

LAMPIRAN

21.00

1. Apa makna dari logo Kampung Arab *Café and Resto*?

“Jadi gini yan ,makna dari logo Kampung Arab yang gambar kambing tuh ada artinya yan, coba kamu lihat gambar kambing ini, sebenarnya punya maksud kalau masakan kuliner Arab tuh identik sama daging kambing, jadi kuliner khas Arab sebenarnya ditemuinnya di Indonesia, malah bukan dari sana langsung, coba kamu bisa baca sejarahnya di buku menu. Kalau kamu block gambarnya itu keliatan kaya kubah masjid, ya Arab kan identik sama muslim gitu, dan kalau kamu ngeliatnya di balik, gambar yang di block tadi ngebentuk simbol “*love*”, maknanya ya bukan kaya cinta ke pacar loh, tapi lebih bentuk apresiasi kita ke konsumen, intinya sih ya kita melayani sepenuh hati ke mereka. Nah sekarang lanjut coba lihat ke *font* tulisannya, kita pake tulisan latin aja, kalo bahasa Arab tar repot yang nggak bisa baca dong, jadi aku bikin ada corak-corak titik gitu kaya tulisan Arab biar punya ciri khas. Terus kalau ngebahas pemilihan warnanya sih warna merah tuh aku pernah baca artikel kalau itu dipercaya bisa merangsang nafsu makan seseorang, tapi diluar itu aku mau ngesanin kalau makanan kita cenderung pedas manis, merah khas Arab makanya warnanya merah sama hitam. Terakhir nih kenapa kalau malem background logo jadi putih terang efek lampu dari dalem reklame? Sama aku kasih nuansa lampu-lampu terang di luar. Soalnya aku percaya warna terang tuh bisa ngepersuasif konsumen buat berkunjung, kebetulan jalan di sini juga lumayan rame yan, ga percaya, coba deh kamu bandingin warung klontong sama minimarket yang ada di jalan raya mana yang lebih laris.”

2. Apakah tagline “Sensasi kuliner Arab peranakan” dalam buku menu akan terus melekat disana?

“Ya jelas lah yan, itu Sensai kuliner Arab peranakan kan intinya masakan Arab yang resep masakannya langsung dari masakan rumahan keluargaku sendiri, selama konsep warungku ini ga berubah taglinenya bakal tetap ada di situ, dan disini aku mau ngenalin lagi masakan-masakan Timur Tengah ke masyarakat sini.”

3. Struktural organisasi di Kampung Arab beserta tugas masing-masing?

“Oh kalo disini aku langsung ngebawahin 3 posisi, ada chef (Hakim), manajer operasional (mas Eddy Nanang), sosial media marketing (Yoky). Kalau *Chef* tugasnya membuat dan memastikan menu yang dibuat setiap hari sesuai dengan standart prosedur yang ditetapkan dan memegang keputusan di bagian dapur, melakukan inovasi dalam pengembangan

produk-produk baru. Dibawah dia ada *Co Chef* (Heru sama Andy) buat ngebantu *Chef* ngejalanin SOP yang ada di sini. Lanjut Manajer operasional tugasnya memastikan operasional berjalan lancar dan baik, mulai dari stok bahan pangan, absensi pegawai, bertanggungjawab dalam pengambilan keputusan pembelian bahan, memangkas biaya-biaya operasional yang tidak diperlukan, Membawahi langsung *captain fl*, *captain bar*, *delivery*, dan *cashier*. *Captain Frontliner* (Budi) komandan FL dimana bertanggungjawab untuk semua staff berjalan sesuai SOP perusahaan, dibawah dia ada *Frontliner* (Tri, Nova, Wahyu dan Ryan) tugas mereka tuh jadi karyawan berjalan bertugas melayani langsung konsumen, serta bertanggung jawab untuk kebersihan alat dan tempat. *Captain Bar* (Boby) punya tugas jadi komandan bar, memastikan kualitas dan pembuatan minuman berjalan lancar, bawahnya ada bartendernya buat membantu tugas dari *captain bar*, *Delivery* ada Martin, *Cashier* ada Riyan buat menghitung pemasukan dan pengeluaran Kampung Arab untuk dikoordinasikan kepada manajer operasional, *Sosial Media Marketing* sama Yoky tugas-tugasnya menghandle *digital marketing* dan sosial media, membuat strategi promosi bulanan, sama evaluasi kepuasan pelanggan.”

