

## **LAMPIRAN**

### **Lampiran 1. Interview Guide**

#### **Interview Guide Assitant Manager Bisnis Territory Sales PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta)**

1. Mengapa perlu dilakukannya promosi produk WiCo?
2. Apa tujuan dari strategi promosi WiCo?
3. Siapa target sasaran dari produk WiCo?
4. Bagaimana cara merencanakan strategi promosi WiCo?
5. Apa keunggulan dari produk WiCo dibanding kompetitor-kompetitor lain?
6. Bagaimana cara merancang pesan yang efektif dalam kegiatan promosi agar menarik minat konsumen untuk menggunakan WiCo?
7. Bagaimana menentukan anggaran promosi WiCo?
8. Bauran promosi apa saja yang digunakan dalam kegiatan promosi?
9. Bagaimana cara mengukur keberhasilan dalam kegiatan promosi?
10. Bagaimana cara mengelola dan mengkoordinasi seluruh proses komunikasi promosi WiCo?
11. Dimana PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta) melakukan promosi WiCo?
12. Kapan waktu yang telah ditentukan dalam kegiatan promosi?
13. Bentuk strategi apa yang dilakukan agar menarik minat beli konsumen?
14. Bagaimana cara mempertahankan konsumen agar tetap menggunakan produk WiCo?
15. Saat ini sudah berapa lokasi yang menggunakan produk WiCo?

16. Melalui saluran media apakah PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta) dalam mengiklankan produk WiCo?
17. Bagaimana penjualan personal yang dilakukan pada produk WiCo?
18. Bagaimana cara pemasaran langsung produk WiCo?
19. Faktor-faktor apa saja yang menghambat proses pelaksanaan promosi?
20. Dari semua kegiatan promosi WiCo manakah yang paling efektif?
21. Siapakah yang bertanggung jawab atas pelaksanaan promosi produk WiCo?
22. Bentuk evaluasi apa yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta) pada kegiatan promosinya?
23. Apa tujuan dilakukannya evaluasi?
24. Kapan dilakukannya evaluasi?

#### **Interview Guide Mitra Usaha**

1. Bagaimana cara anda mendapatkan informasi tentang WiCo?
2. Mengapa anda tertarik menggunakan WiCo?
3. Berapa lama anda menggunakan produk WiCo?
4. Bagaimana tanggapan anda mengenai promosi WiCo yang telah dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta)?
5. Mengapa anda merekomendasikan produk WiCo kepada orang lain?
6. Mengapa anda cenderung melakukan pembelian *voucher* WiCo secara berulang-ulang?

## **Lampiran 2. Transkrip Wawancara**

Nama : Marsudiyono

Jabatan : Assistant Manager Bisnis Territory Sales

1. Mengapa perlu dilakukannya promosi produk WiCo?

Jawaban : Jelas perlu dilakukan. Karena WiCo ini merupakan produk baru jadi harus di promosikan kepada masyarakat agar WiCo bisa tersebar kemana-mana dan dikenal oleh masyarakat.

2. Apa tujuan dari strategi promosi WiCo?

Jawaban : Untuk mengenalkan pada masyarakat khususnya para pengusaha UMKM. Dan untuk meningkatkan ekonomi para pengusaha menengah kebawah, serta menarik minat konsumen.

3. Siapa target sasaran dari produk WiCo?

Jawaban : Target sasaran produk WiCo para pengusaha UMKM, masyarakat menengah kebawah, dan anak millennial. WiCo merupakan produk bisnis service, seperti koperasi, café, bengkel, rumah makan, dan lain-lain.

4. Bagaimana cara merencanakan strategi promosi WiCo?

Jawaban : Dengan mengetahui apa kelebihan dan kekurangan WiCo dibandingkan dengan kompetitor-kompetitor lain.

5. Apa keunggulan dari produk WiCo dibanding kompetitor-kompetitor lain?

Jawaban : Kecepatan akses internet yang cepat 100Mbps, dengan sistem voucher yang dapat diperpanjang durasi waktunya, dan harga yang terjangkau.

6. Bagaimana cara merancang pesan yang efektif dalam kegiatan promosi agar menarik minat konsumen untuk menggunakan WiCo?

Jawaban : Dengan memberikan pemasangan gratis, membuat brosur, dan harga yang terjangkau.

