

LAMPIRAN

Interview guide

1. Bagaimana perencanaan promosi yang dilakukan oleh Geplak Mbok Tumpuk?

Jawaban : Sebelum melakukan promosi tentu saja kita melakukan perencanaan dengan menetapkan target dan segmentasi pasar sesuai dengan apa yang kita jual. Promosi yang efektif menurut saya itu yang tepat sasaran. Saya dan teman-teman lain dalam memutuskan siapa dan seperti apa target market kita selalu berdasarkan hasil berunding (rapat) antara saya dan supervisor atau pemegang pemasaran. Dengan begitu kita bisa tau, bukan hanya saja segmennya, tapi gimana caranya untuk bisa masuk ke segmennya kita itu.

2. Bagaimana Geplak Mbok Tumpuk menghadapi segmentasi pasar? berdasarkan demografis, psikologis, geografis

Jawaban : Target market kami yaitu sekelompok wisatawan dengan usia yang bervariasi mulai dari anak-anak sampai orang tua. Karena cocok untuk semua kalangan mas, misal untuk study tour atau kelompok kantoran bisa merasakannya. Begitu juga dengan status pekerjaan yang juga tidak terlalu kami targetkan karena harga yang dipatok dari toko kami masih relatif dapat dijangkau oleh semua. Sedangkan dari gender (jenis kelamin) sendiri yang ditargetkan oleh Geplak Mbok Tumpuk ialah semua

jenis kelamin. Sebenarnya untuk target pasar mengenai pendapatan kami lebih pada range menengah, dalam artian tidak harus yang memiliki pendapatan dibawah rata-rata atau di atas rata-rata. Karena memang target yang kami tetapkan adalah keluarga jadi kami rasa harga yang kami berikan cukup terjangkau untuk target sasaran kami. Kita ingin orang datang kesini tidak hanya membeli tetapi juga untuk bisa melihat proses pembuatannya sekaligus menawarkan workshop pembuatan langsung dari dapurnya bersama keluarga atau rekan kerja

3. Bagaimana tujuan komunikasi dalam kegiatan promosi Geplak Mbok Tumpuk?

Jawaban : tujuan promosi dasarnya kan untuk meningkatkan penjualan to mas, jadi kita dapat untung yang besar. Kalau saya sih itu hasil akhirnya yang kita mau kan. Berhubung toko oleh-oleh ini sudah lama buka, jadi promosi kita harus di pertahankan, dan perlu dikembangkan dilakukan dengan cara memberi tahu lagi kepada konsumen atau orang-orang baru daerah Bantul, dan sekitar. Kita harus bisa membujuk mereka untuk membeli produk kita, jadi pertama kita kasih tau dulu tentang apa yang kita jual dan kemudian kita bujuk mereka supaya mereka tertarik membeli produk kita kembali, baru penjualan dari situ akan lebih banyak

4. Bagaimana rancangan pesan yang akan disampaikan oleh Geplak Mbok Tumpuk?

Jawaban : pesannya yang jelas harus sesuai dengan apa yang menjadi tujuan kita, saya merancang pesannya juga konsultasi dengan beberapa rekan lainnya yang lebih mengerti, sambil melihat pembanding yang lain untuk sekedar pembandingan. Pesan kita harus menunjukkan detail lokasinya, menu kudapan bermacam-macam, tempat juga nyaman dan yang terpenting harga juga ramah dikantong. Sebisa mungkin pesan yang akan disampaikan singkat, padat dan memikat

5. Media apa saja yang digunakan oleh Geplak Mbok Tumpuk dalam melakukan kegiatan promosi?

Jawaban : sementara sampai sekarang masih memberatkan ke offline mas, kalau di media online kita memilih fanpage facebook, website jua pernah, tetapi sekarang sudah tidak ada yang mengoperasikan jadi ya sudah nonaktif, kalau untuk instagram baru dalam rencana, karena instagram sudah banyak yang memakai, dan untuk twitter kita sengaja tidak memakai, soalnya target audience kita kan keluarga jadi menurut saya kebanyakan tidak main di twitter. Kemudian Word of Mouth (WOM), kita menggunakannya untuk promosi dari mulut ke mulut, walaupun toko kita sudah lama berdiri tetapi dari pihak kita menggunakan

metode itu ketika selesai pelaksanaan workshop atau pameran .
Pernah juga lewat media radio dan surat kabar. Berharap kita bisa menarik masyarakat untuk datang ke toko oleh-oleh kita