4. Visi dan misi Kampung Arab?

“Visinya, menjadikan Kampung Arab sebagai unit usaha kuliner dengan manajemen yang terstruktur, pelayanan dan menu memuaskan konsumen. Kalo misinya, menerapkan sistem manajerial yang terstruktur dengan *teamwork* yang baik antar SDM, untuk melayani konsumen, tetap konsisten menjaga kualitas produk, serta mengenalkan kuliner Timur Tengah yang sesuai dengan lidah orang lokal”

5. Bagaimana awal berdirinya Kampung Arab, serta perkembangannya hingga sekarang ini?

“Awalnya sih aku emang suka kulineran sama temen-temen. Nah pernah tuh pas dirumah aku masakin kuliner Arab eh pada suka banget mereka, kepikiran deh buat bikin resto sendiri. Aku dari dulu zaman sekolah udah sering ikut kegiatan EO gitu, sama keluarga juga wiraswasta jadi ya sedikit-sedikitnya ada pengalaman lah. Kampung Arab aku mulai 22 juni 2014, waktu itu kan kuliner Timur Tengah setauku lagi kosong, apalagi yang bener-bener Arab, emang sih sebelumnya di daerah Gejayan ada Mamo Resto yang jual masakan Arab, tapi udah lama tutup kalo ga salah. Waktu masa-masa kuliner Timur Tengah lagi kosong tuh orang jogja sama sekitar jogja biasanya pergi ke Solo kalau pengen nyantap kuliner Timur Tengah, Soalnya di kota-kota kaya Solo dan Semarang tuh komunitas orang Arabnya emang gede disana, jadi aku makin yakin deh untuk buka kafe sama resto Kampung Arab buat jual masakan Timur Tengah, 60%-70% masakan yang aku jual Timur Tengah. Warungku ini aku kategoriin

ke kafe sama resto karena emang bisa dibilang masuk ke konsep duaduanya, kan kalau kafe tuh cenderung jualan minuman dan makanan ringan, kalau resto makanan-makanan berat, di sini aku semuanya ada, bisa diliat sendiri yan di buku menu. Lanjut ke konsep tempat emang aku yang konsep dari awal kaya di Arab gitu mulai dari pohon palem, atap gelombang gordyn khas Arab, punya fungsi lain buat ngeredam panas, lampu-lampu, karpet, piring gede buat makan bareng kaya budaya Arab, setelan lagu, pohon palem ya bisa diliat deh nuansa khas Arabnya ada. Kalau kayu yang aku pake buat bangku meja sih itu kayu sisa sebenarnya, jadi papah emang punya usaha mebel. Pas ulang tahun kita juga pernah ngadain *event* kaya festival budaya Arab, namanya *Arabic beat*, isinya ada *live Arabian music* dan *belly dancer*. Dari awal aku emang tanemin nuansa Arabnya karena aku yakin bisnis apapun kalau udah jalan pasti nantinya bakal ada kompetitor yan. Sampai sekarang sih Alhamdulillah masih berjalan lancar, Soalnya aku juga disini udah ngerasain jadi chef yang langsung ngajarin masak ke karyawan, manajerin juga, kalau sekarang sih yang masih aku bantu ya megang sosial media juga.”

6. Siapa saja kompetitor yang paling dekat?

“Kalau masakan Timur Tengah di jogja mungkin aku tau beberapa kaya Golden Cleopatra, Babylon Caffé, Taj Lounge, Umar Restaurant, sama Aladdin Resto Yogyakarta, tapi kalau yang paling deket dari sisi harga sama kulinernya yang condong ke masakan Arab ya Umar Restaurant sama Aladdin Resto Yogyakarta.”

7. Apa ciri-ciri yang dapat membedakan Kampung Arab dengan

Restoran Timur Tengah lain di Yogyakarta (khususnya kuliner Arab)?

“Kalo menurut aku sih nuansa Arabnya di sini bisa lebih dapet, dari lightingnya pake lampu gantung, atap gelombang gordynnya, pohon palemnya kayanya ga ada di tempat lain, terus aku juga sesuain menunya sama lidah orang sini yang suka kuliner manis, terus aku juga sering ngadain promo-promo buat konsumen.”

8. Mengapa *positioning* penting bagi Kampung Arab?

“Ya penting lah, biar tempat usaha kita tuh lebih terkonsep, bisa beda dari kompetitor kuliner lain, punya identitas, jadi tempatnya nggak biasa di mata konsumen. Harapanku sih orang yang pengen masakan Arab yang enak dengan suasana yang cocok kaya di Timur Tengah langsung mikir Kampung Arab, gitu lah yan kira-kira.”