7. Bagaimana menentukan anggaran promosi WiCo?

Jawaban : Untuk anggaran promosinya sudah diatur dari pusat Jakarta, jadi kalau ingin membuat brosur saya tinggal minta ke segmen DPS di Jakarta. Anggaran dana disesuaikan oleh permintaan Telkom Jogja dari berapa banyak, berapa volumenya, maka dari pihak Jakarta akan langsung mengirim ke Telkom Jogja.

8. Bauran promosi apa saja yang digunakan dalam kegiatan promosi?

Jawaban : Penjualan personal yang dilakukan oleh sales promosi untuk memasarkan produk WiCo langsung ke masyarakat. Melalui iklan langsung dari website resmi, aplikasi My WiCo, dan brosur.

9. Bagaimana cara mengukur keberhasilan dalam kegiatan promosi?

Jawaban : Dilakukan evaluasi setelah melakukan kegiatan promosi. Ketika sudah melakukan kegiatan promosi, tetapi belum ada yang memasang layanan produk WiCo. Dan target hasil penjualan yang meningkat atau justru malah menurun.

10. Bagaimana cara mengelola dan mengkoordinasi seluruh proses komunikasi promosi WiCo?

Jawaban : Melakukan sosialisasi produk WiCo dan melakukan customer care yaitu jika terjadi kendala apapun itu pihak Telkom datang langsung kepada pelanggan.

11. Dimana PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta) melakukan promosi WiCo?

Jawaban : Di Telkom Witel Jogja lantai 3.

12. Kapan waktu yang telah ditentukan dalam kegiatan promosi?

Jawaban : Setiap 3 bulan sekali. Karena kebetulan barengan dengan para UMKM menerima bantuan lunak dari Telkom, mengundang 35 orang sampai 50 orang untuk pemberian dana lunak dari Telkom sekaligus melakukan promosi.

13. Bentuk strategi apa yang dilakukan agar menarik minat beli konsumen?

Jawaban : Promo yang diberikan kepada konsumen, ketika penjualan voucher senilai dengan 250 ribu per bulan maka pemilik usaha WiCo mendapatkan penghargaan 70 voucher. Jika penjualan voucher lebih dari 500 ribu per bulan maka pemilik usaha WiCo mendapatkan penghargaan 150 voucher. Dan penjualan voucher mencapai 1 juta, maka pemilik usaha WiCo mendapatkan penghargaan 204 voucher.

14. Bagaimana cara mempertahankan konsumen agar tetap menggunakan produk WiCo?

Jawaban : Harus pro-aktif, datang ke pelanggan, sharing, kalau ada keluhan atau yang lain bisa kita datangi. Dengan cara seperti ini, maka loyalitas pelanggan pada Telkom akan lebih besar.

15. Saat ini sudah berapa lokasi yang menggunakan produk WiCo?

Jawaban : 85 lokasi.

16. Melalui saluran media apakah PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta) dalam mengiklankan produk WiCo?

Jawaban : Melalui website, aplikasi my WiCo, dan brosur.

17. Bagaimana penjualan personal yang dilakukan pada produk WiCo?

Jawaban : Lewat sales promosional, mereka langsung promosi kepada pelanggan.

18. Bagaimana cara pemasaran langsung produk WiCo?

Jawaban : Dengan cara membuka *open booth* di event-event tertentu.

19. Faktor-faktor apa saja yang menghambat proses pelaksanaan promosi?

Jawaban : Faktor internal yaitu keterbatasan anggaran promosi. Faktor eksternal yaitu sangat terbatasnya momen kumpul bersama para pengusaha bisnis UMKM.

20. Dari semua kegiatan promosi WiCo manakah yang paling efektif?

Jawaban : Penjualan tatap muka atau personal selling, karena sales melakukan promosi ke pelanggan secara langsung.

21. Siapakah yang bertanggung jawab atas pelaksanaan promosi produk WiCo?

Jawaban : Manager Bisnis dan Assistant Manager Bisnis Territory Sales

22. Bentuk evaluasi apa yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta) pada kegiatan promosinya?

Jawaban : Rapat, yang dilakukan setiap 1 bulan sekali.