6. Hal apa yang menjadi pertimbangan Geplak Mbok Tumpuk dalam memilih saluran komunikasi? Jelaskan!

Jawaban : pertimbangan mulai memilih media sosial adalah di mana media sosial adalah media yang gratis pada saat ini dan benar-benar mampu menjangkau seluruh masyarakat Indonesia jadi tidak berpusat di sekitaran Bantul, Jogja dan sekitarnya saja kan. Akan tetapi memang untuk saat ini yang kami jangkau hanya masyarakat sekitaran Bantul dulu. Ini merupakan sarana yang sangat baik sangat canggih yang ada pada saat ini apalagi semua lapisan masyarakat hampir semuanya menggunakan hp dimana dengan penggunaan hp itu sendiri artinya di dalamnya memiliki banyak aplikasi-aplikasi online yang digunakan seperti instagram, whatsapp, line, youtube dan pasti banyak lagi

7. Bagaimana cara mengukur hasil promosi yang sudah dilakukan oleh Geplak Mbok Tumpuk dalam menentukan anggaran promosi?

Jawaban : begini mas untuk Geplak Mbok Tumpuk sendiri, dari awal keluarga saya membangun usaha ini memang tidak ada anggaran khusus untuk melakukan promosi, hanya di awal saja kita memang ada anggaran untuk melakukan promosi melalui iklan. Akan tetapi ketika kami merasa bahwa promosi itu perlu dilakukan

maka kami akan menyisihkan anggaran untuk promosi sesuai dengan manfaat iklan itu sendiri

8. Bagaimana cara mengukur hasil promosi yang sudah dilakukan oleh Geplak Mbok Tumpuk? Jelaskan!

Jawaban : Jadi seperti yang sudah dijelaskan pertama yaitu dengan banyaknya jumlah konsumen yang datang bisa dilihat dari data-data konsumen kita dari tahun 2014-2016, dengan jumlah konsumen yang datang jelas omset kita jelas meningkat. Dalam mengukur keberhasilan promosi memang sebenarnya ada banyak faktor dan indikator. Tetapi yang paling mudah dilihat ya dengan banyaknya konsumen yang datang tadi mas

9. Bagaimana cara Geplak Mbok Tumpuk menentukan bauran promosi ?

Jawab : Kita menggunakan periklanan seperti lewat billboard, banner di sekitar toko, dan memakan media elektronik seperti untuk mengiklankan produk selain itu pakai media online mas, karena memang jaman sekarang apapun lebih cepat melalui media online. Masyarakat sekarang kan inginnya mencari informasi dengan internet biar cepet. Tinggal cari kata kunci di *google* sudah menyediakan banyak web yang mengulas informasi dari Geplak Mbok Tumpuk, jadi kita merasa terbantu walaupun gratis.

10. Melalui media internet apa saja Geplak Mbok Tumpuk melakukan promosi ?

Jawaban : Saya menggunakan media facebook mas, seperti fanpage facebook, jadi dari situ saya bisa melihat postingan-postingan dari konsumen, disitulah kita melihat review konsumen terhadap produk kita. Kalau twitter sendiri memang belum ada, soalnya sasaran segmentasi kita lebih ke keluarga, saya berfikir untuk twitter jarang yang memakai, Untuk media sosial instagram saya sudah mulai melihat peluang disana untuk menggunakannya sebagai media promosinya, mungkin dalam waktu dekat ini baru akan digunakan

11. Kenapa memilih menggunakan media tersebut ? mohon jelaskan!

Jawaban : alasan mulai memilih media sosial adalah di mana media sosial adalah media yang gratis pada saat ini dan benar-benar mampu menjangkau seluruh masyarakat Indonesia jadi tidak berpusat di sekitaran Bantul, Jogja, Solo saja kan. Akan tetapi memang untuk saat ini yang kami jangkau hanya masyarakat sekitaran Bantul, Jogja dulu. Ini merupakan sarana yang sangat canggih yang ada pada saat ini apalagi semua lapisan masyarakat hampir semuanya menggunakan Android dimana dengan penggunaan Android itu sendiri artinya di dalamnya memiliki banyak aplikasi-aplikasi *online* yang digunakan seperti Instagram, Whatsapp, Line, Youtube dan pasti banyak lagi semakin tahunnya

12. Apakah Geplak Mbok Tumpuk memakai personal selling dalam promosinya? mohon jelaskan alasannya?

Jawaban : Kita memakai personal selling mas, jadi di sini sistemnya memakai potongan harga kalau beli grosir mas, semisal ada rombongan datang ke sini, ya kita kasih potongan harga langsung tanpa ada promosi apa-apa. Kita juga memberi diskon kepada konsumen apabila konsumen itu menawar harga saat melakukan pembayaran lho, kita melakukan promosi semacam itu supaya konsumen nantinya bisa datang lagi ke sini, seperti itu. Kalau di pameran kita selalu mempromosikan dengan harga lebih miring dari yang ada di toko, jadi kita menghampiri pengunjung pameran dengan menawarkan apa yang kita promosikan

13. Apakah ada publisitas yang dilakukan oleh Geplak Mbok Tumpuk?

Jawaban : untuk publisitas kita lakukan di Facebook mas sama di penjualan online ,kalau ada kebanyakan dari orang lain atau web-web kuliner seperti gudeg.net, TripAdvisor, dan masih ada yang lain

14. Adakah divisi yang bertanggung jawab dan menjadi pelaksana dalam kegiatan promosi Geplak Mbok Tumpuk ? mohon jelaskan!.

