

LAMPIRAN

Interview Guide

Pertanyaan yang akan digunakan dalam wawancara menggunakan pertanyaan terbuka dan tidak sepenuhnya berpedoman pada guide yang telah ada, pertanyaan yang akan diajukan tergantung pada konteks jawaban dari informan nantinya, namun masih dalam batasan pertanyaan yang relevan dengan tujuan wawancara.

Secara garis besar daftar pertanyaan yang akan diajukan nantinya adalah sebagai berikut :

1. Media apa saja yang digunakan untuk promosi ?
2. Mengapa memilih media tersebut ?
3. Mengapa tidak menggunakan media yang lain ?
4. Strategi promosi apa saja dan seperti apa yang dilakukan?
 - Apakah dengan pendekatan iklan (*advertising*) ?
 - Apakah dengan pendekatan *sales promotion*?
 - Apakah dengan pemasaran interaktif (*interactive online marketing*)
 - Apakah dengan penyebaran informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) ?
 - Apakah dengan pendekatan *personal selling*?
 - Apakah dengan pendekatan *event & experiences*?
5. Mengapa tidak menggunakan pendekatan promosi yang lain ?

6. Apa tujuan dari kegiatan promosi tersebut ?
- Apakah untuk memberikan informasi ?
 - Apakah untuk meningkatkan penjualan ?
 - Apakah untuk menstabilkan penjualan ?
 - Apakah untuk memposisikan produk ?
 - Apakah untuk pencitraan dari produk yang dijual ?

Transkrip Wawancara

Informan 1

Nama : Wilden Billy (Pemilik *online shop* BajuBekas_Oke)

1. Media apa saja yang digunakan untuk promosi ?

Jawaban :

“Aku dari awal BajuBekas_Oke lahir itu ya jualan lewat media sosial, Ais, ya Instagram doang. Dan untuk kegiatan promosi pun juga cuma lewat Instagram sampe sejauh ini.”

2. Mengapa memilih media tersebut ?

Jawaban :

“Mungkin karena Instagram waktu itu lagi booming banget ya, medsos yang menurutku paling digandrungi sama target pasarku, jadi waktu pas pertama kali BajuBekas_Oke dibuat, aku ngeliat target pasar lebih rame dan aktif banget di Instagram, Ais, dibanding Facebook waktu itu yang udah sepi banget. Selain itu ya karena Instagram praktis sih, simpel gak ribet, udah didukung dengan fitur-fitur Instagram buat bisnis, jadi ya aku milih Instagram dibanding medsos lain.”

3. Fitur-fitur Instagram apa saja yang digunakan ?

Jawaban :

“Hampir semua fitur kayanya aku pake Ais, apalagi fitur-fitur terbaru Instagram sekarang yang menurutku membantu banget buat kita para *seller online shop*. Dari fitur *upload* foto dan vidio yang sekarang udah bisa

multiple photos, jadi dalam 1 postingan kita bisa *upload* maksimal 10 foto dan vidio. Ini membantu banget, jadinya aku bisa kasih detail foto dari produk yang aku jual. Kemudian fitur *live* atau siaran langsung. Aku sering banget pake fitur ini kalo pas lagi bongkaran *ball*. Banyak *followers* yang pada *join* nonton, mungkin karena penasaran sama pakaian bekas *import* yang aku jual. Dan aku sekalian ngasih edukasi sih sama *followers* tentang pakaian bekas *import* ini setiap lagi *live*. Ya sekedar kaya ngasih tau kalo pakaian bekas *import* ini cara nyucinya pake air panas buat ngilangin bakterinya. Itu termasuk edukasi kan ya. Terus ada fitur *instastories*, ini juga aku pake setiap saat. Biar pun postingannya cuma bisa dilihat 24 jam, tapi menurutku dampaknya lumayan gede buat menarik *followers* baru dan buat ngasih info-info gitu. Itu aja sih fitur baru yang aku pake, kalo fitur-fitur bawaan dari pertama kali Instagram muncul ya pasti dong aku manfaatin kecuali *direct messages* sama kolom komentar soalnya sering ga kebaca karena sekali posting barang dagangan bisa sampe 20 produk.