9. Faktor apa yang melatarbelakangi pengambilan keputusan

***positioning* Kampung Arab sebagai kafe dan resto khas Arab?**

“Jadi awalnya kaya yang aku ceritain tadi yan, abis Mamo Resto tutup kan masakan Timur Tengah di jogja kosong, Nah aku pengen bisa ngenalin kuliner Timur Tengah lewat unit bisnisku ini. Dulu sih awal buka aku belum ada pesaing yan, makanya aku konsep dari awal nuansa Arabnya biar konsumen nggak cuman dapet menu Arab yang enak, tapi suasananya juga mendukung. Nah kalau udah gitu kan mereka bisa inget dan ngerekomendasiin ke temen-temennya. Terus kaya yang aku bilang sebelumnya, kalau usaha aku jalan otomatis aku ngeliatin ke orang lain kalau di DIY tuh masakan Timur Tengah mulai diminati, dan itu pasti bakal banyak kompetitor baru ngikutin, sekarang ya bisa diliat yan udah terbukti banyak kompetitor baru.”

10. Apa saja perwujudan *positioning* Kampung Arab, mengapa memilih

***positioning* tersebut?**

“Dari menu kita khas Arab ada Nasi Kebuli Kambing, Nasi Briyani Kambing, Nasi Kambing Bakar Madu, Iga Bakar Kambing Platter, Kebab, Sambosa, Sazuka Spesial, Roti Maryam, minuman kaya Najwa, Marwa, Safa, terus ada shisa juga. Selain itu ya dari logo, *tagline*, event budaya Arab, nuansa tempat, interiornya kaya yang aku bilang tadi, Ya aku mau ngenalin kuliner Arab dengan nuansa Timur Tengah juga, jadi orang-orang bukan cuman sebatas makan tapi suasana makannya juga dapet.”

11. Berdasarkan atribut Kampung Arab, apakah konsumen sudah

terasosiasi?

“Menurut aku sih sudah, karena kita emang awal-awal berdiri kan masakan Timur Tengah lagi kosong tuh, itu masa-masa awal aku ngenalin kuliner masakan Arab, kalau masyarakat gak *aware* sama kita ya otomatis masakan Timur Tengah di sini kurang peminat, kompetitor baru gak bakal bermunculan kaya dua tahun belakangan ini.”

12. Bagaimana filosofi logo Kampung arab?

“Kaya yang tadi aku bilang, kuliner arab kan emang identik sama olahan daging kambingnya, orang-orang sana emang suka makan daging kambing, makanya aku jadiin logo warungku, terus kalo di block jadi kaya kubah masjid yang identik sama orang muslim, dibalik jadi bentuk love untuk apresiasi ke konsumen kita ngelayani mereka dengan sebaik-baiknya.”

13. Apa peran orang-orang dalam manajemen anda terhadap *positioning*

Kampung arab?

“Perannya ya kaya *chef* itu harus bisa bikin masakan Arab yang udah disesuaikan sama lidah orang sini yah, kalau manajer operasional yah tanggung jawab keuangan keluar masuk, orang sosial media marketing buat kegiatan promosi pemasaran kita, kalau karyawan di lapangan juga biasanya aku himbau buat nyetel lagu-lagu Arab disini buat nambah nuansa Arabnya.”

14. Bagaimana cara mempertahankan *positioning* Kampung Arab?

“Terus berinovasi aja sih di menunya, kita kan juga berkembang seiring waktu menu-menu yang disajikan sama pemilihan nama produknya, yang penting gak keluar jalur aja, terus inovasi tempat juga mungkin.”

15. Bagaimana perkembangan peliputan Kampung arab di media massa?

“Sudah pernah diliput sama media cetak kaya tribun jogja, media elektronik, TV skala daerah kaya Adi TV, atau nasional kaya Net TV, Trans TV, Trans 7.”

16. Apa saja hambatan Kampung Arab dalam menjalankan *positioning*?

“Hambatannya tuh selera lidah orang sini beda sama orang Arab, jadi kalau orang Jogja kan sukanya masakan yang manis-manis otomatis aku harus ngerubah dari tekstur rasa aslinya biar lebih manis, terus nggak semua orang sini suka sama nasi kebuli yang dari beras basmati. Terus aku juga susah cari penyanyi sama penari belly dancar, padahal acara-acara yang semacam itu pengennya lebih sering aku adain, bukan cuman pas ulang tahun Kampung Arab aja. Oh iya satu lagi nih, makin eksisnya vapor juga bikin penjualan shisha menurun di kalangan anak muda, anak-anak sekarang pada lebih milih rokok elektrik, kalau konsumen banyak yang beli shisha tuh kaya lebih dapet aja suasana Arabnya menurutku.”

