

INTERVIEW GUIDE

1. Apa keunggulan yang dimiliki sushi story dengan competitor?

Jawab : kita melihat competitor sekarang ya, banyak sekali keunggulan yang kita miliki, sudah sangat terlihat jelas. Kita memiliki keunggulan dari segi harga dan segi produk atau kualitas.

2. Siapa target pasar sasaran Sushi Story?

Jawab : kalau untuk target sasaran Sushi Story adalah konsumen kalangan jiwa muda dan keluarga (*Youngsters and Families*). Yang mana kita memiliki dengan tingkat *middle-low*

3. Bagaimana proses perencanaan yang dilakukan oleh sushi story?

Jawab : kita sebelum melakukan kegiatan promosi kita juga ada dalam melakukan perencanaan seperti sebelumnya itu kita melihat bagaimana competitor kita sekarang ini dengan selalu *up to date*. Kemudian juga melakukan survey terlebih dahulu untuk kita agar tahu segi apa yang lebih bagus dari competitor kita. Setelah kita mengetahui nantinya kita akan melakukan upgrade secara keseluruhan bagaimana tentang competitor kita sebenarnya. Kemudian kita juga melakukan tujuan promosi yang akan kita lakukan dimana memiliki tujuan sama halnya dengan perusahaan kebanyakan untuk meningkatkan omset. tetapi kita juga memiliki tujuan dalam promosi yang mana dalam meningkatkan branding dimana untuk mempertahankan pelanggan. kalau untuk mengukur apa yang telah tercapai kita belum ada standarisasinya, tetapi selama ini kita melihat dari peningkatan pelanggan

yang datang dari berapa banyak jumlah orderan setiap harinya. kalau untuk target sasaran Sushi Story adalah konsumen kalangan jiwa muda dan keluarga (*Youngsters and Families*). Yang mana kita memiliki dengan tingkat *middle-low*.

4. Apa tujuan aktivitas promosi pada Sushi Story?

Jawab : kalau untuk tujuan utama seperti usaha kuliner lainnya juga yaitu dalam meningkatkan omset, tetapi sekarang sudah banyaknya competitor kuliner jepang di Yogyakarta yang baru, makanya kita memiliki tujuan lain dalam hal meningkatkan branding dan juga eksis di social media dengan bekerja sama dengan akun kuliner instagram agar dapat mempertahankan pelanggan kita juga.

5. Aktivitas promosi apa saja yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggan Sushi Story ?

Jawab : kalau untuk promosi yang dilakukan kita itu ada periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas

6. Apa alasan memilih aktivitas promosi tersebut?

Jawab :

- Periklanan : kalau kita dalam menggunakan Periklanan tidak menggunakan secara keseluruhan, seperti spanduk, baliho, *billiboard* ataupun periklanan baik di Televisi maupun Radio, karena menurut kita itu sangat tidak efektif terlihat apa tujuan promosi Sushi Story saat ini. kemudian kita diperbolehkan harus dengan budget yang rendah, Kita hanya menggunakan semacam poster yang mana hasil desain itu kita

publish di media sosial kita. Jadi hal semacam poster tersebut kita posting di halaman sosial media kita

- Promosi penjualan : kalau dalam promosi penjualan sampai saat ini kita lebih menggunakan media promosi seperti diskon, kupon dan kontes. menurut kita cara paling ampuh untuk mempertahankan pelanggan kita, melihat dari banyaknya competitor saat ini adalah melalui media promosi tersebut.
- Personal selling : jelas kita menggunakan promosi ini lah mbak. Promosi ini sangat efektif sekali digunakan bagi Sushi Story. Kita ini adalah usaha kuliner yang jelas makanan, makanya harus ada promosi ini untuk konsumen mengetahui secara langsung produk apa saja yang kita miliki selama ini
- *Public Relations* atau Publisistas : kita juga pernah didatangkan oleh media pers seperti tribun jogja dan kedaulatan rakyat, sewaktu adanya launching outlet baru, produk baru dan event cosplay. Tetapi bukan dari pihak kita yang ingin mem-publish tersebut. Malahan adanya tawaran dari pihak Lippo Mall Jogja semisal tentang pembukaan outlet terbaru kita kemarin, seperti itu sekiranya