4. Mengapa tidak menggunakan fitur terbaru *insight* ?

Jawaban :

“ Nah kalo fitur *insight*, aku punya alasan kenapa gamau pake Ais. Aku tau ini fitur yang jadi andalan semua *seller online shop* pastinya. Kamu juga pasti taulah sebagai *seller*. Instagram ngebuat fitur ini ya memang untuk mendukung bisnis, jadi kalo kita mau pake fitur ini salah satu syaratnya kan Instagram kita harus terhubung dengan Facebook *fanspage*, nah kalo sudah terhubung, baru deh kita bisa lihat statistik dan grafik perkembangan setiap

minggu dari Instagram *online shop* kita. Mulai dari jumlah pengunjung Instagram kita secara demografi dan statistik aktivitas, serta konten yang kita *upload* selama satu minggu. Pokoknya lengkap dah itu. Nah yang aku takutin itu Instagram kita ke *hack* Ais, karena terhubung sama akun Facebook *fanspage* tadi. Aku banyak dapet info dari temen-temen katanya banyak orang-orang iseng yang coba nge *hack* akun-akun gede di Instagram itu lewat Facebook *fanspage* Ais. Jadi ya aku hati-hati aja daripada sumber mata pencaharianku hilang begitu aja kan.

Tapi aku ya ngikutin perkembangannya sih Ais, maksudnya aku ga make, tapi aku ngerti fitur *insight* itu. Nah pas aku pertama kali tau tentang fitur *insight*, ternyata udah aku terapin dari dulu Ais, contohnya kaya jam-jam ideal yang lagi rame dan pas untuk upload foto. Itu kan kalo di fitur *insight* kita bisa liat grafiknya kan. Aku udah nerapin dari dulu, ya karena aku pernah dapet ilmu marketing juga sih Ais, aku juga seneng *mapping* dan nganalisa target pasarku gitu. Jadi untuk sekarang emang aku belum pake fitur *insight* ini Ais.

5. Mengapa tidak menggunakan media sosial yang lain ?

Jawaban :

“Supaya lebih fokus pastinya, Ais. Kebetulan karena aku fokus cari *followers* Is, jadi ketika aku *posting* barang dagangan aku ke media yang lain, aku kehilangan stok barang untuk aku jual ke Instagram yang lebih aku prioritasin. Karena menurutku, stok barang terbaru yang aku *posting* di Instagram itu yang ngebuat *followers* datang, dan yang paling penting aku

bisa maksimalin pelayanan ke konsumen. Jangkauan *online shop*ku juga mungkin bias lebih luas kalo pake media social lain, tapi ya itu kalo aku aktif di beberapa media sosial, takutnya gak ke *handle* karena adminku cuma satu.

Mungkin aja sih aku jualan di medsos lain, misalnya forum-forum jual beli gitu kan masih ada ya di Facebook, anggotanya juga lumayan rame, tapi tetap aku masih fokus di Instagram. Kenapa? Karena itu tadi, aku orientasinya tetep cari *followers*, *followers*, dan *followers*. Kalo jualan di forum Facebook, aku biasanya cuma jual barang daganganku yang terhitung barang langka dan mahal. Karena kalo aku jual di Instagram BajuBekas_Oke itu kemahalan. *Tagline* BajuBekas_Oke kan “Murah, Meriah, Merakyat”

6. Strategi promosi apa saja dan seperti apa yang dilakukan ?
 - Apakah dengan pendekatan iklan (*advertising*) ?
 - Apakah dengan pendekatan *sales promotion* ?
 - Apakah dengan pemasaran interaktif (*interactive online marketing*) ?
 - Apakah dengan penyebaran informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) ?
 - Apakah dengan pendekatan *personal selling* ?
 - Apakah dengan pendekatan *event & experiences* ?