17. Siapa saja target pasar Kampung Arab?

“Sebenarnya sih awal berdiri aku targetin usia 25 sampai 40 tahun, cuman realita di lapangan beda, ternyata konsumen dibawah usia 25 lumayan banyak yang datang biasanya mahasiswa-mahasiswa, terus orang-orang berkeluarga yang udah senior juga ada yang datang kesini, karena makin luas pasarku habis setahun jalan ya aku rubah jadi 18 sampai 55 tahun target pasarnya. Kalo dari range usia sih aku targetin kelas mahasiswa usia 18 sampai 24 35% ini usia-usia seneng nongkrong, 25 sampai 34 40% karena di usia segini masih seneng nongkrong dan secara finansial lebih punya daya beli, usia 35 sampai 44 sekitar 15%, terakhir sisanya 10% usia 45 sampai 55 tahun. Kalo untuk kategori konsumen aku targetin 60% primer dan 40% sekunder, kenapa? Karena zaman sekarang tuh yah banyak konsumen yang datang ke kafé atau resto yang lagi naik daun biar bisa update di sosmed buat eksistensi, tapi secara gak langsung tipe-tipe konsumen kaya gini tuh bisa jadi sarana promosi atau ngeinfluenser orang buat datang, jadi gak bisa disepeliin juga, selain itu pemasukan dari orang-orang tipe gini bisa dibilang lumayan gede. Dari segi gender aku nargetin cewek lebih banyak, 60% lah karena menurut aku kalau banyak cewe datang secara otomatis cowok-cowok bakal berkunjung, secara *image* tempat kita yang banyak ceweknya memancing mereka hahaha, apalagi kalau duduknya pada di bagian depan lebih bagus itu yan. Terus aku tambahin lagi nih untuk konsumen dari jogja aku targetin 75%, sisanya 25% orang luar daerah karena ya kita kan tinggal di Jogja yang memang kota wisata dan kalau musim libur tiba pasti banyak orang luar yang datang ke Jogja, kalo udah musim libur biasanya aku jual kebuli yang make basmati.”

18. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Kampung Arab?

“Kalau kegiatan promosi yah biasanya kita pasang di akun instagram kita atau meja-meja di warung yan dan itu macem-macem, kaya diskon *happy hours*, *buy one get one*, diskon kartu pelajar, *free ice cream* buat yang posting foto mereka plus follow ig kita, *free drink for ladies*. Kita ada waktu-waktu tertentu sih, misal pas *followers* kita lagi turun kita ngadain yang *free ice cream* gitu buat yang *post* dan *follow*, ya instagram banyak *follower* juga buat eksistensi resto ku juga sebenarnya, selain itu bisa ngepersuasif orang lain juga buat datang kan kalo banyak yg posting. Terus promosi tuh ada waktu-waktu tertentu, kalau keseringan atau permanen gitu ntar jatuhnya kegiatan promosi kita gak spesial lagi, kapanpun konsumen bisa dapet ya mereka cenderung cuek malah.”

19. Seperti apakah *Unique Selling Proposition* Kampung Arab?

“Tempat kita kan emang mayoritas masakannya Timur Tengah 70% dan lokal sekitar 30% jadi buat *positioning* khas Arab kita lebih dapet ya dibanyakin aja event-event yang bisa ngedukung misal kita ngadain

festival *Arabic beat* kaya pas ulang tahun kita dulu, acara *live Arabian music* sama *belly dancer*, ngangkat kebudayaan sana juga sebenarnya, menurut aku sih itu salah satu keunikan kita cuman hambatannya tuh nyari yang mereka yang bisa nyanyi tuh susah, dulu aku manggil dari Solo langsung. Konsep tempat juga kita lebih khas Arab.”

20. Kegiatan apa saja yang mendukung pelaksanaan kegiatan *positioning*?

“Macem-macem sih kaya ngikutin festival-festival kuliner gitu, kan event-event kaya gitu emang tepat buat yang punya usaha kuliner, ngiklan di IG.”

21. Langkah-langkah apa saja yang dilakukan dalam melakukan *positioning*?

“Langkah-langkah yah terus inovasi sama pengembangan produk aja yan, kaya tadinya target pasar kita dari yang 25 tahun sampai 40 tahun terus ternyata banyak anak-anak muda mahasiswa yang dateng juga kita rubah jadi 18 tahun sampai 55, ngeliat perubahan gini otomatis beberapa produk kita munculin buat Menuhin kriteria pasar yang jadi target kita, misal kaya *dessert* semacam Hadramies, Yamanies, pudding kampung arab, alpukat keruk sama dadar oreo kan emang kita saranin buat anak muda, aktif make *instagram* juga sih biar bantu promosi. Terus pertahanin menu-menu Timur Tengahnya dari segi kualitas dan rasa tetep konsisten, suasana juga kalau kita bisa bikin makin menarik ya kita bikin asal konsepnya tetep kaya suasana di Arab.”

