

LAMPIRAN

Lampiran Transkrip Interview

Informan 1

Nama : Yuni

Jabatan : Human Resources Departement (HRD)

Tanggal Interview : 2 Juli 2019 dan 7 Oktober 2019

Tempat Interview : Kantor Sakola

Peneliti : Assalamu'alaikum, perkenalkan saya Rifki mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Saya mau minta waktunya untuk wawancara sebentar untuk melengkapi data skripsi saya mbak, kebetulan saya mengambil judul Strategi Promosi Sakola Melalui Media Sosia Facebook dan Instagram dalam meningkatkan penjualan pada tahun 2018. Gakpapa kan diganggu sebentar ? hehe..

Narasumber : Oh iyaa silahkan mas santai aja, mau tanya apa ?

Peneliti : Oke mbak.. Yang pertama saya mau tanya sejarah singkat Sakola mbak itu gimana awalnya ?

Narasumber : Pertama Sakola didirikan sebelas tahun lalu yah tepatnya pada tanggal 1 Agustus 2008, dinamakan Sakola ini karena ada singkatannya mas yaitu “satu kosong lapan” tanggal berdirinya Sakola ini. Kalo dulu lebih spesifik ke baju-baju cewe gitu.. lebih ke kalangan mahasiswa. Dengan bertambahnya waktu dan owner kita juga nambah kebutuhan bukan hanya pakaian saja terus ada juga perlengkapan yang lainya seperti tas, sepatu, kerudung dan lain-lain. Sekarang kan jarang yaa toko yang menjual hanya pakaian saja, tapi disini kita dari tahun ke tahun lengkapin. Pokoknya dunia ibu-ibu banget lah..

Peneliti : Terus untuk segmentasi pasarnya itu gimana yaa ? apakah ada target audiens gitu atau gimana ?

Narasumber : ooh enggak mas, dari awal mungkin kita ngembangnya hanya ke anak muda yah tapi dengan berjalannya waktu kita targetnya mencakup kesemua kalangan. Soalnya zaman sekarang teknologi udah semakin canggih ya bukan hanya anak muda saja, ibu-ibu sekarang juga udah mainan sosial media, jadi untuk targetnya kita sekarang kesemua umur.

Peneliti : Kemudian apa sih tujuannya kegiatan promosi yang dilakukan Sakola melalui media sosial Facebook dan Instagram itu sendiri ?

Narasumber : Tujuan promosinya yang pertama mungkin kita ngikutin *trend* aja kali yaa, sekarang kan zamannya media sosial. Yang kedua yaa pastinya untuk

meningkatkan penjualan mas... dan juga untuk mengenalkan produk-produk baru disini. Selain itu untuk memberi tahu kepada *customer* kita mulai dari stock barang dan juga harga-harga produk yang ditawarkan gitu.

Peneliti : Kenapa memilih Facebook dan Instagram sebagai alat promosi media sosial Sakola ?

Narasumber : Yaa mungkin lebih mudah aja sih aksesnya kalo pake instagram kan emang aplikasinya berupa *share* foto vidio gitu, disitu kita manfaatin aja buat *share* produk-produk Sakola dan juga pengguna instagram makin sini makin banyak sih saya liatnya begitu. Dan untuk Facebook sendiri emang udah dari dulu yaa kita udah buat Facebook nya Sakola, dulu sebelum ada ig medsos yang paling nge *trend* juga ya Facebook, tapi sebagian orang-orang sekarang lebih ke Instagram sih..

Peneliti : Oke mbak, terus apa aja sih mbak materi postingan Sakola ?

Narasumber : Untuk materi postingannya biasa aja, kita cuman ngasih tau barang yang *ready stock* mas dan juga sekaligus harga retail barang tersebut itu kita cantumin juga di postingannya Sakola. Selain itu juga kita disini mengadakan sesi foto produk dengan modelnya gitu sebagai contoh untuk gambaran lah istilahnya yang nantinya bakal di share di facebook dan instagram kita

Peneliti : Oooh, untuk postingannya itu emang udah ada jadwalnya sendiri atau bagaimana mbak ?

Narasumber : Waduh.. untuk postingannya itu sebenarnya saya kurang begitu ngerti jadwalnya, soalnya itu ada yang pegang juga di bagian admin pemasaran, tapi setau saya sih kayanya dua atau tiga hari sekali mungkin hehe..