Jawaban :

“Ini aku cerita dari awal ya. Aku masih pake promosi *oldskool* menurutku, yaitu bentuk promosinya aku fokusin dengan maksimalin konten foto dan

produk sehingga beda dari kompetitorku. Yang pertama, pastinya dari konten foto-fotoku yang aku usahain rapi, enak dilihat. Walaupun cuma pake *background* kain putih dan lantai polos, pas awal jualan konten fotoku yang paling lumayan daripada kompetitorku yang lain. Background putih juga bisa buat mempertegas produk yang aku jual terus memperjelas warna produknya. Kedua, aku main di harga Ais, aku jual dengan harga murah semurah-murahnya. Kalo ada orang jual murah, aku harus bisa lebih murah dari orang itu. Kadang aku juga bikin paket hemat gitu kalo beli dua lebih murah, atau beli dua gratis satu. Atau promo gratis ongkos kirim untuk wilayah jabodetabek. Aku kasih bonus kaos kaki juga pernah. Istilah promosi *oldskool* karena aku masih nerapin ilmu promosi yang aku dapat sebelum mulai bisnis ini dan belum ada perubahan sampe sekarang.

Aku juga pernah pake jasa *paid promote*, kebetulan masih temenku sendiri yang punya *online shop* juga dengan *followersnya* yang udah banyak banget. Oiya sama ini Ais, aku suka ngadain *quiz* ya hadiahnya sekedar pulsa aja sih 50rb sama 100rb tapi lumayan gede si *impact* nya, apalagi kalo *giveaway*, soalnya ya siapa yang gamau dikasih *hoodie*, kaos, sama celana *branded* gratis. Ini *impact* nya gede banget sih, *followers* naik drastic pas *event giveaway*. Pokoknya apa yang aku liat ga ada atau kurang di kompetitorku, aku coba masukin di Instagram BajuBekas_Oke. Oiya lupa sama ini Ais, semua barang yang aku jual itu udah dicuci wangi dan disetrika semua. Sedangkan kebanyakan *online shop* lain, yang aku liat itu

barang mereka langsung dijual begitu dapet dari bongkaran ball. Jadi masih kusut dan ga enak aromanya.

Kalo pendekatan *word of mouth* aku gapernah ngerasa pake strategi itu sih Ais. Lah aku aja awalnya malu buat cerita ke orang-orang terdekatku soal jualan baju bekas ini. Jadi aku dulu kan pegawai, lulus kuliah aku langsung kerja di Bank BTN, kemudian lanjut jadi *public relation* di Jakarta sebelum akhirnya *resign* dan mulai jualan BajuBekas_Oke ini. Sampe ke orang tua pacarku dulu, yang Alhamdulillah sekarang sudah jadi istri, aku gak bilang soal kerjaan aku dagang pakaian bekas, ya karena aku malu. Tapi seiring jalannya waktu, aku ngerasa aku bisa hidup dan berkecukupan dengan jualan baju bekas, aku udah gak malu lagi dong.

Personal selling aku kayanya juga engga Ais, sekarang, karena aku fokus di penjualan *online* kan. Cuma mungkin dulu pas awal mulai jualan, pas aku masih melayani cod (*cash on delivery*) kayanya *personal selling* juga sih, karena posisinya kalo lagi cod ngobrol banyak sama konsumen ya sekalian nawarin barang yang aku bawa, juga ngobrolin soal industri pakaian bekas ini. Tapi itu udah lama banget, sekarang aku ga melayani cod dan gapernah sama sekali ngejual barang daganganku secara langsung ke konsumen.