22. Bagaimana cara Kampung Arab menarik perhatian media massa untuk meliput?

“Ga ada cara-cara khusus sih, aku lebih percaya kalau tempat kita menarik ntar sendirinya media bakal tertarik ngeliput, nah tinggal gimana kitanya, kalau aku yah *welcome* aja sih kalau ada yang mau ngeliput soalnya selama ini permintaannya juga gak aneh-aneh, mereka cuman minta sisain *space* tempat buat meja yang jadi tempat liputan, kalau butuh aku sebagai owner ada di sini, ya tinggal bikin janji aja sih, bisa hubungin langsung kontak resto kita dulu sebelum kesini. Siapa yang ada di warung ya dia yang ngasih pelayanan kalau ada media yang mau liputan.”

23. Apa saja menu yang khas dari Kampung arab?

“Makanan khas sini ya yang Timur Tengah tapi kalau yang khas tuh menurut aku nasi kebuli kambing (paling laris), sama iga bakarnya, kalau lainnya yang juga *best seller* disini nasi biryani kambing, sama sumsum soalnya sekarang banyak banget yang suka. Untuk minumannya yah *Hot*

Sahe Adene itu kaya teh susu dari rempah-rempah khas Arab, *Sahe* teh rempah Arab, *Hot Qahwa* kopi rempah Arab, *best seller* lainnya ada *Najwa*, itu produk inovasi dari kita bahan kurma dibikin ke bentuk *cappuccino*.”

24. Menu apa saja yang dijadikan unggulan bagi Kampung Arab? Mengapa menu tersebut menjadi unggulan?

“Unggulan sih yah tetep nasi kebuli kambing sama iga bakarnya, secara itu memang khas Arab dan banyak orang yang sengaja kesini buat nyicipin itu. Nasi biryani juga soalnya emang terkenal banget di kalangan pecinta kuliner Timur Tengah. Minuman *Najwa* sama *Marwa* terus sama *dessert Hadramies* dan *Yamanies* juga favorit anak muda. Kalau yang nasi kebuli itu kita punya porsi besar buat kebanyakan, cara makan orang sana kaya gitu satu piring gede rame-rame, bisa dibilang kulturenya orang sana.”

25. Bagaimana proses perencanaan menu masakan di Kampung Arab (menu lama dan baru)?

“Awalnya kan kita emang mau fokus di kuliner Timur Tengah, tapi konsumen kita kan kebanyakan orang lokal jadi tetep aja ada kuliner lokalnya juga kaya nasi goreng kambing, atau sekarang-sekarang kita *custom* nasi kebuli atau briyani dipaduin sama daging ayam, selain harga bisa lebih murah, daging ayam kan sifatnya *universal*, banyak yang suka, tapi kita tetep fokusnya ke kambing, kaya daging ayam cuman variasi lain aja bukan yang utama di sini. Kalo yang *dessert* tuh kita terus kembangin buat pasar anak-anak mudanya terutama.”

26. Bagaimana cara menyesuaikan menu yang ada dengan konsumen yang beragam?

“Ya kaya yang tadi aku bilang yan, kita bikin variasi lain nasi kebuli atau nasi briyani make lauk ayam, biar yang gak doyan kambing juga bisa menikmati hidangan khas kita, terus liat konsumen dari kalangan anak muda banyak ya aku terus ngembangin produk-produk *dessert* kita.”

27. Adakah kegiatan promosi di luar resto yang dilakukan orang-orang operasional? Seperti apa bentuk-bentuk kegiatannya?

“Ada lah beberapa, pas tahun lalu kita ikut 2 *event* kuliner, Festival Jajanan Bango sama Bicos *bakery, ice cream, and coffee show* di JEC.”

