

LAMPIRAN

WAWANCARA PERTAMA

**Transkrip Wawancara dengan Informan 1 ADHITYA GILANG
RAMADHAN**

Jabatan : Manajer Promosi

Hari/Tanggal : Selasa, 28 Maret 2017

Waktu : 14.00 WIB

Lokasi : Rumah Makan Intan Jatibarang

Keterangan

P : Penulis

I1 : Informan pertama

P : Siang pak. Bisa mengganggu waktunya sebentar. Saya mau wawancara sedikit.

I1: Oh, boleh, boleh..tentang apa itu ya?

P: Tentang strategi promosi mas

I1: Oh, begitu. Menarik juga. Ok, dek silakan aja.

P : Nah, Dalam membuat atau menentukan perencanaan promosi, pendekatan apa yang digunakan?

I1:1. Pendekatan Sasaran

Yaitu dengan mengukur keberhasilan rumah makan dalam mencapai tingkatan output yang direncanakan. Dengan demikian pendekatan ini mencoba mengukur sejauh mana rumah makan berhasil merealisasikan sasaran yang hendak dicapainya. Sasaran yang hendak diperhatikan dalam pengukuran efektivitas dengan pendekatan ini yaa adalah sasaran sebenarnya. Pengukuran efektivitas dengan menggunakan saran yang sebenarnya akan memberikan hasil yang lebih realistis daripada pengukuran efektivitas secara resmi gitu. Pendekatan ini menentukan target khalayak yang ingin dituju lalu membandingkan karakteristiknya dengan karakteristik berbagai media yang ada.

P : menurut bapak adhitya kepada siapa promosi itu efektif?

I1: promosi yang efektif menurut saya itu yang tepat sasaran, begini dek di daerah sini kan untuk masyarakat nya sendiri masih campur ya masih ada yang menengah bawah ada juga yang menengah beberapa jadi masyarakat sini sendiri pun masih menganggap harga yang ditawarkan masih sedikit mahal, padahal harga dibandingkan di kota-kota masih sangat terjangkau yaaah dek, jadi kami lebih menekankan promosi di sasaran kepada pekerja kantor, guru-guru sekolah, mungkin pegawai bank-bank tapi kami juga tidak melewatkan untuk menjaring masyarakat menengah bawah juga karena kami biasanya siarkan di radio bahwa di rumah makan kami harga terjangkau karena kan ada juga ya yang masih belum berani masuk kesini karena kesannya mahal padahal tidak juga

P : apakah selain di radio ada yang lain pak untuk menjaring masyarakat menengah bawah?

I1: ada dek kalau untuk masyarakat nya sendiri itu dulu pernah seperti mengikuti acara pas tujuh belasan yaitu dengan mengikuti lomba nasi kuning dan kami hiasi dengan hiasan yang sedemikian rupanya bagus ya menurut saya nah disitu kan masyarakat melihat bahwa ada nih rumah makan di daerah sini kan intinya agar

masyarakat tahu dulu nah dari situ mulai ada tu yang berdatangan untuk menanyakan harga pesanan nasi kuning nah akhirnya lama lama lihat lihat harga menu yang lain juga kan, lalu seperti di media sosial itu biasanya lebih menjaringnya orang orang yang suka kuliner ya dek jadi kita ambil gambar sebaik mungkin dan memperlihatkan tempat kami nyaman untuk keluarga dan juga disini juga bisa menjaring anak muda juga kan

P: itu kalau anak muda itu bagaimana pak cara menjaringnya kan disini juga terkenal ya masakan keluarga ya pak nah anak muda kena sekarang sukanya yang semacam cafe cafe gt pak?

I1: nah disitu dek menurut saya tantangannya hehe, bagus bagus pertanyaannya. Kan anak muda sekarang itu pengguna sosial media terbanyak kali ya dibanding orang-orang tua nah disitu kami juga belajar dari kafe-kafe gimana sih cara mereka berpromosi nah ada tu salah satu kafe dilihat nah itu kan rame nah itu gimana sih dia berpromosi di media nah yang pertama adalah saat ulang tahun gratis makan nah itu saya pikir memang ya namanya anak muda suka sama hal hal unik seperti itu dan juga seperti jika membawa teman teman makan disini kami gratis kan french fries

P : waah menarik sekali ya pak, jadi pada intinya target audience nya lebih ke menengah atas tapi tidak melupakan masyarakat bawah ya pak apalagi kan anak muda itu sudah senjata paling ampuh untuk bisnis kuliner kalo saya lihat

I1 : nah betul itu dek anak muda sekarang memang bagus banget untuk usaha kuliner karena kan biasanya mereka suka posting di path lagi makan gitu gitu hehe jadi bisanya sih mereka suka ngajak temen juga kan

P: Bagaimana pelayanan yang diberikan Rumah makan Intan Yogyakarta kepada pelanggan?

I1: Kami sangat mengedepankan pelayanan karena dalam berbisnis kita tidak hanya mengedepankan produk aja kan akan tetapi pelayanan juga sangat penting dalam hal tersebut kami memberikan dari segi pelayanan berupa dari mulai pelanggan masuk waiters yang berpapasan dengan pelanggan akan mengucapkan selamat datang dan segera menawarkan dimana tempat yang kosong dan segera menawarkan menu kepada pelanggan kami juga menyediakan tempat karaoke gratis yang bisa digunakan pelanggan di tempat dan jika pelanggan menginginkannya cukup dengan meminta tolong kepada waiters untuk menyalakannya. selain itu untuk memberikan kesan kepada pelanggan kami tidak lupa mengucapkan terima kasih apabila pelanggan sudah meninggalkan rumah makan jika ada keluhan kami berusaha tangani lebih sabar dan memberi penertian yang baik misal pelayanan sedikit aga lama jadi mungkin seperti itu secara garis besar pelayanan yang kami berikan. Dari segi pelayanan yang banyak berperan adalah waiters karena tugas yang berhubungan langsung dengan pelanggan.

P: jadi ada juga ya yang mengeluh nah Bagaimana cara Rumah makan Intan dalam menangani complaint pelanggan untuk lebih detailnya?

I1: Dalam menangani complaint kami sangat menyambut baik dan menghargai hal tersebut seperti apa yang sudah saya jelaskan tadi baik complaint yang diberikan melalui sosial media maupun secara langsung, dalam menanganinya apabila dilakukan di sosial media hal yang kami lakukan yaitu menanggapi complaint yang

diberikan dengan mengungkapkan rasa menyesal kami atas kekurangan yang telah kami lakukan dan meminta maaf atas kejadian tersebut

P: Apakah ada perbedaan perlakuan terhadap pelanggan tetap dengan pelanggan yang baru?

I1: Ada sih misalnya dengan cara pemberian potongan harga atau gratis nasi 2/5 box bagi pemesan tempat dan untuk potongan harga ditunjukkan kepada pelanggan yang menurut kami pelanggan tersebut sudah menjadi pelanggan tetap akan tetapi perlakuan tersebut dilakukan hanya seperlunya saja belum dilakukan secara berkelanjutan dikarenakan pihak manajemen belum memiliki sistem atau pelaksanaan program tersebut secara berkelanjutan dan terstruktur baru dibuat perencanaan akan hal tersebut yang kalau tidak ada halangan tahun depan bisa diterapkan dengan pemberian gift yang lain.