23. Apa tujuan dilakukannya evaluasi?

Jawaban : Untuk mengetahui sejauh mana kegiatan promosi yang sudah dilakukan dan seberapa efektif kegiatan promosi yang sudah dilakukan, serta merancang strategi promosi baru.

24. Kapan dilakukannya evaluasi?

Jawaban : 1 bulan sekali.

Informan 2

Nama : Okta

Jabatan : Account Manager Divisi Business Government Enterprise and Service

1. Mengapa perlu dilakukannya promosi produk WiCo?

Jawaban : Untuk menaikkan pendapatan perusahaan dan sebagai bentuk komitmen Telkom dalam mengembangkan bisnis UMKM.

2. Apa tujuan dari strategi promosi WiCo?

Jawaban : Untuk meningkatkan jumlah pebisnis pengguna WiCo, menarik minat dan untuk memberdayakan pelaku usaha mikro atau rumah tangga.

3. Siapa target sasaran dari produk WiCo?

Jawaban : Pelaku usaha mikro dan ibu rumah tangga, serta siapapun yang ingin mendapatkan penghasilan lebih.

4. Bagaimana cara merencanakan strategi promosi WiCo?

Jawaban : Dengan mengetahui apa kelebihan dan kekurangan WiCo, serta tantangannya. Sehingga tantangan tersebut dapat dijadikan peluang untuk menambahkan sales WiCo.

5. Apa keunggulan dari produk WiCo dibanding kompetitor-kompetitor lain?

Jawaban : Dengan sistem bagi hasil, WiCo memiliki nilai lebih di bandingkan dengan produk lain. Pelaku usaha bisa menambahkan pendapatan dari wifi, bukan wifi yang semata hanya sebagai fasilitas saja.

6. Bagaimana cara merancang pesan yang efektif dalam kegiatan promosi agar menarik minat konsumen untuk menggunakan WiCo?

Jawaban : Dengan langsung membujuk pada tujuan produk WiCo yaitu untuk memberdayakan pelaku usaha mikro atau rumah tangga dengan sistem bagi hasil.

7. Bagaimana menentukan anggaran promosi WiCo?

Jawaban : Dengan metode presentase penjualan.

8. Bauran promosi apa saja yang digunakan dalam kegiatan promosi?

Jawaban : Sales promotion, publisitas, penjualan personal, dan pemasaran langsung.

9. Bagaimana cara mengukur keberhasilan dalam kegiatan promosi?

Jawaban : Melihat laporan ROI (Return Of Investmen), promosi menjangkau target pasar, dan laporan penjualan yang meningkat setiap bulannya.



10. Bagaimana cara mengelola dan mengkoordinasi seluruh proses komunikasi promosi WiCo?

Jawaban : Melakukan sosialisasi produk WiCo.

11. Dimana PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta) melakukan promosi WiCo?

Jawaban : Di kantor Telkom Jogja.

12. Kapan waktu yang telah ditentukan dalam kegiatan promosi?

Jawaban : 3 bulan sekali.

13. Bentuk strategi apa yang dilakukan agar menarik minat beli konsumen?

Jawaban : Sharing pendapatan, serta adanya penghargaan bagi pelaku usaha bisnis yang menggunakan produk WiCo, dan yang melakukan transaksi voucher WiCo tertinggi.

14. Bagaimana cara mempertahankan konsumen agar tetap menggunakan produk WiCo?

Jawaban : Metode penghargaan harus semakin variatif dan harus menguntungkan kedua belah pihak.

15. Saat ini sudah berapa lokasi yang menggunakan produk WiCo?

Jawaban : Kurang lebih 85 lokasi.

16. Melalui saluran media apakah PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta) dalam mengiklankan produk WiCo?

Jawaban : Media elektronik seperti website resmi, media cetak seperti brosur.

17. Bagaimana penjualan personal yang dilakukan pada produk WiCo?

Jawaban : Melalui sales promotion, jika pelaku usaha bisnis memenuhi target penjualan WiCo akan diberikan penghargaan.

18. Bagaimana cara pemasaran langsung produk WiCo?

Jawaban : Dengan cara door to door ke pelaku usaha bisnis sesuai dengan target sasaran pasar.

19. Faktor-faktor apa saja yang menghambat proses pelaksanaan promosi?

Jawaban : Faktor internal yaitu keterbatasan anggaran promosi.