Kalo promosi lewat *event & experiences*, ikut terlibat di acara-acara gitu kan ya. Aku selalu manfaatin acara Kartel Awul Yk untuk promosi. Aku mau cerita dulu soal apasi Kartel Awul Yk ini. Jadi Kartel Awul Yk ini bisa dibilang komunitas atau mungkin wadah ya, yang udah mulai terbentuk dari

sebelum aku jualan, isinya ya *hunter lawas* semua, yaitu temen-temen yang udah *ngawul* dari tahun 2010an. Nah aku itu dulu ga kenal sama mereka, tapi ya karena lapak Instagram BajuBekas_Oke waktu itu *followersnya* terus nambah cepet, mereka sampe heran "siapa sih BajuBekas_Oke ini, pemain baru tapi tau-taunya *followersnya* udah banyak, barangnya bagus-bagus, murah pula". Darisitu aku dirangkul sama mereka buat gabung di Kartel Awul Yk. Aku ya juga seneng bisa bergabung, itung-itung buat nambah *networking* kan. Nah pas sampe acara Kartel Awul Yk, aku *support* dalam bentuk sponsor waktu itu, ya sekalian promosi kan. Karena temen-temen di Kartel Awul Yk ya lumayan Ais, ada sekitar 30 orang dengan *online shop* nya masing-masing. Rata-rata sih *followers* nya masih 2000an sampe 5000an Ais, ya terbilang sedikit sih tapi lumayan kalo dikaliin 30 *online shop*. Karena *sponsorship* tadi otomatis kan nama BajuBekas_Oke muncul di poster yang mereka bagikan di Instagram, nah *impact* nya lumayan gede banget. Belom lagi muncul di banner yang dipasang di lokasi acara.

Kartel Awul Yk itu udah jalan 4 tahun Ais, aku pertama kali ikut pas Kartel Awul Yk vol.2. Yang vol.1 aku masih belum gabung waktu itu. Dan dari awal ikut aku cuma fokus dibagian dari *sponsorship*, gapernah bawa barang dagangan, karena fokusku buat dapetin konsumen atau *followers* baru, bukan buat jualan sih, biar temen-temen yang lain aja dengan *stand* jualannya masing-masing. Gitu Ais soal Kartel Awul.

7. Apa tujuan dari kegiatan promosi tersebut ?
 - Apakah untuk memberikan informasi ?

- Apakah untuk meningkatkan penjualan ?
- Apakah untuk menstabilkan penjualan ?
- Apakah untuk memposisikan produk ?
- Apakah untuk pencitraan dari produk yang dijual ?

Jawaban :

“Ya kalo tujuan, tetep aku pertama banyakin *followers* dulu, nanti kedepannya kan pasti berpengaruh banget sama penjualan, Ais. Semua *seller* mesti kalo ditanyain tujuan promosi pasti ya ujung-ujungnya tetep soal keuntungan. Cuma ya macam-macam tujuan yang kamu sebutin tadi sebenarnya juga iya. Memberikan informasi, *positioning* produk, branding, apalagi tadi itu, ya semuanya bener. Aku ya pas awal jualan tetep dong promosi ya sekalian pengen ngasih informasi ke *followersku* kalo produkku ini pakaian bekas *import branded* pilihan, udah dicuci pula, tinggal dipake, gitu-gitu. Sama kaya *branding* juga, aku juga punya tujuan gimana caranya pakaian bekas *import* yang aku jual ini gak dipandang sebelah mata sama orang-orang. Garis besarnya ya bisa dibilang tujuan yang lebih ditekankan tetep meningkatkan *followers* dan penjualan, sama *brand image*. Gitu sih Ais.

8. Apa tujuan dari melakukan *social media marketing* ?
 - Apakah untuk membangun hubungan (*relationship building*) ?

- Apakah untuk membangun merek (*brand building*) ?
- Apakah untuk publisitas (*publicity*) ?
- Apakah untuk promosi (*promotion*) ?
- Apakah untuk riset pasar (*market research*) ?