Peneliti : Ooh gitu ya mbak, kalo informasi mengenai penjualan online nya itu gimana ya ?

Narasumber : Untuk saat ini kita belum melayani penjualan online mas, kita cuman jualan di store aja.

Peneliti : Ooh gitu yaa mbak, lalu untuk konten lainnya di sosial media Sakola selain untuk penjualan ada gak ? misalnya kaya kegiatan perusahaan berupa informasi dan lain-lain ?

Narasumber : Oh heem ada, disini kan kita pastinya libur lebaran sama idul adha dan libur tahun baru, jadi biasanya satu minggu atau sebelum hari H itu biasanya kita umumin di medsos kita. Dan juga kalo misalkan ada kegiatan diluar itu dulu pernah ada kegiatan ulang tahun Sakola kita merayakan di pantai jadi satu hari itu kita libur kita juga umumin

Peneliti : Terus kalo di Sakola ini ada evaluasi gitu gak mbak ? evaluasi misalnya dalam mengukur keberhasilan penjualan di sosial media Facebook dan Instagram gitu ?

Narasumber : Kalo untuk evaluasi pasti ada mas, maksimal itu setahun sekali ya biasanya kan kita kalo habis lebaran tuh kita evaluasi barang-barang yang laku banget mana.. yang tidak laku mana yang paling dicari mana kaya gitu. Kedepannya kalo ada barang yang kurang laku paling yang kita biasa melakukannya dengan meng upload kembali barangnya atau paling gak ya tidak akan melakukan penjualan barang itu lagi.

Peneliti : Okey mungkin segitu aja dulu pertanyaan dari saya, kalo nanti misalnya ada yang kurang boleh saya wa mbaknya aja ?

Narasumber : Oh iyaa mas silahkan lewat wa aja..

Peneliti : Baik mbak, terimakasih atas waktunya.

Narasumber : Sama-sama mas, semoga lancar skripsinya..

Peneliti : Hehe.. amiiinn terimakasih.

Tambahan

Peneliti : Assalamu'alaikum mbak, maaf sebelumnya saya masih ada beberapa informasi yang kurang. Untuk itu saya mau minta sedikit waktunya untuk wawancara lagi. Perihal mengenai faktor pendukung dan faktor penghambat dalam proses kegiatan promosi yang dilakukan oleh Sakola, gapapa yaa mbak ? hehe..

Narasumber : ooh iya mas gapapa kok.. apa tadi faktor pendukung dan penghambat yaa ? langsung aja yaa. Kalo faktor pendukungnya dari kegiatan ini paling kita gini.. sebisa mungkin meminimalisir pengeluaran biaya yaa, jadi memanfaatkan yang ada aja, misalnya seperti pemakaian model pakaian Sakola yang dimana itu kita memanfaatkan beberapa karyawan dari kita untuk dijadikan model gitu.

Peneliti : ooh begitu yaa mbak

Narasumber : iyaa mas soalnya kan kebanyakan dari kita pegawainya rata-rata cewe jadi yaa bisa lah pake model juga. Lumayan kan menghemat juga hiihi

Peneliti : iyaa juga sih haha, terus kalo faktor penghambatnya apa mbak ?

Narasumber : hambatannya apa yaa.. emm paling ya itu tadi mas memanfaatkan yang ada, kita melakukan kegiatan promosinya bisa dibilang belum sampe tahap maksimal, gak seperti toko-toko yang lainnya karena keterbatasan alat juga, seperti penataan cahaya gambar pake alat gitu, karena emang kebanyakan sesi

foto dilakukan diluar ruangan, jadi bisa dikatakan kita hanya memanfaatkan situasi aja mas tergantung cuacanya juga kalo lagi cerah ya kita laksanakan terus kalo lagi hujan yaa kita pending dulu. Intinya kita lebih fokus ke pengenalan produk untuk peminat

Peneliti : oalaah baik mbak menarik juga sih hehe

Narasumber : iya mas

Peneliti : yaudah deh cuman segitu aja sih mbak paling yang kurangnya

Narasumber : hah udah nih ?

