

INTERVIEW GUIDE

1. Selamat siang Pak, saya Galih dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terima kasih sudah diberikan waktu untuk ngobrol sebentar mengenai penelitian saya. Penelitian saya ini tentang strategi komunikasi pemasaran Sekar Kedhaton. Saya ingin lebih mendalami bagaimana strategi yang dilakukan oleh management karena saya lihat tamu disini terus menerus datang terutama bus-bus besar ya pak. Nah, bisa saya mulai ya pak untuk bertanya-tanya tentang Sekar Kedhaton ini.

Iya mas, silahkan saja. Saya juga berharap penelitian ini juga bermanfaat bagi kami terutama untuk management ya. Karena ini nanti kan bisa jadi masukan.

2. Kalau Sekar Kedhaton ini sudah berapa lama ya pak berdiri?

Ini sudah masuk tahun ke sembilan mas. Dalam kurun waktu sembilan tahun itu, memang kita mengalami pasang surut tamu ya. Tapi justru itulah yang menjadikan kita semakin evaluasi. Sebagai marketing, ya gimana caranya Sekar Kedhaton ini tetap meraih banyak tamu dan masyarakat juga harus aware dengan Sekar Kedhaton. Ini sudah menjadi tugas kami ya mas. Tidak mudah memang, tapi semuanya butuh usaha dan strategi. Asalkan ada keyakinan, kita yakin pasti bisa.

3. Kalau mengenai tamu, saya lihat banyak sekali ya pak tamu asing. Emmm, kira-kira berapa persen prosentase antara tamu asing sama tamu domestik ya Pak?

Kalau prosentase ituuu yaaahhhh, 70% : 30% mas. Memang lebih banyak tamu asing ya. Karena kita kan kerjasama sama travel.

4. Ohhhh begitu ya Pak. Terus kalo tamu asing itu biasanya dari mana saja ya pak?

Mayoritas yang setiap hari datang kesini itu dari Thailand, Korea, Jepang, Malaysia. Itu rata-rata ya mas setiap harinya atau yahh bisa dikatakan seringnya tamu luar yang datang ke Sekar Kedhaton. Negara lain juga ada, kayak Suriname, Belgia, Belanda, Amerika, hampir semua negara ada mas.

5. Ooohhh, begitu ya Pak. Karena tamu yang datang sangat banyak sekali dari berbagai negara dan kota, yang melakukan kegiatan promosi itu siapa saja atau bagian apa saja ya Pak?

Kalau promosi ya jelas marketing mas. Tapi kita juga dibantu sama GM kita, Pak Sony. Selain saya sendiri yang promosi, ada staff marketing kita juga mas. Kalo marketing itu memang harus punya agenda kerja dan setiap hari harus sales call. Kalau saya selain sales call juga harus mengurus operational juga. Harus mengawasi waktu tamu datang ke Sekar. Intinya take care lah sama tamu. Jangan sampe tamu itu complaint atau kecewa ya.

6. Jadi kegiatan promosinya sales call ya Pak. Mungkin bisa sedikit dijelaskan

Ya mas, memang harus sales call. Udah wajib itu (sambil tersenyum dan tertawa). Jadi gini, sebelum si marketing melakukan sales call, harus ada agenda kerjanya terlebih dahulu. Misalnya kamu harus kemana nemui siapa. Itukan harus jelas. Gak bisa kalo pergi tanpa tujuan yang jelas. Jadi memang harus benar-benar dijadwalkan. Kalo si marketing udah ada jadwal atau agenda yang tetap, barulah bernagkat sales call. Nah, senjatanya itu harus bawa sales kit mas. Yahh, semacam proposal gitu. Disitu udah ada segala informasi tentang Sekar Kedhaton. Mulai dari profile, menunya, cara reservasinya, pakatnya, semua ada. Nah, nanti tinggal si marketing ini yang presentasi langsung biar lebih jelas. Kayak gitu mas gambaran sales call nya.

7. Ohhh begitu ya Pak. Jadi harus dapat informasi yang akurat kalau udah selesai sales call ya Pak. . .

Iya mas, harus itu. Karena hasil sales call itukan nanti yang dilaporkan sama saya, atau GM, atau BOD, dan masuk laporan mingguan juga itu.

8. Ohh, iya Pak. Kalau untuk strateginya sendiri, itu bagaimana pak? Kan sekarang kita lihat banyak restaurant-restaurant udah menjamur di wilayah Jogja ini. Gimana sih Pak caranya supaya bisa menghadapi kompetitor ini?