P: : bagaimana perkembangan rumah makan dari awal berdirinya hingga sekarang menurut mas adhitya?

I1 : untuk sejauh ini perkembangannya sangat pesat dan mengikuti alur para konsumen, dan kita mempunyai banyak pelanggan tetap ini jadi menurut saya perkembangannya sudah menjadi the best restaurant rumah makan family di Jatibarang Brebes.

P : untuk menggerakkan bisnis kuliner, diperlukan tenaga yang ahli seperti juru masak hingga pramusaji ,bagaimana awal-awal anda memenuhi SDM tersebut ?

I1 : kita memaksimalkan pramusaji kita harus benar-bener sedikit profesional dalam menunjuk orang, untuk kedepan aj harus mempunyai pramusaji yang pintar dan ramah serta kita mengadakan training. apalagi untuk yg belum punya pengalaman maka itu kita harus mendidiknya,dulu sih kita pramusaji harus bisa berbahsa sopan dan harus tau bagaimana menawarkan makanan dengan baik Juru masaknyapun harus orang yang berpengalaman dibidang kuliner ibu rumah tangga dan juga koki yang berpengalaman di dapur perhotelan atau cafe.namun sekarang sih dari daerah mana saja bisa asal dia niat bekerja dan mudah di latih semua jd mudah

P : bagaimana pemilihan arsitektural pada saat pembukaan rumah makan Intan ini ?

I1 :pertama kita mempunyai arsitek sendiri yang sudah ditentukan oleh pemilik resto ini dengan desain family resto yang di tata sebgus mungkin dan harus mempunyai identitas sendiri sehingga ada perbedaan dari restaurant-restaurant yang lain”

P : bagaimana strategi untuk mengenalkan rumah makan ini ke masyarakat dan bagaimana meningkatkan citra rumah makan Intan ?

I1:Kami menyebarkan flayer ke perkantoran ,perumahan dan di mall agar semua org tau kalau disini ada rumah makan .memasang baliho di pinggir jalan dan banner serta membuat website di media online sosmed facebook, twitter, instagram promosi promosi jg disebarikan melalui sosial media. Meningkatkan citra,yang utama harusmempunya kualitas makanan hrs sesuai standarisasi yg telah ditentukan rumah makan Intan,agar tidak terjadi perbedaan rasa dari hari ke hari ,jd semua rumah makan diusahkan sama rasa dan bumbunya setiap hari menjaga cita rasa .agar rumah makan Intan mempunyai ciri khas sendiri dalam rasa makanan

P : untuk bahan bakunya, bagaimana pemenuhan kebutuhannya?

I1 : semua bahanya fresh dari pasar biasanya kami sudah ada pemasok khusus sayuran dan buah kalo buah biasanya dr Guci dan saya pernah datang kerestaurant ada yang bekas angetan, tapi disini kita menjaga semua fresh tanpa ada angetan

P : selama beberapa tahun berjalan, apa kendala yang dialami

I1 :kendalanya paling dari karyawan ,kita kekurangan karyawan kadang- kadang kita kekurangan karyawan ,karna adanya karyawan yang resign atau sakit dan kitapasti dapat solisinya,kita meminta bantuan karyawan harian dr desa dan untuk kendala yang lainnya tidak oh ya ada juga pesaing yang menggunakan akun palsu untuk menjatuhkan kita melalui , adapun kami selalu menanggapi dengan sabar dan komitmen terhadap pelayanan santun kepada masyarakat, keterbatasan sdm terkait admin menjadi perhatian tersendiri bagi kami untuk diadakan solusi, masyarakat terlalu aktif disosial media terkadang ada beberapa pesan yang tidak terbaca

P: hal-hal apa saja yang dilakukan dalam menghadapi kendala tersebut?

I1: yang pertama adalah komitmen untuk terus maju, yang kedua adalah evaluasi perencanaan, evaluasi proses dan metode, evaluasi kenyamanan pelanggan baik dalam pelayanan keseharian ataupun dalam promosi, mengadakan diskusi dengan pemilik dan karyawan terkait pengembangan promosi

P : emmm ya betul pak, oh ya Faktor apa saja sih yang menjadi pertimbangan dalam penyusunan program promosi?

I1:Faktor ketercapaian informasi promosi kita kepada masyarakat itu bagaimana promosi kita dapat memikat dan mengena dimasyarakat, faktor banyak tidaknya masyarakat yang dapat mengakses program promosi kita, faktor peluang terhadap suatu adanya suatu "crowded time" hari ramai pengunjung, salah satu contoh minimal misal: event hari raya terdapat menu spesial kolak, gratis aqua gelas, gratis kurma dll

P : lalu Apa nih pak yang menjadi tujuan dalam melaksanakan kegiatan promosi? Mengapa?

I1: tujuan nya itu Promosi tersebut menjadi media penyambung semangat kami dalam melayani masyarakat dalam hal cita rasa, promosi akan memberikan ikatan dan perhatian masyarakat kepada kita, dengan adanya promosi tentu akan menarik masyarakat datang kepada kita, masyarakat harus diajak menikmati masakan kita bahkan ketika dia belum menikmati hidangan secara langsung lewat postingan di sosmed dan website, itulah promosi kami

P : contoh nya bagaimana pak?

I1: contoh nya kami undang fotografer makanan untuk memfoto makanan dari rumah makan intan nah foto tersebut kita posting di beberapa sosial media nah dari situ orang diajak untuk merasakan cita rasa sepiring makanan walau hanya baru dilihat nah dari situ orang akan datang untuk mencicipi secara langsung

P : apa ada pa orang yang mengaku datang karena melihat dari sosial media

I1: seingat saya dulu ada karena mereka melihat dari salah satu sosial media lalu datang untuk mencoba nya langsung

P: Bagaimana pihak marketing dalam mencapai tujuan tersebut?

I1: kalau itu saya membuat perencanaan promosi yang tepat - memilih target promosi apa aja yang cocok - memilih metode dan media promosi yang juga

efektif - monitoring proses promosi setiap hari nya lalu bisa - pencatatan dan evaluasi proses promosi tiap bulan agar bisa mengetahui apa sih kurangnya.