Peneliti : iya mbak soalnya emang segitu sih kemaren yang kurangnya hehe, terimakasih yaa
mbak udah mau meluangkan waktunya untuk diwawancara

Narasumber : iyaa mas sama-sama, santai ajaa..

Informan 2

Nama : Annisa Putri

Jabatan : Admin sosial media

Tanggal Interview : 2 Juli 2019

Tempat Interview : Kantor Sakola

Peneliti : Assalamu'alaikum, pertama-tama saya ucapkan terimakasih karena telah meluangkan waktunya untuk bersedia diwawancara,

Narasumber : wa'alaikumsalam wr wb, iyaa silahkan mau tanya apa aja emang ?

Peneliti : jadi gini kebetulan saya mengambil penelitian tentang strategi promosinya Sakola melalui sosial media untuk meningkatkan penjualan. Disini saya mau nanya beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan sosial media. Yang pertama apa yang menjadi target pasar dari Sakola itu sendiri ?

Narasumber : kalo untuk target pasar tentunya kita mencakup semua usia sih, dari mulai anak kecil, remaja dan dewasa juga bisa beli produknya Sakola, dari sekian banyak produk itu sendiri ada diantaranya beberapa yang menjual produk anak-anak contohnya seperti baju, tas, boneka dan lain-lain.

Peneliti : terus kalo untuk tujuan dari promosi melalui media sosial facebook dan instagram itu apa sih untuk sekarang ini ?

Narasumber : kalo tujuan sih pastinya untuk meningkatkan penjualan. Selain informasi terkait produk Sakola, kadang juga kalo ada informasi terkait perusahaan... Sakola kan buka setiap hari, nah.. kalo toko tutup atau hari libur, kita pasti sampaikan melalui media sosial Sakola sebelumnya, dan lain-lain.

Peneliti : ooh jadi selain untuk meningkatkan penjualan juga untuk memberikan informasi terkait kegiatan perusahaan, begitu ?

Narasumber : iyaap betul..

Peneliti : kenapa Sakola pake media sosial facebook dan instagram sebagai alat untuk mempromosikan produknya ?

Narasumber : kenapa pake facebook dan instagram karena lebih gampang aja, bisa dilakukan dimana pun dan kapan pun... dan juga makin sini makin banyak kan tuh yang make fb dan ig, bahkan anak kecil atau orang tua pun sekarang udah pada mainan facebook sama instagram

Peneliti : iyaa jugaa..., terus untuk materi postingannya Sakola itu apa aja sih ? kaya kontennya gitu

Narasumber : ooh untuk materi konten ya.. ee jadi kalo disini untuk materi konten ada beberapa jenis sih tergantung kebutuhannya, misalnya kalo ada stock barang baru itu kita upload atau juga produk yang kurang peminatnya itu kita upload lagi sama retail harga barangnya

Peneliti : kemudian untuk hari atau jam publikasi kontennya itu ada jadwalnya sendiri atau bagaimana ?

Narasumber : kita disini sebenarnya tidak ada jadwal khusus untuk melakukan upload produk, kita cuman melakukan upload produk itu ketika ada barang baru ataupun produk lama yang belum terjual kita upload kembali tergantung kebutuhan dan situasinya bagaimana. Paling biasanya kita upload produk tuh dua sampai tiga hari sekali yaa, yang penting kita konsisten aja untuk melakukan upload produk itu selama dua sampai tiga hari itu supaya menarik minat para *costumer* untuk beli produk yang kami tawarkan

Peneliti : okeey.. tadi saya wawancara juga sama mbak Yuni katanya di Sakola sendiri belum menerima penjualan secara online ya ? kenapa gak dimanfaatin, padahal ada facebook sama instagram juga kan ?

Narasumber : iyaa memang untuk saat ini Sakola belum menerima penjualan secara online. Jadi kita hanya fokus mempublikasikan produk-produknya aja. Di media sosial itu hanya sebatas informasi seperti alamat, jam operasional, harga produk, dan lain-lain, jadi kita menggaet pasar itu lewat online kaya produk baru atau model baru, intinya kita lebih mengejar mereka untuk datang kesini

Peneliti : emmm.. terus untuk sesi pemotretan produk itu apakah ada jadwal khusus kaya misalnya waktu dan tempat juga atau bagaimana ?