Jawaban :

“Tujuan dari *social media marketing* mungkin sama kaya tujuan promosi tadi sih Ais, promosi pake Instagram kan salah satu bentuk *social media marketing* aku. Cuma kalo dari yang kamu sebutin barusan, ada riset pasar ya sama kaya *mapping* menurutku, nah itu aku jadiin tahapan buat ngeliat kekurangan kompetitorku. Tujuan utamanya promosi ya tetep nyari *followers* sama bentuk *brand image* sih Ais. (Wilden Billy, wawancara, 3 Januari 2018)”.

Informan 2

Nama : Argusta Dayu (Admin/operator *online shop* BajuBekas_Oke)

1. Media sosial apa saja yang digunakan untuk melayani pesanan konsumen ?
Instagram ? Whatsap ? Line ?

Jawaban :

“Saya cuma jalanin aja sih dari mas Billy nya. Emang dari awal semua layanan *order* lewat Line official mas. Jadi yang mau *order* hanya dilayani lewat Line Official. Kita ga ada pake medsos yang lain.

2. Mengapa tidak menggunakan media sosial lain ?

Jawaban :

“Mungkin biar lebih fokus mas. Kalo pake lebih dari satu media sosial mungkin pelayanannya kurang maksimal. Saya cuma sendiri soalnya, yang ngurus dari *upload* foto produk sampe ngelayanin konsumen yang mau *order*.

3. Adakah jam operasional untuk melayani konsumen ?

Jawaban :

“Ada mas, kita mulai operasional jam setengah 9 pagi sampe 10 malem. Itu dari hari Senin sampe Sabtu. Untuk hari Minggu kita libur mas.”

4. Kesulitan selama jadi admin ?

Jawaban :

“Agak pusing pas baru selesai *upload* barang mas. Itu *chat* yang masuk ke Line Official bisa lebih dari 100 orang di waktu yang bersamaan. Jadi aku bales *chatnya* satu-satu dari paling bawah. Sistemnya di BajuBekas_Oke kan siapa cepat dia dapat, jadi harus teliti juga kalo ada konsumen yang udah transfer duluan, harus segera saya update barangnya dengan keterangan *sold out* kilat. Tagline andalan BajuBekas_Oke.

Informan 3

Nama : Gholy Wuddita (Konsumen *online shop* BajuBekas_Oke)

1. Tau *online shop* BajuBekas_Oke darimana ?

Jawaban :

“Dari temen mas, waktu itu temenku beli baju *awul* tapi kondisinya masih bagus banget. Dan itu *merk* nya lumayan mas. Terus aku tanyain beli dimana dia bilangnyanya di Instagram BajuBekas_Oke. Yaudah langsung tak cek.”

2. Kenapa mem*follow* akun Instagram *online shop* BajuBekas_Oke ?

Jawaban :

“Ya itu tadi mas kondisi barangnya masih bagus, harganya juga murah.”

3. Apa yang menarik dari akun Instagram *online shop* BajuBekas_Oke ?

Jawaban :

“Menurutku harga sih mas, dari sekian banyak lapak jualan pakaian awul, BajuBekas_Oke yang termurah menurutku. Sama kalo disini barangnya udah dicuci, disetrika mas. Tinggal pake aja.

4. Pernah liat promosi yang ditawarkan oleh BajuBekas_Oke ? Seperti *giveaway*, *quiz* berhadiah, atau beli barang gratis kaos kaki ?

Jawaban :

“Oiya sering mas, udah pernah dapet gratis kaos kaki juga. Tapi yang *giveway* sama *quiz* belom pernah dapet. Iseng-iseng aja sih mas, ikut-ikutan.

5. Sudah berapa kali membeli produk di BajuBekas_Oke ?

Jawaban :

“Waduh berapa kali ya mas, lupa mas. Lumayan sering sih mas. Terakhir bulan lalu kayanya ngambil *hoodie* Uniqlo mas.