

Interview Guide

1. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan Klinik Kopi dalam merencanakan strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan pelanggan?
2. Bagaimana aktivitas promosi yang dilakukan Klinik Kopi melalui media internet?
3. Apa tujuan dari aktivitas promosi melalui internet?
4. Apa saja isi pesan yang ingin disampaikan lewat kegiatan promosi Klinik Kopi?
5. Bagaimana cara Klinik Kopi mengidentifikasi target audiens dari promosi yang dilakukan melalui media internet?
6. Apa tujuan promosi yang dilakukan Klinik Kopi tersebut?
7. Alat promosi apa saja yang digunakan Klinik Kopi dalam melakukan promosi kepada pengunjung?
8. Mengapa Klinik Kopi menggunakan alat promosi tersebut?
9. Apa saja media Internet yang digunakan Klinik Kopi?
10. Mengapa Klinik Kopi menggunakan media Internet?
11. Media Internet apa yang paling efektif yang digunakan untuk promosi?
12. Apakah Klinik Kopi menggunakan iklan berbayar untuk melakukan kegiatan promosi?
13. Bagaimana cara Klinik Kopi menciptakan awareness melalui media internet?
14. Siapa saja publik sasaran Klinik Kopi?
15. Bagaimana Klinik Kopi menciptakan dirinya? Apa yang berbeda dari kedai kopi lainnya?
16. Adakah kendala-kendala yang ditemui Klinik Kopi dalam melakukan strategi tersebut?

17. Bagaimana cara Klinik Kopi dalam menentukan indikator bahwa promosi yang dilakukan sudah sesuai dengan target?
18. Bagaimana cara Klinik Kopi untuk menjaga dan memelihara citra baik di mata publik?
19. Bagaimana Klinik Kopi menyampaikan pesan promosi sehingga dapat diterima oleh konsumen?
20. Bagaimana tahap evaluasi yang dilakukan Klinik Kopi menyangkut strategi promosi yang telah dijalankan?

Hasil Wawancara

1. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan Klinik Kopi dalam merencanakan strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan pelanggan?

Jawab : pengunjung itu dampak, pengunjung datang itu bukan tujuan. Ketika kita bikin produk yang unik pengunjung pada datang gitu lho. Jadi tujuanku bukan untuk orang datang ke sini. Jadi kita bikin sesuatu yang beda, orang akan ooo di klinik kopi itu beda nah itu efeknya mereka kesini. Kalau bikin orang datang kesini nggak bisa, kalau kamu perhatikan warung kopi lain jadi cara mereka mungkin ya diskon atau beli satu gratis satu, tapi menurutku itu malah jadi boomerang dan berarti produk mereka itu nggak laku. Jadi disini bikin yg di warung kopi lain nggak ada.

2. Bagaimana aktivitas promosi yang dilakukan Klinik Kopi melalui media internet?

Jawab : kita praktis Cuma pakai instagram kemudian cross posting ke facebook udah gitu tok, oiyaa sama ke youtube dan wibesite.

3. Apa tujuan dari aktivitas promosi melalui internet?

Jawab : Kita mendelivery produk kita, jadi gini kita jelas nggak mungkin ngomong bahwa koka itu alatnya bagus itu jelas nggak mungkin. Caranya kita bikin ceritanya kenapa sih koka dripper dan light roasted setelah itu kita jelaskan ke follower kita.

4. Apa saja isi pesan yang ingin disampaikan lewat kegiatan promosi Klinik Kopi?

Jawab : Lebih ke kegiatan warung kopi kebanyakan orang. Jadi kita itu lebih tergantung tema misalkan temanya tentang kebun, soal warung kopi, atau soal apa jadi temanya berubah ubah. Jadi kita kadang juga nggak ngikutin warung kopi lain. Misalkan kemarin habis pergi bali ada bamboo atau sesuatu yang jarang, lebih ke apa yang aku lihat dan aku rasakan.

5. Bagaimana cara Klinik Kopi mengidentifikasi target audiens dari promosi yang dilakukan melalui media internet?

Jawab : Kalau dilihat dari followers kita, rata-rata datanya itu dari antara 25-35 jadi audiennya lebih ke orang yang secara ekonomi sudah mapan.