Untuk kegiatan promosi disini, memang dengan menjemput bola ya istilahnya. Karena melihat kondisi sekarang ini banyak *competitor* dimanamana, baik restaurant menengah maupun restaurant *middle up*. Jadi keputusan dari *BOD* diminta untuk aktif *sales call* atau yang saya katakana tadi dengan menjemput bola. Dari situ memang selain kita mencari peluang melakukan

komunikasi *persuasive*, juga sebagai bentuk silaturahmi. Kan kalau kita datang untuk silaturahmi itu enak. Sambil bisa pendekatan sama menggali informasi. Kalau udah dekat, nanti gampang masuknya. Dalam arti kitalah yang nantinya dipilih sebagai tempat untuk *dinner*. Kalo cuma nunggu reservasi dari telepon saja ya sangat tidak cukup. Nanti cuma flat omsetnya. Makanya dibentuk tim marketing supaya bisa aktif *sales call* itu tadi.

9. Ooohh iya Pak, memang harus ada pendekatan ya pak supaya tertarik untuk berkunjung ke Sekar Kedhaton. Nah, sales call itu kan sama diartikan dengan yang namanya personal selling. Mungkin bisa dijelaskan pak, gimana prosesnya atau targetnya. Seperti itu. . . .

Jadi begini, kalau di Sekar Kedhaton, untuk personal selling biasa kita sebut *salescall*. Tim marketing sendiri yang bergerak menemui dan mendapatkan klient. Mulai dari appointment, sampe eksekusi reservasi atau dapet klient. Dijogja ini kan banyak banget instansi, kayak misalnya bank. Bank-bank yang masih berkembangpun gak masalah kita datangi, karena itu potensi juga. Terus dinas pemerintah itu banyak banget kan jumlahnya. Itu semua jadi databased kita. Tinggal gimana cara kita menawarkan sama pendekatan. Insya Allah pasti dapet. Kita yakin aja, karena Sekar Kedhaton ini kan bagus sekali mulai dari pelayanan, menu, apalagi sama bangunannya. Udah pasti seneng kalo pimpinan-pimpinan kesini. Selain itu kan disini juga ada *one stop shooping*. Ada perak, ada batik, ada kopi. Jadi bisa buat tempat belanja.

Garak-balak buat pimpinan-pimpinan gitu. Karena semua kita kemas secara

exclusive. Kemudian kalo ada update info terbaru menu misalnya, ya kita info langsung. Bisa by phone, kita email, atau kita silaturahmi langsung. Pokoknya yang penting kita jaga silaturahmi dengan klien, kita bantu mereka kalo lagi kesulitan misalnya. Contoh begini, mereka lagi butuh sound system misalnya, mereka butuh sewa ini itu, kita ada link nya kok. Jadi kita bantu mereka. Nah, dari situlah maka hubungan yang baik itu terus terjaga. Dan nantinya pasti datangnya ke Sekar Kedhaton lagi. Follow up yang penting, mas.

10. Ooohh ya, baik Pak seperti itu ya pak untuk proses personal sellingnya. Kalau bagaimana caranya management Sekar Kedhaton menghadapi kompetitor, itu bagaimana ya Pak?

Belakangan ini banyak ya restaurant bermunculan dengan menu-menu baru. Tapi kita gak takut dengan banyaknya kompetitor itu. Karena kita punya nilai tersendiri ya dilihat dari menunya sama tempatnya. Bisa dilihat sendiri kalau untuk tempat jelas kita menjual nilai *heritage* nya. Tempatnya sangat nyaman sekali dan *exclusive*. Nuansa jawanya kental sekali kan. Dipadukan dengan bangunan Belanda jaman dulu. Rata-rata customer betah karena tempatnya. Kalau untuk menunya kita punya andalan. Ya bebek mi roso istilahnya, lumpia gudeg, ayam garang asem, sama gulas squash. Itu udah pasti customer suka karena rasanya juga sangat enak. Kita gak sembarangan lho masaknyanya. Ada resepnya sendiri yang menjadikan rasanya jadi enak. Bicara soal strategi promosi, sudah pasti kita melakukan itu. Caranya ya kita punya paket promo

kalo Lebaran misalnya. Ramadhan, Natal. Ya seperti itu. Kemudian untuk

promo dimedia juga dilakukan. Staff marketing yang biasanya melakukan itu. Banyak media yang datang ke Sekar Kedhaton. Sampai trans tv juga pernah ngliput kita. Relasi-relasi itulah yang harus kita jaga. Yang penting operational berjalan lancar dan tetap konsisten.

11. Baik Pak, saya sudah bisa menangkap bagaimana cara dan strategi untuk melakukan kegiatan promosi ini. Saya mengucapkan terima kasih sekali Pak, sudah dibantu untuk menyelesaikan penelitian saya ini.

Iya mas, sama-sama. Kami juga terima kasih lah, artinya sudah ada yang meneliti, pasti nanti kan ada masukan ya dari situ. Akan kami jadikan evaluasi juga.