7. Siapa saja yang terlibat dalam melakukan aktivitas promosi Sushi Story?

Jawab : kita memiliki tim tersendiri dalam hal ini yaitu dengan departemen Public Relation dan Promo Marketing dalam pelaksanaan dan keputusan penentuan tugas dalam aktivitas promosi tersebut.

8. Bentuk media promosi apa saja yang digunakan Sushi Story untuk melakukan aktivitas Promosi?

Jawab :

- Banner : kalau untuk banner pasti adalah. Tetapi kita hanya menggunakan untuk di outlet saja, tidak ada secara keseluruhan untuk kita taruh dimana gitu
- Kupon : palingan kita main di voucher nominal minimal 20 rb untuk menarik peminat seumpama beli kekita 100 rb nominal 20rb satu voucher untuk 1 kali makan jadi konsumen datang selama 5 kali
- Diskon : ya paling kalau diskon itu maksimal 20%. Terus kalau untuk potongan harga kita belum ada. Kita gunain diskon juga untuk menarik perhatian konsumen saja mbak
- Kontes : terkadang ya mbak, kita itu sudah bingung apa yang akan kita gunakan jika kita merasa flat aja, tidak adanya peningkatan pelanggan ataupun penjualan. jadi kita putar balik dengan menggunakan kontes. Kita melihat dari segi lingkungan saja seperti lomba makan, lomba fotografi, lomba menggambar dan lain-lain. Dengan begitu, kita mendapatkan pelanggan baru maupun pelanggan lama yangn menyukai kontes-kontes ini mba
- Pesan singkat : kita juga gunakan media promosi ini, kita sms masing-masing teman kita yang menjadi pelanggan dan juga broadcast kepada pelanggan kita yang biasanya menjadi langganan kita untuk

menginformasikan ada yang baru loh dari Sushi Story atau jika ada event juga yang dimiliki Sushi Story

- media sosial : kita untuk sampai saat ini media promosi yang kita gunakan adalah social media. Karena kita merasa social media paling efektif. Dengan tidak banyaknya biaya yang dikeluarkan, seumpunya kita nge-publish iklan di social media sushi story, seperti lomba foto selfie dengan hadiah voucher ketimbang menggunakan brosur ataupun baliho yang dipajang, belum dengan pajaknya, belum lagi efektifnya yang melihat berapa orang, yang lewat disitu berapa orang
- Endorsement : saat ini Sushi Story selain memanfaatkan sosial media dengan baik, kita juga menggunakan *endorsement* di akun kuliner instagram. banyak banget kan tuh sekarang masyarakat yang mem-*follow* akun kuliner di instagram. dan kita melihat sangat peluang yang besar bagi Sushi Story untuk mempertahankan pelanggan kita dan juga dalam menarik pelanggan baru

9. Mengapa menggunakan media tersebut sebagai alat untuk berpromosi?

Jawab : kalau untuk itu pastinya kita melihat pada saat itu media promosi apa yang sangat gampang dan cepat, salah satunya seperti media sosial. tidak butuh budget besar. Kemudian melihat juga segi apakah sangat efektif sehingga kita bisa gunakan dengan melihat tujuan aktivitas promosi Sushi Story itu sendiri.

10. Apakah kebudayaan di jepang dapat berpengaruh pada kegiatan promosi ?

Jawab : kalau untuk apakah ada pengaruh dari kebudayaan jepang terhadap kegiatan promosi, mungkin kita hanya menggunakan seperti halnya pada costume dan dekorasi tempat saat meakukan kegiatan promosi tersebut.