28. Untuk menu-menu unggulan, adakah standart tertentu yang dimiliki Kampung arab?

“Ada, untuk menu-menu kuliner Timur Tengah khususnya nasi kebuli sama briyani sama olahan kambing yang buat masakan manis, bumbunya lebih diperhatiin biar cocok sama karakter orang Jogja yang selernya suka masakan yang manis-manis. Kalau nasi kebuli yang make beras basmati

kita cuman make pas musim libur aja, kalau orang luar biasanya cenderung suka sama beras basmati, jadi pas kalau kita makenya pas musim libur”

29. Bagaimana periklanan yang dilakukan Kampung Arab dalam mengkomunikasikan positioningnya? Apa dampaknya?

“Lewat sosial media, kita punya *instagram*, *twitter*, *facebook* perusahaan, tapi yang paling aktif ya di *instagram* biasanya make *hashtag* kearabaraban, arabiantaste buat kampanye dulu pas awal-awal buka, buat yang regram make *hashtag* itu dapat *free item* yang lagi dipromoin, sering juga ngiklan di akun-akun kuliner kaya java foodie, kuliner yogya, jogja food hunter, sama akun *traveling* kaya explore jogja sering sih kita ngiklan-ngiklan ke mereka. *Followers* mereka kan banyak jadi bisa buat sarana komunikasi ke banyak orang, apalagi mereka juga paham *timing* yang pas buat masang iklan di *Instagram*. Kalo akun-akun yang spesialis di kuliner emang pas juga penempatannya, *followers* mereka kan orang-orang yang *interest* sama kuliner Jogja. Kaya akun semacam Explore Jogja aku pake jasanya pas lagi masuk-masuk musim libur yan, soalnya Jogja kan terkenal sama budaya, pariwisata, asumsi aku bakal banyak banget aktifitas orang yang lihat akun-akun semacam Explore Jogja menjelang liburan, terutama yang emang punya rencana ke Jogja. Kalo orang lagi wisata udah pasti kuliner-kulinernya juga dapat dampak positif. Dampak iklan-iklan tersebut ya ningkatin penjualan terutama yang akun-akun kuliner kan memang target sasaran kita konsumen yang masih muda dan calon konsumen primer kita, orang-orang yang domisilinya di Jogja. Iklan-iklan tadi juga bikin *followers* kita nambah dan kalau menurut opiniku sendiri eksistensi di *instagram* penting sih soalnya itu media yang cocok di zaman sekarang, apalagi mayoritas penggunaanya anak muda. Kita juga pernah ngiklan di radio tapi jarang banget, dulu sih di Swaragama FM, Unisi FM sama UTY FM, acara semacam *Sunset Drive* pokoknya yang tayangnya jam-jam pulang kantor, target utama kita kan dulu orang-orang pekerja, asumsi aku mereka kemungkinan punya waktu buat dengerin radio mobil di jam-jam segitu, kebetulan *Sunset drive* aku kenal penyiarinya jadi pas bagian titip salam aku promosiin Kampung Arab lewat situ hahaha”

30. Bagaimana promosi penjualan yang dilakukan Kampung Arab?

Bagaimana dampaknya?

“Promosi penjualan sering sih di *instagram*, kaya diskon *happy hours* kita biasa kasih potongan harga di jam-jam tertentu, *buy one get one* kasih *free* satu produk yang sama atau menu opsi lain pas pembelian, Diskon kartu

pelajar, *free ice cream*, *free drink for ladies*, *free voucher* belanja. *Happy hours* kadang-kadang kita adain biar konsumen tertarik dateng, kita pasang promosinya di IG, *buy one get one* kita juga buat narik pelanggan atau konsumen dateng, karena kita sering promosi tiba-tiba jadi orang-orang bakal ngefollow ig kita biar gak ketinggalan info, menurutku kalau promosi terlalu sering, rutin (sama waktu-waktunya), orang-orang bakal gak tertarik lagi malah. Yang *free Ice cream* sama diskon kartu pelajar biasanya kita kasih pas mereka *follow instagram* kita, terus diupload, selain dapat *followers*, dapat publikasi dari konsumen, cara tadi tepat sasaran buat konsumen muda dari produk yang ditawarkan ke mereka. *Free drink for ladies* ya itu biar bisa ngundang banyak konsumen cewek, ya otomatis kalau banyak ceweknya banyak cowok yang tertarik dateng kesini. Kalau yang *free voucher* emang buat konsumen yang terpilih. Intinya sekarang tuh *instagram* bener-bener sarana buat publikasi yang aku rasa cukup efektif sama target pasar usia kita yang utama, dimana penggunaanya anak muda dan orang dewasa, bisa ngebantu naikin publikasi dan meningkatkan penjualan jadinya.”

31. Bagaimana publisitas atau pendekatan *public relations* yang dilakukan Kampung Arab dalam mengkomunikasikan positioningnya?

Apa dampaknya?