6. Apa tujuan promosi yang dilakukan Klinik Kopi tersebut?

Jawab : Tujuannya mendelivery sebuah produk itu, jadi ketika kita traveller kita nggak cuma dapat foto tapi juga dapat cerita. Nah kemudian cerita-cerita itu kita deliverykan ke followers kita.

7. Alat promosi apa saja yang digunakan Klinik Kopi dalam melakukan promosi kepada pengunjung?

Jawab : instagram, facebook, youtube dan website.

8. Mengapa Klinik Kopi menggunakan alat promosi tersebut?

Jawab : karena lebih efektif. Karena konsumen kita kebanyakan pengguna social media jadi difokuskan menggunakan media social jauh lebih gampang.

9. Apa saja media Internet yang digunakan Klinik Kopi?

Jawab : ya itu tadi, instagram, facebook, youtube dan website.

10. Mengapa Klinik Kopi menggunakan media Internet?

Jawab : lebih gampang, lebih mudah semua orang menjangkau. Kalau cetak itu iya tapi jarang paling bisa dihitung missal tiga bulan sekali masuk Koran. Jauh lebih efektif internet.

11. Media Internet apa yang paling efektif yang digunakan untuk promosi?

Jawab : Instagram sama youtube. Yang paling utama itu di instagram biasanya setelah beberapa bulan baru setelah itu kita posting di youtube.

12. Apakah Klinik Kopi menggunakan iklan berbayar untuk melakukan kegiatan promosi?

Jawab : tidak, sama sekali tidak. Kita menolak itu. Dihandle sendiri semua.

13. Bagaimana cara Klinik Kopi menciptakan awareness melalui media internet?

Jawab : bikin sesuatu yang pelanggan nggak pernah kepikiran lakukan, misalnya cara mengambil gambar, mengambil cerita. Kita justru mengangkat petaninya, orang yang sebetulnya sangat berpengaruh disitu.

14. Siapa saja publik sasaran Klinik Kopi?

Jawab : orang yang jelas suka kopi.

15. Bagaimana Klinik Kopi menciptakan dirinya? Apa yang berbeda dari kedai kopi lainnya?

Jawab : pertama kita nyari bean nya jelas, dari sumber petaninya jelas, karena kita datang langsung cari sendiri juga jauh lebih terkontrol. Kedua roastingnya, itu yang paling penting. Roasting itu mengubah biji kopi menjadi kopi, dari green bean menjadi kopi. Kita mainnya di light roast. Nggak semua orang mungkin beranibikin kaya kita, karena resikonya banyak. Antara biji kopi menjadi keras banget atau dia menjadi nutty jadi Cuma bau kacang. Nah harus belajar sih, karakternya itu dari salah satunya di roasting nya.

16. Adakah kendala-kendala yang ditemui Klinik Kopi dalam melakukan strategi tersebut?

Jawab : enggak sih, lancar-lancar aja. Terutama dari media internet jauh lebih lancar.

17. Bagaimana cara Klinik Kopi dalam menentukan indikator bahwa promosi yang dilakukan sudah sesuai dengan target?

Jawab : Kita nggak pernah punya target yang harus tembus segini. Kita bikin ya bikin aja. Rata-rata tiap hari 80 gelas kalau koka nya 20.

18. Bagaimana cara Klinik Kopi untuk menjaga dan memelihara citra baik di mata publik?

Jawab : bikin yang kita suka, bikin sesuatu yang mungkin orang nggak pernah kepikiran. Warung kopi kok nggak pakai gula, warung kopi kok nggak pakai susu, warung kopi kok harus antre.

19. Bagaimana Klinik Kopi menyampaikan pesan promosi sehingga dapat diterima oleh konsumen?

Jawab : bahasa sederhana, bikin bahasa yang tidak terlalu rumit diterima orang.

20. Bagaimana tahap evaluasi yang dilakukan Klinik Kopi menyangkut strategi promosi yang telah dijalankan?

Jawab : nggak ada, paling Cuma missal warung yang lain jual kopi apa, nah kita jual yang beda dari yang lain.

