
4. Alasan memilih media tersebut ?
Supaya orang yang lewat di jalan raya cimone ini melihat bahwa ada promosi yang dijalankan Coffee Rider , karena instagram murah , mudah aksesnya , jangkauannya luas sehingga mudah untuk mentarget para konsumen.
5. Saat menentukan program promosi yang akan dijalankan , terdapat proses awal. Hal apa yang dilakukan Coffee Rider sebelum menentukan program promosi yang akan dibuat ?
Hal yang dilakukan dalam proses awal pembuatan program promosi adalah melihat dan mempelajari apa yang menjadi kebutuhan konsumen , khususnya dalam bidang bisnis kafe kopi. Kami mengambil referensi dari kafe kopi yang ramai pengunjung di tangerang ini

misalnya kami belajar dari sana , atau referensi dari internet untuk menambah dan memperluas wawasan akan kebutuhan konsumen.

6. Siapa yang bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan dalam menentukan program promosi yang akan dijalankan ?

Yang bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan adalah saya sebagai manager operasional di Coffee Rider.

7. Apa kendala dalam menjalankan , membuat strategi atau program promosi tersebut ? bagaimana untuk mengatasinya ?

Yang menjadi kendala adalah ketika kami membuat program promosi ini sebenarnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen , namun ada konsumen merasakan program promosi dinilai kurang tepat untuknya dan di sisi lain ada konsumen lain juga tapi ia merasakan tepat untuknya. Disini lah yang menurut kami menjadi kendala. Cara mengatasinya dengan kami mempertimbangkan program promosi yang kami buat supaya relevan dengan apa yang kebanyakan dibutuhkan konsumen.

8. Jelaskan mengenai strategi promosi yang dilakukan Coffee Rider untuk menarik minat beli pelanggan ?

Paid Promote : melakukan posting berbayar ini tujuannya untuk meningkatkan brand awareness Coffee Rider oleh masyarakat tangerang , yang kebanyakan followers dari @abouttng yaitu anak – anak muda tangerang.

Instagram Ads : dengan menggunakan instagram ads lebih mendapatkan jangkauan yang luas untuk mempromosikan promo-promo yang sedang berlaku di Coffee Rider , dan dapat dilihat oleh semua masyarakat pengguna instagram.

Give away : ingin menjangkau ke penjualan online Coffee Rider menggunakan give away yaitu dengan pembelian varian menu kopi

yang sudah ditentukan dan membelinya melalui aplikasi Go – Food by Gojek , pembeli mendapatkan kesempatan beli 1 gratis 1 .

Sponsorship event : mensukseskan berjalannya acara dan sekaligus memperingati Hari Kopi Sedunia. Dengan mensupport acara ini Coffee Rider sebagai cafe kopi bukan hanya berorientasi pada benefit yang didapat tapi turut ambil bagian dalam kegiatan ini yang mana ingin mengapresiasi semua pelaku kopi yang disingkat dalam 5P.

Event : event yang diadakan di Coffee Rider bertujuan untuk edukasi , menyajikan hiburan pada konsumen yang datang , dan serta menarik konsumen supaya datang. Biasanya saat acara berlangsung kita gunakan instagram story dan instagram live buat kasih tau suasana di Coffee Rider

Discount Price : Untuk memaksimalkan penjualan khususnya program Happy Hour ini supaya memaksimalkan penjualan pada jam siang hari.

9. Bagaimana jumlah peningkatan pelanggan Coffee Rider sejak tahun 2016 hingga 2018 ini ?
- Bersyukur selalu ada peningkatan pelanggan di tiap tahunnya. Kalau di perhatikan dan di rata – rata pada tahun 2016 rata – rata 8 cup per hari, tahun 2017 rata – rata 60 cup per hari , tahun 2018 rata – rata 100 cup per hari.*

Pemanfaatan Instagram

1. Sejak kapan Coffee Rider menggunakan Instagram sebagai media promosi ?
Sejak awal buka tahun 2016 sudah menggunakan instagram , namun tidak gencar seperti sekarang.
2. Alasan menggunakan instagram sebagai media promosi ?

Karena murah , mudah aksesnya , jangkauannya luas sehingga mudah untuk mentarget para konsumen.

3. Fitur apa saja yang anda ketahui dalam media sosial instagram?

Caption , location , Instagram Ads , Insta Story , Instagram Live , Kolom Komentar , Hastag , Instagram TV.

4. fitur apa saja yang biasa digunakan Coffee Rider dalam melakukan kegiatan promosi ?

Caption (dengan caption kami dapat membuat konten menarik untuk para konsumen) , Insagram Ads (Memasang iklan produk dan promo yang berlaku) , Hastag atau taggar (untuk membangun top of mind dikalangan konsumen) , Insta Story (untuk memberi kabar suasana Coffee Rider , beriklan , mengingatkan kembali , edukasi) , Kolom Komentar (untuk berinteraksi dengan konsumen dan pengguna media sosial instagram).

5. Bagaimana proses Top of mind dikalangan konsumen melalui instagram ?

Berfokus pada kualitas produk yang selalu terjaga itu yang paling mendasar , supaya orang ketika saat datang ke Coffee Rider merasa terkesan karena kualitas yang oke. Nah ketika di instagram kita memanfaatkan hastag atau taggar (#) untuk membangun proses itu. Taggar yang biasa dan wajib di gunakan adalah #coffeerider dan #coffeetangerang.