“Kalau peliputan sih macam-macam ada kaya dari tv pernah Trans 7 sebanyak 4 kali, Trans TV 2 kali, Net TV 1 kali RBTV 1 kali, ADI TV 1 kali, kalau media cetak sebenarnya banyak tapi yang aku inget cuman tribun jogja. Yang dari TV programnya juga nggak hafal semua, tapi seinget aku sih Food and Fashion Trans TV sama Ragam Indonesia Trans 7. Kaya Food and Fashion itu kan ditayangin tiap hari rabu jam 08:30, sebenarnya acara tersebut kan cocok buat anak muda tapi mungkin yang bisa nonton jam segitu mungkin kalangan mahasiswa, itupun yang lagi nggak ada kelas kuliah, selain itu paling yang nonton ibu rumah tangga. Yang Ragam Indonesia juga tayang pagi, kurang lebih sama target penonton mereka. Seenggaknya acara-acara tadi bisa ngenalin Kampung Arab ke masyarakat luas, bukan Cuma yang berdomisili di Jogja. Kalo di TV kita bisa dapat liputan menyeluruh, sajian masakan, suasana, nuansa dll. Publikasi lain kita ikut event kuliner disini, kaya Bicos *bakery*, *ice cream*, and *coffee show* di JEC tahun lalu, itu acara kan cocok sama anak muda atau pekerja yang masih muda, yang kita pameran sih Nasi Kebuli Kambing, *dessert* sama *snack*, tapi kita kan bawa nama Kampung Arab buat promosi disana. Untuk yang Festival Jajanan Bango sih aku rasa pengunjungnya umum ya, semua lapisan umur dari yang muda sampai yang berkeluarga juga ada, masakan Arab, Timur Tengah kita bawa semua.”

32. Bagaimana bentuk *Personal selling* yang dilakukan Kampung Arab? Apa dampaknya?

“Kegiatan *personal selling* nya ya kaya *personal selling* pada umumnya, kita nawarin produk khas yang unggulan kaya nasi kebuli kambing ke konsumen baru, produk best seller iga bakar kambing manis pedas ke konsumen lama atau baru, Kalau ke anak muda kita tawarin dessert buat mereka, *personal selling* ya biasa aja sih dampaknya paling menu-menu kita jadi lebih dikenal, sama konsumen jadi lebih tau tentang produk-produk yang ada disini.”

33. Bagaimana *Direct & online marketing* yang dilakukan Kampung Arab?

Apa dampaknya?

“Kalau *direct* dan *online marketing* kayaknya nggak ada, soalnya itu kan sifatnya penawaran *personal* setauku.”

34. Menurut anda apa dampak dari kegiatan IMC dalam upaya membantu *positioning* Kampung Arab? Mana kegiatan dan media yang paling berpengaruh?

“Macem-macam sih, meningkatkan penjualan, loyalitas konsumen, nambah *followers* ig, yang paling kerasa sih ya *positioning* kita sebagai kafe dan resto khas Arab itu publikasinya bisa sampai ke publik, jadi mereka tertarik buat kesini. Kalo menurut aku ya *word of mouth* sama dari sosial media terutama *instagram*, kalo di *instagram* akun-akun kuliner nolong banget, kita sering banget make jasanya, ngaruh sih secara penjualan, dan enak nya tarif buat iklan kita masuk ke tarif pelanggan Java foodie, jatohnya lebih murah daripada kuliner-kuliner yang masih baru kerjasama sama mereka.”

35. Apakah kegiatan IMC yang dilakukan Kampung Arab berhasil?

“Cukup berhasil sih, kalau aku nilai dari peningkatan usaha yang aku rintis kerasa banget perubahan yang ada sebelum sama sesudah ngejalanin.”

Transkrip wawancara Konsumen (Rosy Khairana/21/Mahasiswa) 28/02/2017

pukul 15:00

1. Apa yang kamu ketahui tentang Kampung Arab?

“Restoran yang ngejual nasi kebuli, tempatnya bagus, dekorasinya kaya di film Aladdin.”

2. Citra positif apa yang ada di Kampung Arab?

“Makanannya enak-enak apalagi nasi kebulinya.”

3. Dari mana anda mengetahui Kampung Arab?

“Pernah dikasih tahu sama temen, sama dari *instagram* nggak sengaja liat.”

4. Apakah anda tertarik melakukan pembelian kembali ke Kampung Arab? Sebutkan alasannya?

“Tertarik karena makanannya enak dan suasananya juga nyaman, betah aku nongkrong lama-lama di situ.”

5. Apakah anda merekomendasikan teman anda untuk mencoba Kampung Arab?

“Iya, soalnya masakannya enak-enak terus beda menu yang diual kan makanan Arab.”