Lalu sebagai manager ataupun tugas pertama kita dalam mendongkrak penjualan adalah membiasakan diri untuk bergerak cepat dan mau tak mau harus mampu mendorong fighting spirit tim penjualan kita. Dalam hal ini mungkin berlaku sebuah pepatah yang agak liar yaitu ” Siapa cepat, Dia dapat ”. Sudah dapat dipastikan bahwa siapa yang LEBIH CEPAT, tentunya ia LEBIH SIAP dan LEBIH BERANI dalam menghadapi kondisi apapun. Komitmen dan fokus pada Program dan perencanaan kerja apa yang sudah kita ambil, dan Apabila di rasa kita sudah tidak bisa lagi bekerja sendiri maka tidak ada salahnya kita bergabung / melibatkan dengan pihak pihak lain yang di rasa bisa membantu kita menemukan calon konsumen kita tersebut jadi kami juga menjalin hubungan baik dengan banyak relasi, yang terakhir, Inovatif dan kreatif Kita harus memiliki banyak cara dan selalu mencoba ide-ide baru tentang cara bagaimana menembus kepuasan pelanggan Kreatifitas sangat dibutuhkan sebagai diferensiasi bagaimana posisi kita dengan kompetitor kita juga . Dorongan kompetisi itulah yang menyebabkan kita untuk selalu inovasi dan kreatif terhadap perbaikan perbaikan cara kita berjualan. agar kami selalu berusaha menjadi yang terbaik dibanding kompetitor kita

P: Apa sasaran dalam program promosi yang anda jalankan?

I1: sasaran kami adalah memikat, menarik, dan membuat ikatan dengan masyarakat melalui produk menciptakan ketertarikan konsumen konsumen baru, mengalihkan perhatian konsumen dengan harga harga yang kami tawarkan, dokumentasi kamidan Meningkatnya pelanggan pelanggan baru rm intan dan menjaga loyalitasnya

P: dokumentasi yang bagaimana pak

I1: jadi kami menggunakan seorang fotografi untuk mengambil gambar menu menu yang nanti di upload di sosial media

P: apakah itu efektif pak?

I1: cukup efektif karena dengan begitu kualitas yang digunakan juga sangat baik apalagi karena yang melihat kan bukan hanya wilayah sini wilayah luar daerah juga bisa lihat entah di tegal atau bumiayu kan apalagi pada saat mudik banyak orang yang melintasi daerah ini

P: oh ya kan selain dokumentasi ada juga membuat ikatan dengan masyarakat itu ikatan yang bagaimana pak maksudnya?

I1. jadi ada beberapa sekolah, bank, perkantoran yang sudah langganan dengan kami contohnya setiap mengadakan acara kantor, pesanan nasi box dll

P: Alat-alat promosi apa saja yang anda gunakan dalam meningkatkan omset rumah makan?

I1. Flyer ke kantor” banner, website, media sosial (Fb, twitter, instagram), gmaps, blogspot, leaflet, event, kemasan produk, kartu nama, souvenir, potongan harga, vocer makan, dll

P: Apa yang menjadi pertimbangan dalam menggunakan alat-alat tersebut?

I1: faktor yang menjadi pertimbangan yaitu seberapa efektifkah sih alat yang sudah digunakan apakah efektif atau tidak bagaimana penyebaran menggunakan alat tersebut apakah akan dengan cepat menyebar ke konsumen baru, lalu radio

yang kira kira penyarannya bisa merata mencapai wilayah tegal dan juga brebes itu efektif juga sih dek karena tegal brebes kan ga jauh dr sini dn target kosnumen sangat besar, biaya yang pas jg penting ya dek karena jangan juga sampe uang hanya dialokasikan hanya ke iklan saja kalo bisa meminimalisir keuangan itu perlu, menjadi faktor terakhir yang menjadi pertimbangan dalam menetapkan strategi promosi dan kami juga melihat saat ini kan banyak sekali yang menggunakan sosial media apalagi jaman sekarang mengakses nya pun semakin mudah jadi kami lebih expert ke media sosial sih .

P: pesan Informasi apakah yang ingin disampaikan oleh pengelola terhadap masing-masing target audiens?

I1: informasi yang ingin disampaikan adalah bahwa kami memiliki produk yang mampu menjadi daya pikat berbagai kalangan tersedia beraneka macam menu dan keterjangkauan harga, memberikan pelayanan prima kepada masyarakat, dan mampu menjadi pioner dalam cita rasa didaerah

P: Bagaimana bentuk rancangan pesan yang disiapkan terhadap setiap audiens?

I1: pesan disajikan secara informatif, menarik, edukatif, dan efektif pesanya sendiri itu berisi tentang keunggulan menu menu di rm intan, kualitas bahan bahan pilihan, isi pesannya sendiri menggugah gairah konsumen untuk ingin segera datang dan mencicipi menu dirumah makan intan bahkan yang sudah pernah kesini disadarkan lagi akan enak nya menu disini untuk keluarga maupun nongkrong bs jg hanya untuk sekedar makan ditempat,

P: Bagaimana proses evaluasi yang dilakukan atas setiap program promosi yang telah dijalankan?

I1: promosi berjalan lancar terbukti dari beberapa komentaraktif, traffick pengunjung, viewer, telp dari beberapa daerah dan pengunjung dari luar daerah dsb evaluasi ya sendiri paling melihat presentase peningkatan pengunjung pada saat dilakukan promosi yang sedang berlangsung misalnya kita sebar promosi di salah satu media pilihan misalnya sosmed ni eh ternyata pengunjungnya monoton tdk ada peningkatan artinya kita harus mengganti promosi dgn yang lbh pelanggan inginkan contoh vocer makan, diskon makan, gratis makan ini biasanya paling efektif sih untuk saat ini

P. Apakah budget yang disediakan perusahaan, dapat memenuhi setiap kegiatan promosi yang dijalankan?

I1: kalau soal budget alhamdulillah yaah dek cukup untuk menunjang promosi kita dan juga apalagi kan media sosial itu paling kami mengandalkan wifi itu kan murah, dan budget setiap kita ingin mengadakan promosi selalu ada misal pembuatan banner, brosur, kartu nama, cetakan nasi box, dan semua promosi sudah dipikirkan keuntungan dan budgetnya sehingga tidak terkesan eman eman saat uang digunakan yang dimaksud eman eman itu ya contohnya ni dek kalau kita berpormosi banyak bnyak tapi tidak sesuai target yang ingin kit sasar kan percuma jadi semua itu sudah dipertimbangkan. promosi berjalan lancar terbukti dari beberapa komentaraktif, traffick pengunjung, viewer, telp dari beberapa daerah dan pengunjung dari luar daerah dsb, sebenarnya, bukan tentang dana,tapi metode apa dan bagaimana komitmen kita untuk ada ditengah masyarakat

P: Bagaimana bentuk-bentuk evaluasi yang dilakukan atas setiap kegiatan promosi yang dilaksanakan?

I1: Ya seperti yang sudah td saya bicarakan evaluasi peningkatan pengunjung itu juga terkait apakah pada saat kita sebar promosi ada peningkatan artinya kan kalau ada peningkatan promosi dan dana yang kita keluarkan tidak sia sia, - evaluasi ada tidaknya pesanan dari luar, - evaluasi ada tidaknya keaktifan masyarakat yang ada timbl baliknya pada promosi kami dsb

P: apa harapan anda untuk perkembangan retauran ini kedepanya ?

I1 :iyah semoga menjadi restoran yang berunsur kekeluargaan dapat dilestarikan terus menerus dalam khas masakanya.

TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara Informan 2 BPK JUANDA

Jabatan : Owner / Pemilik

Hari/Tanggal : Jum'at , 31 Maret 2017

Waktu : 09.23 WIB

Keterangan Lokasi : Rumah Makan Intan

P : Penulis

I2 : Informan kedua

P: Pagi, Pak..sedikit mengganggu kegiatan pagi ini nih pak. Saya mau wawancara Bapak

I2: Gakpapa ko dek..kan udah konfirmasi sebelumnya jadi ya ayo mumpung sempet, skripsi ka ya? Jadi mau wawancara apa nih?

P: Iya nih pak Tentang promosi nih pak Apakah anda selaku manajer operasional dilibatkan dalam kegiatan promosi?.Saya udah tanya-tanya sama informan lain juga. Bisa lebih diperjelas, Pak?

I2: Ya terkadang saya berdiskusi dengan mas Adhitya selaku pihak marketing apakah ada hal-hal baru yang dapat dikembangkan untuk rumah makan ini terkadang ide ide muncul dari saya terkadang juga saya memberi saran untuk kegiatan promosi dan saya juga. selalu dilibatkan dalam hal ini, karena promosi yang baik itu harus sesuai dengan apa yang ada dilapangan

P: ide ide seperti apa pak yang bapak maksud dan apa hubungannya dengan lapangan yang anda sebutkan

I2 : semisal ide seperti bagaimana jika ada customer pesan nasi box sebanyak lebih dari 500 box nanti kita free 10 ayam atau gratis 5 box nasi dengan hidangan ekstra, sering sekali saya menjalin komunikasi dengan pelanggan rumah makan terkadang mereka memberi masukan kepada saya inginnya bagaimana misalnya kalau ada acara pesta ulangtahun mereka kebanyakan ingin di hiasin balon free dari kita nah dari kebanyakkn pelanggan ingin seperti itu dan saya komunikasikan dengan pihak promosi misalnya setiap yang mengadakan acara ulangtahun di tempat kami, gratis hias balon

P : oh menarik sekali ya pak Oh ya pak. Bagaimana keterlibatan divisi operasional dalam kegiatan promosi?

I2 : keterlibatannya adalah memberikan ide masukkan kepada bagian promosi apakah ada menu atau konten baru yang dapat di promosikan contohnya seperti yang sudah saya jelaskan tadi, berdiskusi kepada owner dengan divisi promosi mengenai promo, dan menerapkan standar tinggi karena sudah dipromosikan jadi tidak boleh sampai mengecewakan pelanggan gitu dek jadi apapun selama itu baik dan tidak merugikan yang diinginkan oleh pelanggan sebisa mungkin kami lakukan dan kami juga selalu memperbaiki kekurangan kami dari keluhan dan saran dari pelanggan

P: menurut bapak seberapa pentingkah masukan dari pelanggan?

I2 : menurut saya pribadi sangat penting ya dek karena dengan adanya seperti itu pelanggan merasa lebih diayani oleh pihak rumah makan dan untuk meningkatkan pelayanan rumah makan intan saran dan masukan pelanggan sangat penting agar pelanggan juga merasa nyaman ketika makan disini dan memesan tempat atau sekedar pesan nasi box

P: seperti yang bapak paparkan tadi keluhan dari pelanggan itu yang seperti apa pak?

I2: ya bukan keluhan yang bagaimana bagaimana dek, terkadang kami sering mengecek komentar komentar dari sosial media yang mungkin sedikit ada keluhan misalnya pelayanan kurang cepat, adanya menu yang tidak disediakan saat pemesanan nah ini kan kami jadikan acuan perbaikan dan perubahan agar pelayanan yang diberikan semakin baik kedepannya agar pelanggan tetap bertahan untuk tetap datang di rumah makan Intan/

P : Bagaimana divisi operasional bersinergi dengan divisi promosi?

I2: ya itu, sama-sama saling berdiskusi terkait program promosi, dan perkembangan apa yang dapat diciptakan untuk menarik pelanggan karna kan kalau hanya satu pihak yang berjalan apalagi minim komunikasi antara satu dengan yang lain pasti ada ketimpangan dan promosi kurang berjalan efektif jika pihak internal tidak saling bekerja sama dengan baik

P : benar sekali pak itu ngomong-ngomong Alat promosi apa saja yang digunakan dalam rangka meningkatkan omset penjualan

I2 : alat promosi yang digunakan cukup banyak ya itu di depan seperti pemasangan spanduk itu tentunya menarik orang yang lewat di depan rumah makan. menu yang bergambar agar masyarakat mengerti menu apa yang mereka pesan dan menarik untuk dilihat apalagi kan dek jaman sekarang orang sukanya foto foto menu makan dan tentunya dengan menu makan yang menarik orang yang melihat post an pelanggan yang sudah datang kesini jadi tertarik untuk mencobanya, social media agar semakin menyebar informasi ini sangat efektif biasanya pesanan pun banyak yang bermunculan dari sosial media, dari mulut ke mulut selengkapnyanya tanya bagian divisi promosi ya dek

P: oh baik pak kalau baliho selain di depan itu ada tidak ya pak

I2: kalau untuk baliho baru ada di depan situ dek

P : oh begitu ya pak, lalu Bagaimana peran divisi operasional dalam hal penggunaan alat-alat promosi?

I2: perannya sangat vital karena kami dapat secara langsung memberikan masukkan ataupun menempatkan perangkat promosi ditempat yang menurut kami itu tepat jadi lebih tepat sasaran, misalkan jadi lebih efektif gt dek dan sebisa mungkin biaya yang dikeluarkan saat berpromosi itu tidak terlalu terbuang dan berkerja secara baik

P: bisa dijelaskan pak dalam penggunaan alat tersebut berkerja dengan baik itu menurut bapak yang seperti apa sih, dan sasaran pelanggan yang bagaimana?

I2 : yang baik adalah dengan biaya yang tidak terlalu ekstra namun bisa memanfaatkan alat promosi dengan baik yaitu juga yang tepat sasaran agar respon pelanggan pun benar benar nyata tidak sembarangan jadi tidak menghambur hamburkan uang, dan yang tepat sasaran itu misalnya kita sebar brosur, kartu nama di orang orang kantor maupun sekolah dan di instagram pada saat upload gambat biasanya menggunakan hasthtag seperti #kuliner #makananbrebes #kulinerjatibarang artinya yang membuka itu hampir dipastikan orang yang sedang mencari kuliner

P : Apa saja kendala yang dihadapi dari program promosi yang dijalankan?

I2 : kendala hampir tidak ada, karena kami saling bekerjasama dan menerapkan sistem komunikasi yang baik dan selama ini program promosi yang sudah dijalankan sudah cukup baik karena dilihat alhamdulillah rumah makan Intan ada aja pengunjung yang berdatangan dan itu alhamdulillah selalu meningkat setiap harinya .

P :alhamdulillah ya pak e, komunikasi yang baik yang bagaimana pak itu pak?