6. Ada kah divisi khusus yang bertanggung jawab menangani dalam menjalankan promosi melalui instagram ?

Tidak ada divisi khusus yang memegang instagram ini , yang mengurus promosi melalui instagram adalah saya sendiri. Karena saya ingin saya sendiri lah yang mengemas Coffee Rider di hadapan publik melalui instagram.

7. Bagaimana meningkatkan followers instagram Coffee Rider yang kita ketahui bahwa followers mempengaruhi kualitas dan eksistensi Coffee Rider di Tangerang ?

Kami sering request konsumen yang datang untuk post mengenai Coffee Rider dan request follow ig kami. Hal itu yang kami lakukan

8. Berapa kah jumlah followers instagram Coffee Rider saat ini ?

Sekarang ini sekitar 7 ribuan followersnya

9. Menurut anda apa yang terpenting dalam melakukan promosi dengan instagram ?

Program promosi yang dijalankan harus relevan dengan kebutuhan konsumen dan konten yang dibuat harus menarik konsumen.

10. Dalam pembuatan konten di instagram hal apa yang perlu anda perhatikan dan lakukan?

Fokus mengandung substansi atau isi pada promosi yang ingin kita sampaikan pada publik dan sifatnya lebih mempengaruhi publik supaya datang / order produk kami.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HASIL WAWANCARA

Nama : Adam Al Hadad

Konsumen Coffee Rider

1. Apakah anda mengetahui keberadaan instagram Coffee Rider ?
Iya gue mengetahuinya
2. Bagaimana produk yang ada di Coffee Rider ?
Yang gue pesan sekarang adalah icepresso caramelo , menurut gue komposisi yang disajikan ini sangat pas sehingga perpaduan espresso dan karamelnya sangat terasa dan rasanya nikmat dan segar.
3. Sejak kapan dan dari mana anda mengetahui Coffee Rider ?
Kira kira dari tahun 2017 gue mengetahuinya kebetulan saya sering lewat jalan raya cimone ini dan gue melihat Coffee Rider ini di kiri jalan.
4. Bentuk promosi apa yang anda ketahui dari instagram dan pernah anda gunakan ?
Waktu itu gue pernah gunain yang promo new menu minuman blackpink dan mendapat potongan harga. Dan Happy hour di jam siang hari bareng temen kuliah sekalian nugas kuliah pas jam kuliah kosong.
5. Alasan ingin membeli produk Coffee Rider ?
Selain pilihan menu yang nikmat , suasana yang nyaman dan asik juga untuk nongkrong bareng temen.
6. Saran untuk Coffee Rider ?
Jadwal live musicnya ditambah lagi 3 kali seminggu gitu misalnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HASIL WAWANCARA

Nama : Dewi Agustin

Konsumen Coffee Rider

1. Apakah anda mengetahui keberadaan instagram Coffee Rider ?
Iya saya mengetahuinya
2. Bagaimana produk yang ada di Coffee Rider ?
Menurut saya produk Coffee Rider dari kualitas rasa terutama sangat mantap lah dan menarik dari menu makanan dan minumannya.
3. Sejak kapan dan dari mana anda mengetahui Coffee Rider ?
Sejak tahun 2018 awal sih saya tahunya dan mengetahui Coffee Rider dari temen saya yang ngajakin kumpul di Coffee Rider
4. Bentuk promosi apa yang anda ketahui dari instagram dan pernah anda gunakan ?
Waktu itu saya pernah gunain promo kartini day dan promo new menu blackpink.
5. Alasan ingin membeli produk Coffee Rider ?
Makanan dan minumannya yang enak dan suasana kafe yang asik banget
6. Saran untuk Coffee Rider ?
Tetep berinovasi mengadakan menu baru yang keren keren.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

CURRICULUM VITAE



Nama : Yohanes Dimas Wibowo
TTL : Tangerang , 20 Agustus 1996
Jenis Kelamin : Laki – laki
Agama : Katolik
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Belum Menikah
Email : Deemas_wbw@yahoo.com
Alamat : Jalan Krakatau III no. 14 Perumnas I
Rt. 02 Rw. 09 Kota Tangerang
No. Telp : 0859-7442-6181

Pendidikan

SD : SD Strada Slamet Riyadi I Tangerang
SMP : SMP Strada Slamet Riyadi Tangerang
SMA : SMK N 2 Kota Tangerang
Universitas : Universitas Mercubuana
Degree Awarded : S1 (Strata satu)
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Promosi Coffee Rider Tangerang Dalam Menarik Minat Beli Pelanggan di Tahun 2018 Melalui Sosial Media Instagram

GPA

Organisasi :

Tahun	Nama Organisasi	Jabatan
2014 - 2015	Karang Taruna	Member
2015 - 2016	OMK PIUS 7	Member

Pengalaman Kerja :

Tahun	Nama Perusahaan	Divisi
2013	PT. Pelita Cengkareng Paper (Internship)	Quality Control
2017	PT. PLN (persero) DISJAYA (Internship)	Account Executive

Aktivitas Nasional / Internasional :