20. Dari semua kegiatan promosi WiCo manakah yang paling efektif?

Jawaban : Sales promotion, penjualan tatap muka, dan iklan.

21. Siapakah yang bertanggung jawab atas pelaksanaan promosi produk WiCo?

Jawaban : Manager Bisnis dan Assistant Manager Bisnis Territory Sales.

22. Bentuk evaluasi apa yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta) pada kegiatan promosinya?

Jawaban : Dengan review berkala. Kegiatan evaluasi dilakukan 1 bulan sekali.

23. Apa tujuan dilakukannya evaluasi?

Jawaban : Agar kegiatan promosi lebih efektif dan efisien.

24. Kapan dilakukannya evaluasi?

Jawaban : 1 bulan sekali.

Informan 3

Nama : Latif / Pemilik Seraya Café

1. Bagaimana cara anda mendapatkan informasi tentang WiCo?

Jawaban : dari website resmi telkom

2. Mengapa anda tertarik menggunakan WiCo?

Jawaban : karena mengikuti perkembangan zaman. Kalau dulu ramanya di warnet. Kalau sekarang orang-orang hanya menggunakan pc dan smartphone, maka otomatis mereka membutuhkan wifi

3. Berapa lama anda menggunakan produk WiCo?

Jawaban : satu tahun

4. Bagaimana tanggapan anda mengenai promosi WiCo yang telah dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta)?

Jawaban : bagus, kemaren saya sempat dikirimkan stiker wico yang berukuran besar, dikirimkan langsung dari Jakarta

5. Mengapa anda merekomendasikan produk WiCo kepada orang lain?

Jawaban : karena faktor kedekatan saja, seperti dengan teman.

6. Mengapa anda cenderung melakukan pembelian *voucher* WiCo secara berulang-ulang?

Jawaban : karena kebutuhan. Dengan memakai wico, untuk update software menjadi semakin cepat dibandingkan dengan menggunakan paket data atau modem, dan harganya juga jauh lebih murah.

Informan 4

Nama : Arel / Pemilik Dapur Nala

1. Bagaimana cara anda mendapatkan informasi tentang WiCo?

Jawaban : dari teman, karena teman merekomendasikan wico ke saya

2. Mengapa anda tertarik menggunakan WiCo?

Jawaban : karena kecepatan akses internetnya cepat dan mendapatkan keuntungan

3. Berapa lama anda menggunakan produk WiCo?

Jawaban : 3 tahun

4. Bagaimana tanggapan anda mengenai promosi WiCo yang telah dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta)?

Jawaban : bagus, karena promosi yang dilakukan mendatangi warung-warung secara langsung

5. Mengapa anda merekomendasikan produk WiCo kepada orang lain?

Jawaban : Karena teman-teman saya yang memiliki café-café kecil masih bingung mau menggunakan layanan apa, maka saya rekomendasikan untuk memakai wico

6. Mengapa anda cenderung melakukan pembelian *voucher* WiCo secara berulang-ulang?

Jawaban : karena banyak yang menggunakan dan banyak yang membutuhkan

#### Informan 5

Nama : Subiyanto / Pemilik Kedai Harsent

1. Bagaimana cara anda mendapatkan informasi tentang WiCo?

Jawaban : dari pak Arif General Manager Telkom

2. Mengapa anda tertarik menggunakan WiCo?

Jawaban : karena terdapat keuntungan, bisa menjual dan kecepatannya lebih cepat daripada Indihome

3. Berapa lama anda menggunakan produk WiCo?

Jawaban : 3 bulan

4. Bagaimana tanggapan anda mengenai promosi WiCo yang telah dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia (Witel Yogyakarta)?

Jawaban : sudah bagus kalau promosi pihak Telkom dengan pemilik warung, tetapi masih kurang bagus promosi pihak Telkom dengan pelanggan pengguna WiCo

5. Mengapa anda merekomendasikan produk WiCo kepada orang lain?

Jawaban : karena produk WiCo memiliki kecepatan akses internet yang cepat

6. Mengapa anda cenderung melakukan pembelian *voucher* WiCo secara berulang-ulang?

Jawaban : karena kebutuhan dan ketika voucher sudah habis maka isi ulang lagi