I2 : komunikasi yang baik yang kami jalin setiap hari nya dengan karyawan, owner, dan divisi divisi lain di rumah makan Intan yang selalu kami pelihara saling memberi masukan, seling memberi saran mengadakan evaluasi juga jadi setiap kami ada yang salah atau kurang kami langsung evaluasi dan memperbaiki untuk kedepan yang lebih baik dan jadi kami saling terbuka.

P : Wah..cukup baik juga ya pak huubungan antara para pekerja, Bagaimana sistem evaluasi yang bapak sebutkan tadi dilakukan?

I2 : sistem evaluasi dilakukan tiap setelah menjelankan program atau tiap bulan ada evaluasi besar, untuk mengetahui apakah tindakan yang telah kita lakukan telah berjalan dengan baik atau belum, apabila belum apa hikmah atau nilai yang dapat kita dapatkan dari hasil evaluasi tersebut

P: Lengkap juga ya Pak di sini informasinya. Saya jadi paham banyak.Makasih Pak sudah bersedia diwawancara.

I2: Kembali kasih, dek.

TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara Informan 3 ETIK

Selaku : *Owner* / Pemilik

Hari/Tanggal : jum'at , 31 Maret 2017

Waktu : 09.00 WIB Lokasi : Rumah Makan Intan

Keterangan

P : Penulis

I3 : Informan pertama

P: Selamat pagi, Bu. Bu Etik?

I3: Iya, saya sendiri. Bagaimana de?

P: Saya Etlinda Intan Hapsari mahasiswa UMY ingin mengadakan wawancara dengan ibu untuk penelitian skripsi.

I3: Oh ya, ya. de. Yang kemarin bicara di telepon ingin pulang ke brebes untuk wawancara ya ?

P: Iya, betul, Bu saya kemarin telfon untuk pulang untuk mengadakan wawancara.

I1 : Ya sudah, dimulai aja ya wawancaranya soalnya nanti mau ngecek untuk pesanan dan cekk rumah makan soalnya saya setiap pagi memang suka mengecek rumah makan.

P: sebenarnya bu apa yang menjadi keunggulan Rumah Makan Intan Itu sendiri si dibanding rumah makan lain di daerah sekitar ini

I1: keunggulan ya paling Lokasi ya, kenyamanan tempat, makanan juga disini banyak variannya bahkan bisa memesan yang tdk ada dimenu jika ingin booking tempat atau pesan anasi box, kalau keunggulan menu disini paling ayam bakar dan kremes nya, sebenarnya menu ini sudah tidak asing sih di Jawa cuman Untuk Ayam Bakar Cabe Ijo nya sendiri memang di Jatibarang ini Pertama disini selain itu ini juga resep dari keluarga kalo kita yang di utamakan adalah kenyamanan konsumen nya itu sendiri.

P: apa sih bu yang dikakukan oleh RM Intan dalam memenuhi keinginan konsumen

I1: emm untuk memenuhi keinginan konsumen kita berusaha untuk membuat nyaman dari kebersihan ruangan kita berusaha jaga, mushola kebersihan mukena, lalu makanan juga kita usahakan menyediakan yang terbaik tidak gosong maupun keasinan, kebersihan kamar mandi jg kalau gt kan terkadang pelanggan nyaman dan seneng apalagi yang akan wisata sekitaran brebes ketegal jauh dari luar kota kan jg butuh tempat yang nyaman untuk sekedar melepas lelah perjalanan bersama keluarga.

P: Baik bu, Apa yang menjadi pertimbangan saat menyetujui sebuah program promosi yang akan dilaksanakan?

I13: ya dari mas Adhitya selaku dari pihak promosi rumah makan selalu berdiskusi dengan saya, apakah ada hal-hal baru yang dapat dikembangkan untuk menunjang rumah makan intan agar lebih banyak pelanggan berdatangan dan pertimbangan saya untuk menyetujuinya adalah tidak apa-apa misalnya ada dari pihak promosi ingin mengadakan promosi yang ulang tahun tidak bayar selama itu tidak terlalu merugikan dan berdampak positif minat pembeli ya saya

menyetujuinya . Apapun ide dari mas adhitya selama itu bagus ya boleh boleh dan setuju aja ya

P : selama ini apakah ada promosi yang sudah dijalankan bu, yang menurut ibu sangat efektif dan apakah setelah ibu tau promosi tertentu itu efektif untuk dijalankan, ibu mengulangi promosi tersebut setiap tahun atau menginginkan promosi yang baru dan tidak terlihat sama.

13 : ada promosi di radio yang menawarkan pada pendengar radio bahwa di rumah makan intan ada ayam kremes ayam bakar dll dan di rumah makan intan mempunyai tempat yang nyaman dan setiap tahun setiap idul fitri mengucapkan selamat hari raya sambil promosi menurut saya itu efektif karena dengan adanya promosi seperti itu orang orang banyak yang tahu dan ingin untuk mencoba, diskon makanan, voucher makan, pemberian souvenir untuk pelanggan terpilih yang sangat setia dgn rm intan semua itu biasanya di infokan di sosmed

P: oh begitu ya bu, bu selain itu adalagi bu?

I3: paling di sosial media aja seperti tadi yang uang tahun gratis makan dengan hanya menunjukan ktp dan penyediaan pamflet dan brosur yang dipajang di meja kasir depan biasanya kan pelanggan kalo mau bayar nanti menunggu nah disitu biasanya peluang pelanggan rm untuk ambil pamflet dan brosur dan juga kartu nama biasanya nti kan ada yg ambil 2/5 brosur nanti dibagi ke rekan rekannya dan paling kaya brosur pamflet paling nanti saya letakan di dekat kasir saja nanti biasanya ada yang ambil

P: kalau boleh tau Berapa Keuntungan yang diperoleh dalam 1 hari ?

13: Omzet perharinya sekitar 1 juta sampai 5 juta jika sedang ramai-ramainya apalagi banyak pesanan dan catering (pendapatan kotor). Jika dihitung pengeluarannya untuk membeli bahan makanan, bayar karyawan, dan untuk membayar karyawan tambahan yang dikhususkan untuk menata ruangan dan menata meja prasmanan lalu menata kecantikan penyajian prasmanan

P: Woww,.besar sekali ya pendapatan per harinya alhamdulillah !!

Menu makanan apa saja yang di jual yang ditonjolkan disini , dan berapa harganya ??

13: Ini menu utama kami.