12. Iya pak sama-sama (sambil tersenyum). Kalau saya membutuhkan data, boleh kan ya pak saya menghubungi Bapak lagi.

Ohh iya mas. Silahkan aja datang ke Sekar Kedhaton. Yang pasti pas saya tidak sibuk tidak apa-apa mas (sambil tertawa).

13. Baik pak, terima kasih banyak atas waktunya. Maaf sudah mengganggu aktifitasnya. Kalau begitu saya mohon pamit dulu ya pak.

Iya mas, sama-sama (sambil jabat tangan). Hati-hati dijalan. . . .

14. Selamat siang, maaf mengganggu waktunya sebentar. Saya Galih dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang akan melakukan penelitian

mengenai strategi komunikasi pemasaran di Sekar Kedhaton. Ada beberapa

Ohhh iya mas, silahkan. Tidak apa-apa (sambil tersenyum)

15. Kalau mb Frida ini Sekretaris owner ya?

Iya mas, saya sekretaris Ibu Betta Farah, selaku Board of Director. Jadi saya lebih ke mendampingi beliau untuk kegiatan-kegiatan sehari-harinya. Dan saya juga termasuk melakukan kegiatan promosi kok.

16. Oohhh begitu ya mbak. Saya hanya ingin menanyakan untuk kegiatan promosi dari management itu seperti apa ya mbak?

Untuk pelaksanaan kegiatan promosi memang selalu didukung oleh ibu Betta Farah, sejauh hal tersebut menguntungkan dan merupakan promosi dengan cara yang efektif. Sejauh ini kita kalau ada moment selalu buat brosur, misalnya pas Ramadhan, kita punya brosur sendiri untuk paket Ramadhan, kemudahan pas Lebaran kita juga punya brosur untuk paket Syawal. Ya contohnya seperti itu. Terus kita juga pasti pasang baliho sama banner. Ada baliho yang paling besar itu diperempatan deket ST Square. Itu juga selalu kita pantau. Misalnya gambarnya udah pudar, kita langsung ganti. Kalau untuk promo-promo lainnya melalui media, ibu Betta juga selalu support. Barter promo misalnya. Kita diliput sama Harian Jogja, nanti jurnalis kita berikan free lunch disini. Biasanya sih gitu. Kalo untuk divisi Marketing, sudah bergerak sesuai jobdesc mereka, terutama mencari relasi baru. Setiap hari itu mereka lakukan. Baik dijogja maupun relasi diluar jogja. Bisa dengan cara mendatangi langsung, by phone, kirim saleskit, saleskit itu proposal.

Terus by email. Ya seperti itulah. Kita harus jaga itu semua. Alhamdulillah

banyak juga kan pejabat-pejabat, artis-artis datang ke kita. Sampe bulan Februari 2012 kemarin, kita kan kedatangan Miss Universe sama miss Indonesia. Semua itu berkat kerjasama seluruh management Sekar Kedhaton.

17. Jadi memang sudah sangat terkenal sekali ya mbak Sekar Kedhaton ini. Sampai miss universe juga sudah pernah datang kesini.

Ya Alhamdulillah mas, semua itu kan juga berkat kerjasama semua pihak terutama staff-staff semuanya disini.

18. Kalau untuk atribut promosi seperti brosur dan lain-lain itu biasanya berapa bulan sekali ya mbak gantinya?

Kalau untuk atribut promosi, menyesuaikan dengan kebutuhan ya. Tidak bisa kapan atau berapa bulan sekali gantinya. Tapi kalau ada informasi tambahan, atau misalnya ada menu yang memang sudah fix jadi menu tambahan, biasanya kita pasti bikin brosur baru. Dan itu memang harus dibikin ya, karena itu kan senjata untuk promosi juga.

19. Baik mbak. Kalau untuk kerjasama sama media, itu gimana ya?

Kita juga kerjasama sama media mas. Ya sama tribun, harian Jogja, Kedaulatan Rakyat, sama yang lain-lain juga. Saya juga kadang-kadang mengurus untuk kerjasama dengan media. Sebenarnya tugas Marketing Komunikasi juga, tapi saya juga diberikan tugas juga untuk handle dengan media. Menyenangkan kok kerjasama sama media itu. Yah, itu juga penting

ya mas. Sebagai bentuk promosi kita juga

20. Ohh ya, baik mbak, saya sudah mengerti bagaimana strategi dan kegiatan promosi yang dilakuakn oleh Sekar Kedhaton. Terima kasih banyak atas waktunya. Maaf saya mengganggu (sambil tersenyum). Terima kasih atas infonya dan saya mohon pamit dulu.

Raik mes sama-sama. Terima kasih kembali (sambil jabat tangan)