Jawaban : disini, yang bertanggung jawab dan terlibat dalam kegiatan promosi adalah bagian supervisornya, yaitu Mbak Sri Kasih dibantu Bu Sumarni. Tapi saya sendiri terlibat dalam

mengurusi kegiatan promosinya. Hanya saja tidak semuanya saya yang menjalankan, saya cuma kadang menggunakan media online saja. kan disini sudah dibagi bagiannya masing-masing. Memang semua kebijakan mau bagaimananya nanti saya yang menentukan

15. Bagaimana evaluasi promosi yang sudah dilakukan oleh Geplak Mbok Tumpuk ?

Jawaban : evaluasi yang kita lakukan nanti dengan mengidentifikasi semua masalah yang ada dalam promosi kami. Dan juga dalam berjalannya operasional, kemudian kita diskusikan solusi apa yang nantinya dilakukan dan juga plus minusnya dari solusi tersebut itu apa saja, dari semua solusi nanti ya kita rembukan lagi mana yang dianggap paling optimal untuk perkembangan kedepannya”

16. Kapan Geplak Mbok Tumpuk melakukan kegiatan evaluasi promosi?

Jawaban : Rapat dilakukan setiap empat bulan sekali. Dari situ dapat dilihat apa saja promosi yang telah dilakukan, berapa besaran anggarannya dan bagaimana dampaknya untuk meningkatkan penjualan

Sri Kasih sebagai Supervisor dan Sumarni pelaksana promosi Geplak Mbok Tumpuk

1. Bagaimana perencanaan promosi dalam menentukan segmentasi pasar yang dilakukan oleh Geplak Mbok Tumpuk?
2. Bagaimana tujuan komunikasi dalam kegiatan promosi Geplak Mbok Tumpuk?
3. Bagaimana pesan yang akan disampaikan oleh Geplak Mbok Tumpuk dalam promosinya?
4. Hal apa yang menjadi pertimbangan Geplak Mbok Tumpuk dalam memilih saluran komunikasi?
5. Bagaimana cara Geplak Mbok Tumpuk menentukan bauran promosi?
6. Bagaimana cara mengukur hasil promosi yang sudah dilakukan oleh Geplak Mbok Tumpuk?
7. Adakah divisi yang bertanggung jawab dan menjadi pelaksana dalam kegiatan promosi Geplak Mbok Tmpuk?
8. Bagaimana evaluasi promosi yang sudah dilakukan oleh Geplak Mbok Tumpuk?

Transkrip pertanyaan dengan konsumen :

1. Dari mana anda mengetahui Geplak Mbok Tumpuk ?
2. Seberapa sering anda mampir ke Geplak Mbok Tumpuk?
3. Apa yang membuat anda tertarik datang ke Geplak Mbok Tumpuk?

4. oleh-oleh apa yang menjadi favorit anda di Geplak Mbok Tumpuk?

Jawaban ibu Eni : Pertama kali saya tau tempat ini dari ketika teman saya bawa oleh-oleh ini ke kantor. Setelah tau, saya berlibur dengan keluarga ke jogja dan mampir ke Mbok Tumpuk ini. Sudah tiga kali mas saya kesini, yang sering saya beli buat oleh-oleh seperti geplak, dan peyek tumpuknya. Walaupun tempatnya tidak begitu besar saya sudah senang dengan membawa pulang oleh-oleh ini hehe..Selain itu kita juga bisa mampir ke dapurnya untuk melihat prosesnya langsung

Jawaban Bapak Agus : Tau tempat ini dari agen travel *Study Tour* sekolah saya mas. Sudah berkali- kali kesini, sekitar 5 kali ada sejak saya menjadi guru. Yang jadi favorit saya disini peyek tumpuknya mas dan makanan-makanan kecil lainnya , lumayan buat cemilan di dalam bus. Tempatnya tidak terlalu besar soalnya kalau banyak wisatawan kesini bisa berdesak-desakan mas..” Untung saja ada dapurnya yang boleh di kunjungi, jadi kita bisa mengambil oleh-olehnya langsung dari dapur