Daftar Menu:

- Ayam Bakar Lombok Ijo: Rp17.000
- Ayam Bakar Kremes: Rp17.000
- Sop Sapi: Rp15.000
- Sop Ayam: Rp10.000
- Ca Kangkung / Ca Tauge: Rp6.000
- Asem-Asem Daging: Rp15.000
- Ikan Bakar/Goreng: Rp25.000-60.000
- Sayur Asem: Rp3.000
- Aneka Pepes: 2000-15.000

-Ada juga Cumi-Cumi Asam Manis, Ayam Asam manis maupun saus tiram, Dan makanan harjan yang bisa langsung dipilih oleh konsumen seperti, lengko, sambal goreng, telur kecap, telur balado, ayam kecap, ayam saus tiram, cap cay dll

terkadang jika bulan idul adha kita juga ada menu tambahan seperti tongseng, gulai, sate tegal

Disini juga ada Menu yang tidak membosankan untuk anak-anak dan yang lainnya yang tidak banyak restoran mencampurkan antara makanan tradisional dan makanan modern ada menus seperti Spagetty, french Fries, Nasi Goreng, Roti Bakar Keju, Roti Bakar Cokelat, Pisang Bakar Keju, Pisang Bakar Cokelat, dan minumannya selain es teh, es jeruk, Teh Poci yang Khas jg , Kopi Hitam, dan best juga wedang Jahe merah dan yang modern nya seperti es Cream, Orange Splash, Blue Coral, Green Ocean

P: Ibu mendapat motivasi dari siapa membuka usaha rumah makan ini?

I3: Motivasinya yaitu karena daerahnya strategis dan banyak orang Jatibarang yang suka sekali kuliner karena termasuk saya ya saya biasanya dikeluarga kan selalu ada acara rutin hanya untuk kuliner sekarang keluarga juga lebih suka kumpul dan makan disini.

P: Mengapa harus rumah makan ?Kenapa tidak mencoba usaha yang lainnya?

Jawaban:

I3: Saya rasa rumah makan Intan ini akan menghasilkan keuntungan yang sangat besar, karena masih sedikit rumah makan yang berkonsep kekeluargaan dan menu nya hanya itu itu saja, padahal orang Jatibarang ini sangat banyak dan suka sekali makan.

P : Wah... bagus juga ya bu promosi seperti itu Apakah ada anggaran khusus untuk setiap kegiatan promosi nya bu seperti apa yang telah dipaparkan?

I3 : Hmm.... ada, alokasi anggaran untuk promosi didapatkan dari dana keuntungan tahun kemarin dikalikan 20 %, dana promosi menjadi penting karena ini adalah senjata utama untuk menembus pasar dan persaingan dengan pesaing lain

P : ohh gitu bu jadi lebih termaintenance ya bu untuk anggarannya dan tidak terkesan boros bu, lalu pada tahun pertama artinya menggunakan uang pribadi ya bu itu karena tadi ibu kan menyebutkan bahwa dananya dari keuntungan tahun lalu dikalikan 20% nah bagaimana anggaran promosi pada tahun pertama ibu

I3 : oh iya betul de pada saat awal kami buka jelas itu menggunakan dana pribadi yang juga jauh jauh sebelum terbangun rumah makan Intan sudah kami siapkan

P: bagaimana ni ibu mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan yang didapat dari usaha Rumah makan ini?

I3: untuk pemasukan dan pengeluaran sudah disusun rapi kami catat dibuku buku bulanan dan tahunan dari pemasukan maupun pembelian

P: kalau event sendiri pernah tidak ibu mengikuti

I3: event biasanya kami lebih jadi sponsor yaa de contoh sponsor yg kmrn kami ikuti menjadi sponsor pentas seni tegal nah kami jadi sponsor utamanya jadi rm intan dipasang di spanduk acara tersebut

P : hmmm iya bu, Nah promosi pada awal tahun itu seperti apa bu yang seperti ibu bilang tadi sudah dianggarkan artinya sudah ada dong rencana untuk promosi

I3 : iya dek pada saat awal buka kami mengadakan grand opening yang mengundang orang-orang penting di daerah kami seperti kepala bank-bank, guru-guru sekolah, keluarga, perangkat desa, untuk makan bersama sekalian juga menyebar brosur pada orang yang datang dan tentunya secara tidak langsung ini

kemungkinan akan menyebar ke orang-orang sekitar yang tidak diundang mungkin dari yang diundang nanti berbica ke keluarga atau temannya bahwa ada rumah makan baru di jatinarang begitu, lalu awal grand opening juga kami info kan di radio GSM.

P : oh sambil bagi brosur juga ya bu, nah menurut ibu ni Apakah kegiatan promosi yang dijalankan selama ini sudah sesuai dengan tujuan yang diharapkan? Jelaskan.

I3 : saya rasa sudah walau mungkin belum terlalu maksimal, ya pihak kami sudah berusaha untuk semaksimal mungkin dalam berpromosi karena prinsipnya promosi adalah agar masyarakat tau, mengenal, menyukai, dan menjadi kader informasi kita dari event promosi, media promosi, serta setelah mencicipi langsung dari tempat kita.

P : belum maksimal bu? Kenapa ibu merasa itu belum terlalu maksimal

I3: ya karena promosi yang kami jalankan mungkin belum mencakup semua ya karena diingat kembali kami kan juga terbilang rumah makan baru karena berdirinya baru 4 tahun masih banyak hal yang harus kami pelajari tapi kami cukup puas dengan pencapaian 4 tahun dengan promosi yang sudah dijalankan. Begitu

P: Bagaimana anda mengatasi persaingan didaerah sekitar?

I3: Saya memprioritaskan pada kualitas makanan dan ciri khas dari rumah makan ini dengan ayam bakar dan goreng kremes nya dan juga makanan modern lainnya selain itu tempat kami selalu buat nyaman dengan tatanan ruangan, karaoke keluarga yang tak perlu bayar mahal , selalu kami jaga kebersihannya jg

P: menarik sekali Memangnya apa kelebihan rumah makan anda dibandingkan dengan rumah makan yang lainnya ?

I3: Rumah makan Intan terkenal karena makanannya enak-enak Alhamdulillah kalo saya lihat di koment google tentang Review Rumah makan ini dari customer mapun customer luar daerah dan banyak menu dan bisa memesan menu lain yang bs dipesan jauh hari dan terdapat pemandangan sawah yang hijau yang dapat menambah nafsu makan pelanggan.

P: Dalam membuka bisnis rumah makan ini, kendala apa saja yang sering anda hadapi sih bu?

I3: Saya rasa tempat parkir kendaraannya kurang besar, karena banyak pelanggan yang menggunakan mobil pribadi saat datang kesini apalagi jika ada pesanan luar kota lewat Hp dengan bis hanya cukup 2 bisan.

P: Apakah anda pernah mengalami kerugian ? Dan bagaimana anda mengatasi masalah tersebut ?:

I3: Alhamdulillah saya sangat bersyukur pada Allah Swt Rumah makan ini dak pernah mengalami kerugian, karena rumah makan ini selalu ramai dan sudah dikenal bukan dari orang-orang jatibarang saja tapi orang Luar Kota dan orang asing pun banyak yang datang kesini karena lihat dari Google katanya biasanya banyak guideyang membawa orang asing untuk kesini dan katanya Enak mulai dari Pakistan, bos alat Giling Gabah dari Korea, orang Arab Alhamdulillah.

P: sebenarnya ni Apa harapan yang anda inginkan terhadap usaha yang sudah anda jalankan sekarang ini ?

I3: Pertama saya ingin memperbaiki tempat parkir yang sekarang ini dengan memperluas luas lahan parkir.

Kedua saya ingin membuka cabang di tempat lain yang strategis seperti sekarang aamiin.