6. Selain Kampung Arab adakah resto khas Timur Tengah lainnya yang anda ketahui di Yogyakarta? Sebutkan?

“Nggak tahu.”

7. Dari mana anda mengetahui resto tersebut?

8. Menurut anda apa perbedaan Kampung Arab dengan resto tersebut?

Transkrip wawancara Konsumen (Dewi Ratna/22/Mahasiswa) 28/2/2017

pukul 15:00

1. Apa yang kamu ketahui tentang Kampung Arab?

“Tempat kuliner yang makanannya banyak Timur Tengahnya, ada shisha juga di situ.”

2. Citra positif apa yang ada di Kampung Arab?

“Makanannya cukup enak dan tempatnya cukup mendukung agak kearab-araban gitu.”

3. Dari mana anda mengetahui Kampung Arab?

“Lihat di *instagram*.”

4. Apakah anda tertarik melakukan pembelian kembali ke Kampung Arab? Sebutkan alasannya?

“Iya soalnya tertarik sama nasi kebulinya, enak sih kalau menurut aku.”

5. Apakah anda merekomendasikan teman anda untuk mencoba Kampung Arab?

“Iya, soalnya aku udah pernah dan makanannya lumayan lah, tempatnya juga bagus.”

6. Selain Kampung Arab adakah resto khas Timur Tengah lainnya yang anda ketahui di Yogyakarta? Sebutkan?

“Nggak tahu.”

7. Dari mana anda mengetahui resto tersebut?

8. Menurut anda apa perbedaan Kampung Arab dengan resto tersebut?

Transkrip wawancara Konsumen (Prasetiyaning Tyas Ari

Safitri/21/Mahasiswa) 01/03/2017 pukul 14:00

1. Apa yang kamu ketahui tentang Kampung Arab?

“Resto enak ngejual masakan Arab tapi harganya lumayan sih.”

2. Citra positif apa yang ada di Kampung Arab?

“Pelayanannya cepat, tempatnya cukup besar (leluasa), suasana kearab-arabannya dapet, lagu-lagunya juga make lagu Arab.”

3. Dari mana anda mengetahui Kampung Arab?

“Lihat di *instagram* sama blog kuliner, tapi lupa aku nama blognya.”

4. Apakah anda tertarik melakukan pembelian kembali ke Kampung Arab? Sebutkan alasannya?

“Sangat tertarik. Meskipun harga lumayan mahal untuk kantong untuk kantong mahasiswa, tapi dengan rasa yang cukup enak ya sepadanlah.”

5. Apakah anda merekomendasikan teman anda untuk mencoba Kampung Arab?

“Iya, soalnya aku udah pernah dan makanannya lumayan lah, tempatnya juga bagus.”

6. Selain Kampung Arab adakah resto khas Timur Tengah lainnya yang anda ketahui di Yogyakarta? Sebutkan?

“Sementara belum tahu.”

7. Dari mana anda mengetahui resto tersebut?

8. Menurut anda apa perbedaan Kampung Arab dengan resto tersebut?

Transkrip wawancara Konsumen (Reza Widhar Pahlevi/26/Dosen) 03/03/2017

pukul 13:00

1. Apa yang kamu ketahui tentang Kampung Arab?

“Tempat yang dihuni oleh orang keturunan Arab, sama mereka punya kuliner yang enak.”

2. Citra positif apa yang ada di Kampung Arab?

“Tempatnya bagus buat kulineran Arab, masakan sama tempatnya ngedukung banget, enak cocok masakannya sama aku.”

3. Dari mana anda mengetahui Kampung Arab?

“Lihat di *instagram* sama di TV juga pernah ada .”

4. Apakah anda tertarik melakukan pembelian kembali ke Kampung Arab? Sebutkan alasannya?

“Mungkin saya ingin kesana lagi untuk mencicipi nasi briyaninya.”

5. Apakah anda merekomendasikan teman anda untuk mencoba Kampung Arab?

“Iya, enak soalnya aku udah coba kebulinya.”

6. Selain Kampung Arab adakah resto khas Timur Tengah lainnya yang anda ketahui di Yogyakarta? Sebutkan?

“Tahu, Umar Resto.

7. Dari mana anda mengetahui resto tersebut?

“Dari javafoodie di *instagram*.”

8. Menurut anda apa perbedaan Kampung Arab dengan resto tersebut?

“Kalau liat di *Ig*, Kampung Arab tempatnya lebih terkonsep.”

Lampiran Foto Kegiatan Wawancara