11. Bagaimana cara menjalin hubungan dengan pelanggan ?

Jawab : dengan melakukan media promosi tadi lewat pesan singkat, jadi seperti kita kirim sms ke pelanggan kita dengan adanya promo atau menu baru kemudian pelanggan juga sering contact kita dahulu jika ingin ke Sushi Story dan juga menanyakan menu favorite mereka ada apa tidak dengan seperti itu sih mba.

12. Produk atau fasilitas apa saja yang dimiliki Sushi Story ?

Jawab : kalau untuk produk kita ada Sushi, Takoyaki, Ramen dan minuman-minuman jepang. Kemudian kalau untuk fasilitas untuk store kita sendiri kita memiliki berbagai konsep store yang berbeda-beda disetiap storenya.

PENGUNJUNG SUSHI STORY

Nama : Azura Syofyan

Status : Mahasiswa

1. Dari mana mengetahui tentang Sushi Story ?

Jawab: saya dikasih tau temen waktu itu

2. Seberapa sering anda datang ke Sushi Story ?

Jawab: kira-kira sebulan 2x

3. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke Sushi Story lagi ?

Jawab: karena saya kira makanan jepang susah dimakan ternyata saya bisa juga untuk mencoba kuliner jepang.

4. Bagaimana produk yang dimiliki oleh Sushi Story ?

Jawab: enak dan sesuai dengan lidah saya

5. Produk apa yang sering anda pesan ?

Jawab: takoyaki sih mba paling seneng dipesen.

Nama : Balquisa Nistrina

Status : Mahasiswa

1. Dari mana mengetahui tentang Sushi Story ?

Jawab: dari saya pernah lewat gejayan terus lihat ada kuliner jepang terus tertarik pengen cobain.

2. Seberapa sering anda datang ke Sushi Story ?

Jawab: sebulan 1 kali sepertinya.

3. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke Sushi Story lagi ?

Jawab: karena murah terus saya juga suka jajan atau menu-menu baru.

4. Bagaimana produk yang dimiliki oleh Sushi Story ?

Jawab: Good kok. Harga sesuai dengan rasa

5. Produk apa yang sering anda pesan ?

Jawab: saya sering pesen takoyaki favoritnya

Nama : Tania Bhayangrini

Status : Pelajar

1. Dari mana mengetahui tentang Sushi Story ?

Jawab: waktu itu saya liat di media sosial saya, yang di akun akun kuliner di instagram.

2. Seberapa sering anda datang ke Sushi Story ?

Jawab: sering mba. Bisa 3-4x dalam sebulan

3. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke Sushi Story lagi ?

Jawab: menarik dari segi rasanya mba, pas gitu dengan selera saya, nggak seperti yang saya bayangin.

4. Bagaimana produk yang dimiliki oleh Sushi Story ?

Jawab: kalau untuk produknya, enak dan harga juga menjangkau kayak anak sekolahan kayak saya.

5. Produk apa yang sering anda pesan ?

Jawab: senengnya pesen ramennya mba, enak banget kuah ramennya.

Nama : Ayu Ningsih

Status : Swasta

1. Dari mana mengetahui tentang Sushi Story ?

Jawab: kalau nggak salah, waktu itu saya diceritain sama keponakan saya, saya termasuk suka kuliner atau mencoba makanan baru. Jadi, diajak oleh keponakan saya.

2. Seberapa sering anda datang ke Sushi Story ?

Jawab: setelah mencoba sama keponakan saya waktu itu, saya jadi sering kesitu kalau lagi break kerja sama temen kantor. Lumayan sering 2 minggu sekali.

3. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke Sushi Story lagi ?

Jawab: hmm.. sushi story itu murah dan enak menurut saya.

4. Bagaimana produk yang dimiliki oleh Sushi Story ?

Jawab: produknya macam-macam dan banyak pilihan yang pengen dicoba satu-satu.

5. Produk apa yang sering anda pesan ?

Jawab: takoyaki dan sushi nya mba.