Narasumber : sebenarnya untuk pengambilan foto itu enggak ada jadwal yang pasti, yaa itu tadi tergantung situasi juga sama halnya dengan adanya produk baru. Kita biasanya melakukan sesi foto di tempat outdoor gitu kaya di hotel, café, atau juga tempat lainnya yang background nya bagus aja, biar keliatan lebih menarik hehe

Peneliti : ooohhh... kemudian abis itu apakah langsung dipublikasikan ?

Narasumber : oh enggak.. di edit dulu, editingnya kita cuman pencahayaan aja, gak pake efek-efek segala macem, itupun kita ngeditnya menggunakan aplikasi yang ada di *handphone*. Jadi sebenarnya kita lebih fokus ke pengenalan produknya aja sih

Peneliti : abis itu baru di upload yaa ?

Narasumber : yaapps betul.

Peneliti : oke mungkin segitu aja pertanyaannya, nanti kalo misalnya ada beberapa yang kurang palingan saya hubungi lewat wa aja yaa..

Narasumber : okee siapp

Peneliti : terimakasih banyak waktunya ya..

Narasumber : iyaa sama-sama..

Informan 3

Nama : Tiwi

Posisi : Pelanggan Sakola

Tanggal Interview : 7 Oktober 2019

Tempat Interview : Outlet Sakola

Peneliti : permisi mbak.. boleh minta waktunya sebentar buat diwawancara ?

Narasumber : wawancara apa ya ?

Peneliti : saya Rifki mbak dari UMY mau wawancara mbak sebagai pengunjung Sakola,
buat penelitian skripsi saya tentang Sakola

Narasumber : oh iyaa mas, mau nanya apa aja emang ?

Peneliti : maaf sebelumnya, ini dengan mbak siapa ya ?

Narasumber : saya Tiwi mas

Peneliti : sudah kerja apa kuliah mbak ?

Narasumber : saya masih kuliah mas di UNY

Peneliti : ooh.. abis belanja dari Sakola ya ?

Narasumber : iya mass..

Peneliti : sebelumnya sering kesini apa baru pertama kali mbak ?

Narasumber : pernah kesini, cuman nggak begitu sering sih mas

Peneliti : ooh gitu ya.. mbak tau Sakola pertama kali dari mana ya kalo boleh tau ?

Narasumber : saya tau Sakola dari temen-temen mas

Peneliti : kalo dari internet gitu ada sosial medianya Sakola mbak tau gak ?

Narasumber : ooh iya heeh tau mas

Peneliti : berarti mbaknya follow akun Facebook dan Instagramnya Sakola dong ?

Narasumber : iya mas saya follow soalnya biar tau kalo ada produk baru di Sakola

Peneliti : ooh oke.. mbaknya kan follow akun sosial medianya Sakola, apakah info yang diberikan oleh Sakola melalui sosial media cukup membantu ? bisa dijelaskan kenapa ?

Narasumber : iyaa mas.. itu emang cukup membantu juga ya buat kita sebagai pelanggan, sama itu kan ada foto barangnya juga jadi tau model-model baju baru dan juga keterangan harganya disini seperti apa

Peneliti : terus selama ini mbaknya kalo mau beli produk Sakola langsung kesini (Sakola) atau emang tertarik dari postingannya akun sosial medianya Sakola ?

Narasumber : emm tergantung sih mas, tapi biasanya kalo ada postingan barang yang menarik dan kebetulan saya lagi pegang uang yaa saya langsung kesini mas untuk liat-liat dulu

Peneliti : oke mbak.. kemudian untuk pengambilan foto produk Sakola yang diambil contohnya latar belakangnya di tempat café atau hotel itu menurut mbak sendiri apakah sudah menarik ?

Narasumber : emm.. untuk foto produknya kalo menurut saya sudah lumayan menarik ya dengan background di hotel atau di café gitu, jadi sesuai konsep lah keliatan anak muda banget yang seneng nongkrong jadi lebih pede, apalagi untuk mahasiswi seperti saya ini. Karena memang barangnya juga udah bagus-bagus sih selain emang harganya yang relatif murah

Peneliti : hmm baiklah mbak, mungkin itu aja sih beberapa pertanyaan dari saya.

Terimakasih sudah meluangkan waktunya untuk bersedia di wawancara hehe..

Narasumber : iyaa sama-sama mas..