P : baik ibu terimakasih saya rasa cukup bu wawancara pada pagi hari ini, terima kasih ya Bu kesempatan waktunya dan jawaban Ibu. Senang bisa mewawancari Ibu.

I3 : Oh iya, sama –sama dek.semoga skripsi nya sukses ya

P : aamiin bu

WAWANCARA KEDUA

**Transkrip Wawancara dengan Informan 1 ADHITYA GILANG
RAMADHAN**

Jabatan : Manajer Promosi

Hari/Tanggal : Selasa, 01 Agustus 2017

Waktu : 14.00 WIB

Lokasi : Cafe

Keterangan

P : Penulis

I1 : Informan pertama

P : Apakah anda merencanakan sebelumnya sebelum melakukan strategi promosi

I1 : Gini mba Intan, yaa sebelum kami melakukan promosi tentunya kami melakukan perencanaan yaa... sebelumnya kami merencanakan dimana kami melihat segmentasi pasar tentunya itukan ada eee.. segmentasi untuk yang menu keatas ataupun menu yang menengah kebawah seperti itu, jadi ada untuk orang-orang yang menu-menu daging seperti itukan yang untuk menengah keatas nah yang pagi itu biasanya kita sediakan untuk sarapan, nah sarapan itu biasanya untuk petani, eee.. kemudian untuk tukang-tukang itu sering rame makan disini terus ibu rumah tangga dengan harga yang pasti murah karna itu kan prasmanan ya umumnya mereka itu biasanya malu untuk masuk jadi kami bagaimana caranya untuk mempromosikan, mengkomunikasikan sehingga mereka mau masuk walau ada yang menunggu didepan dan memanggil karyawan kami jadi kadang tu ada yang eee.... langsung masuk ada juga yang malu-malu sehingga memanggil karyawan kami gitu jadi kami kesitu kita langsung tanggap seperti tiulah mba intan.

P : Apa tujuan sebenarnya diadakan kegiatan promosi?

I1: Tujuan diadakan nya promosi adalah untuk menggugah minat beli masyarakat terhadap suatu produk khususnya produk kuliner yang kami sediakan mba nah..jadi diharapkan eee... mampu mendorong masyarakat untuk makan disini untuk berkunjung disini jadi, eee... nanti mereka kan bukan cuman sendiri kalau kita promosinya berhasil juga eee.. kalau bisa orangya rame-rame gitulah mba lah biar disini banyak yang datang

P: Bagaimana strategi promosi rumah makan intan jatibarang

I1: Strategi yang dilakukan oleh Rumah Makan Intan Jatiabarang ini sebenarnya ditunjukan kepada semua kalangan masyarakat baik yang untuk eee...., yaa semua kalangan ya yang tadi sudah dijelaskan kemudian kami menyediakan masakan rames dengan harga yang sangat terjangkau biasanya untuk sarapan makan siang juga bisa jadi disini ya semua kalangan bisa makan bisa menikmati lezatan rumah makan intan diharapkan yaa... eee... dengan adanya ini masyarakat terbantu kesni mereka tercukupi eee... kebutuhan pangannya jadi mereka berbondong-bondong ke Rumah Makan Intan Jatibarang strategi promosi yang dilakukan juga ditunjukan kesemua lapisan masyarakat itu kalau dari segi profesi itu biasa jadi wiraswasta, swasta kemudian eee... anak-anak sekolah anak-anak pemuda ya seperti itulah mba biasanya kan mereka gemar mengerjakan tugas sekolah seperti itu jadi ya kita sasar kesana

P: jenis strategi promosi apa saja yang dilakukan oleh Rumah makan Intan Jatibarang dalam menarik minat pelanggan tahun 2015? Alasannya?

I1 : Jenis strategi yang digunakan oleh Rumah Makan Intan Jatibarang itu misalnya periklanan seperti iklan cetak misalkan brosur, pamflet, iklan media elektronik seperti radio, online *advertising* seperti blog, iklan diluar ruang seperti ruang seperti baliho, spanduk, media online seperti instagram, twitter, facebook dll

P : Jenis publisitas yang digunakan oleh Rumah Makan Intan Jatibarang, Jelaskan?

I1 : Kalau jenis publisitas di tv sih kami belum kesana ya mba biasanya ya kami surat kabar elektronik kemudian ya misalkan ada beberapa yang mereview kami juga kemudian ada juga beberapa acara yang ditayangkan disitus berita online seperti itu aja misalkan eee... bisa dilihat di ini mba <http://brebesnews.co/2017/01/pptkis-brebes-akan-dirikan-rumah-tnki/%20http://www.suarakyattegal.com/2017/01/plt-bupati-brebes-segerabangun.html> dan <http://news.detik.com/berita/2628401/spanduk-selamat-datang-ibu-hatta-rajasa-terbentang-saat-bukber-di-jatibarang?9922022>

P : promosi penjualan apasajakah yang digunakan oleh Rumah Makan Intan Jatibarang dalam menarik pelanggan pada tahun 2015? Jelaskan?

I1: Eee...mungkin maksud mba (isi) disampaikan jadi tahun 2014, 2015 itu biasanya masyarakat tertarik jika ada promo menarik seperti ya seperti gratis es teh makanan pesan banyak misalnya ada gratis-gratis seperti itu kemudian free rice box biasanya itu menjadi dayatarik masyarakat untuk mengunjungi rumah makan kami seperti itu

P :Menurut bapak, apa sajakah kelebihan dan kelemahan strategi promosi yang telah dipilih oleh Rumah Makan Intan Jatibarang

I1 : Kelebihan strategi promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Intan Jatibarang karna kebanyakan menggunakan iklan media online jelas ni sangat murah tidak dibatasi oleh waktu dan bebas mengekspresikan pesan yang ingin kita sampaikan kepada khalayak nahh... kelemahan nya sendiri adalah belum memaksimalkan strategi promosi itu sendiri karena kami fokus mungkin dibeberapa tahun pertama ini dipelayanan jadi eee... beberapa belum optimal seperti itulah mba ya

P :Strategi promosi yang dilakukan sebenarnya ditunjukkan untuk siapa untuk menentukan strategi promosi ?

I1 : Strategi promosi yang dilakukan sebenarnya untuk semua masyarakat, ya semua kalangan ya mba ya, tapi jelas masyarakat yang menengah keatas terkadang karena mereka punya gadget jadi kita sasar kesana sebenarnya karna ini kan udah jaman modern in yah jadi udah jaman milemial seperti itu jadi orang yang mnggunakan medsos (media sosial) itu banyak jadi ya itu kita kesana

P : Sudah seberapa luaskah jangkauan Rumah makan intan jatibarang dalam berpromosi

I1 : Kalau jangkauannya luas kami biasanya hanya disekitaran tegal brebes tapi kalau media online jelas siapapun mampu melihatnya jadi ya harapannya dengan online yang mesan juga banyak yang biasa nelfon juga banyak diantaranya ee langsung pesan seperti ini ya order seperti itu mba

P :Apakah ada pertimbangan dalam menentukan wilayah berpromosi?