Hasil Wawancara Pelanggan

1. Menurut anda, bagaimana langkah-langkah yang dilakukan Klinik Kopi dalam merencanakan strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan pelanggan?

Jawab : saya kurang paham mengenai hal tersebut...Cuma menurut saya sih sudah cukup bagus mas. Selama ini saya lihat banyak pengunjung yang datang di klinik kopi, jadi mungkin itu adalah salah satu efek promosi yang dilakukan.

2. Menurut anda, bagaimana aktivitas promosi yang dilakukan Klinik Kopi melalui media internet?

Jawab : Kalo menurut aku ya mas.. lewat media sosial tuh lebih gampang aja aksesnya..sekarang hampir semua orang punya Hp, yang namanya pake media sosial udah pasti lah.. lagian kalo ada info terbaru juga langsung tau mas

3. Menurut anda, apa saja tujuan dari aktivitas promosi melalui internet?

Jawab : ya yang jelas buat naikin penjualan sesuai target mas

4. Apa saja isi pesan promosi yang membuat anda tertarik untuk berkunjung ke klinik kopi yogyakarta?

Jawab : Pas awal tau itu ya tertarik mas, ceritanya asik, unik gitu mas...lha itu yang membuat saya sampai sekarang sering main kesini...promosi-promosi di Iganya tuh lumayan membangun mood mas..jadi aku pribadi lebih tertarik berkunjung langsung kesini.

5. Bagaimana awal mula anda tertarik untuk berkunjung ke klinik kopi yogyakarta?

Jawab : Awal datang kesini ya mas..?? ya tau dari sosial media mas...Awalnya di recommend temen awalnya..terus tertarik ehh malah jadi keseringan kesini mas haha...

6. Apa saja media promosi online yang anda ketahui yang digunakan oleh klinik kopi yogyakarta?

Jawab : Taunya cuma IG aja sih mas.

7. Selain IG..nggak tau lagi mas?

Jawab : nggak sih mas.. kalo yang lain mungkin konten di youtube mas..tapi lebih tertarik di IGnya mas, simple dan gampang ga makan kuota hgahahah

8. Hal apa yang membuat anda tertarik untuk sering berkunjung ke klinik kopi yogyakarta?

Jawab : Seneng aja mas..punya ciri khas tersendiri disini, beda ama tempat lain..terutama karena prosesnya itu mas..jadi ya karena seneng aja mas.. punya ciri khas tersendiri disini, beda ama tempat lain..terutama karena prosesnya itu mas..jadi ya karena seneng aja mas.

9. Jadi..anda hanya mengetahui dari promosi online yang dilakukan klinik kopi mas?

Jawab : Iya mas.. aku pribadi waktu itu cuma tertarik sama roastingannya Klinik Kopi, pas disini sekalian tanya-tanya soal penjelasan yang ada di IG, jadinya udah paham betul lah kalo masalah kopi di Klinik Kopi..favorit....

10. Menurut anda, mengapa Klinik Kopi menggunakan alat promosi tersebut?

Jawab : ya mungkin karena lebih efektif ya mas.

11. Oh iya mas, kalo boleh tahu. Berapa usia anda saat ini? Dan masih mahasiswa atau kerja mas?

Jawab : Udah kerja mas.. Kalo umurku sekarang ya masih muda lah mas hahaha...
29 tahun mas.

12. Menurut anda..lebih mudah melakukan promosi melalui media internet atau media lainnya mas?

Jawab : lebih gampang internet sih mas, bisa dijangkau semua kalangan hehehe....dan kalo aku pribadi sih sekarang lebih prefer ke sosial media mas.. lebih mudah aja aksesnya, ga ribet.

13. Ada nggak pesan-pesan promosi yang ada di IG klinik kopi yogyakarta yang mas hafal atau paham gitu?

Jawab : Banyak sih mas cerita-ceritanya..ga hafal juga aku...tapi yang jelas ya tentang kopi mas hahaha

Dokumentasi