I1 : Ya tentunya kami mmprioritaskan didaerah utama kami dulu ya brebes ya mungkin next kita untuk Tegal terus kita bidik

P : Setiap kegiatan promosi yang dilkaukna tentu mempunyai kelebihan dan kekurangan bagaimana anda menyikapi kelemahan dan kelebihan tersebut?

I1 : Kami menutupi kekurangan memaksimalkan dengan kelebihan yang kami miliki ya itu tentunya dengan keramahan seperti ya ramah demgan pelanggan seperti itu sehingga eee... pelanggan betah ada disini jadi ya beberapa macam hal-hal yang kurang-kurang saran-saran ya kita perhatikan seperti itu

P :Seberapa besar frekuensi dalam berpromosi

I1 : Untuk frekuensi sendiri ya mba ya kami berpromosi bisa harian bisa mingguan bisa bulanan pasti ada strateginya sendiri bahkan ada promosi yang satu tahun sekali jika harian biasanya itu biasanya di BBM, twitter, line, instagram, nah kalo bulanan misalnya di facebook kemudian yang offical ya... tadi kalau tahunan ya diacara untuk idul fitri, idul adha tahun baru biasanya kita promosi disana

P : apa alasan menggunakan promosi melalui media sosial?

I1 : Jadi alasan menggunakan media sosial adalah dimana media sosial adalah media yang gratis pada saat ini dan benar-benar mampu menjangkau seluruh eee... masyarakat indonesia bahkan di dunia ya mba tapikan ini kita cakupannya masih daerah seperti itu ya jafi sarana ini sangat baik dan canggih yang pada saat ini apabila seluruh lapisan masyarakat hampir semuanya menggunakan hp jadi semuanya sudah menggunakan hp tu jadi eee... salah satu keuntungan hp adalah semakin mudahnya pesan-pesan seperti instagram,twitter,whatsapp, line youtube itu semakin mudah disampaikan salah satunya adalah promosi yang mudah disampaikan jadi tahun

P :menurut bapak pesan atau materi apa yang digunakan saat berpromosi yang mampu menarik pelanggan?

I1 : Informasi yang biasanya kami sampaikan adalah lokasi rumah makan itu sendiri letaknya dimana agar mudah diakses biasanya kami cantumkan dibio atau kolom disosmed itukan ada kolomnya tersendiri jadi masyarakat itu mudah untuk mencarinya nah... biasanya juga kami cantumkan nomor telepon pokoknya memudahkan masyarakat untuk menghubungi kami jika ingin memesan atau eee... ingin reservasi terlebih dahulu seperti itu mba

P : media yang tepat untuk menarik konsumen jika dilihat dari kondisi masyarakat saat ini?

I1 : Media yang tepat adalah media online seperti apa yang telah kami sampaikan yang ada diatas itu karena perkembangan zaman kan tidak bisa dilawan ya mba tentunya banyak kalangan masyarakat sekarang yang tentunya sekarang menggunakan handphone nah disitulah peluang kita jadikan di handphone ada aplikasi-aplikasi pendukung yang dapat kita manfaatkan untuk media promosi

P :selain beriklan melalui media online rumah makan intan juga ternyata pernah melakukan kegiatan melalui media elektronik seperti radio, bagaimana dengan iklan radio yang telah dilakukan oleh rumah makan Intan jatibarang?

I1: Iklan radio yang dilakukan Rumah makan intan Jatibarang kebetulan dari pihak eee... radio lokal seperti contohnya itu GSM yang kemarin itu mereka

menawarin eee... diskon untuk memberikan iklan gitu jadi kami tertarik menurut saya cukup efektif ya dengan adanya siaran radio tentang Rumah makan Intan Jatiabrang itu

P :bagaimanakah bentuk bauran komunikasi yang dilakukan Rumah Makan Intan Jatibarang dalam menarik hati konsumen?

I1 : Karna pada saat 2013-2014 itu dapat dikatakan baru ya dibanding 2015 jadi eee... untuuk Rumah Makan Intan kami melakukan iklan yaa yang cukup efektiflah seperti itu jadi beberapa hal tadi kami lakukan ukurannya jika memang banyak pengunjung jadi semakin efektif pengunjung kami berarti promosi yang kita lakukan semakin baik artinya efektif disini ketika pengunjungnya itu dapat memberikan *feedback* yang baik dapat menunjukkan kepuasan tingkat pengunjungnya naik seperti itu mba jadi nanti mungkin media promosi nya selalu evaluasi apakah sudah mampu untuk meningkatkan omset meningkatkan pengunjung atau tidak seperti itu

P :Keuntungan apasajakah yang didapat oleh Rumah Makan iNtan jatibarang setelah melakukan kegiatan promosi?

I1 : Jelas keuntungan yang didapat selain keuntungan finansial keuntungan yang lain adalah banyaknya pelanggan ya banyak lah pelanggan baru alhamdulillah ya dan banyak masyarakat yang mengenal rumah makan intan jatibarang jadi itu mungkin menurut saya merupakan indikator keberhasilan promosi kami seperti itu

P :Bagaimana indikator keberhasilan strategi promosi yang sudah dilakukan oleh Rumah makan Intan Jatibarang?

I1 : Nahh untuk indikator keberhasilany yang seperti yang sudah kami sampaikan yang pertama tama dengan jumlah pengnjung yang datang itukan adanya peningkatn antara 2013 2014 2015 dengan banyaknya pengunjung yang datang jelas omset juga bertambah seperti itu kalau eee ya mungkin signifikan si mba nanti datanya saya berikan ya mba atau bisa ditanyakan ownernya mba untuk datanya yang lebih rinci seperti itu

P : bagaimana kah evaluasi yang dilakukan oleh Rumah Makan Intan Jatibarang?

I1 : Ooo... evaluasinya kalau evaluasinya itu ya biasanya kami itu melakukan itu tadi sudah dijelaskan sebenarnya jadi seberapa efektifkah pengunjungnya, viewernya, kemudian ketika promosi berjalan tentu otomatis pengunjungnya lebih banyak kalau pengunjungnya terjadi penurunan kita harus tanya apakah strategi kita sudah berjalan dengan baik atau belum atau dari mana asalnya apakah dari pelayanan kami atau dari strategi promosi kami tentunya itu ada kajian tersendiri

P : Memang Kalau segmentasi rumah makan intan jatibarang itu sebenarnya itu siapa aja sih pa

I1 : Kalau segmentasi ya kalau berdasarkan profesi banyak pegawai yang baik swasta, wiraswasta, pegawai negeri kemudian pelajar-pelajarkemudian masyarakat biasa kemudian ibu ibu rumah tangga kemuan bapak bapak yang kerja kesawah itu banyakbanget

Apa alasan memilih segmentasi tersebut

I1: Alasan memilih segmentasi ini adalah dengan tau siapa yang ingin dituju jelas memudahkan kami untuk menentukan pesan apa yang cocok dan pas yang ingin kami sampaikan kepada masyarakat mba

P : Bagaimana kah cara Rumah makan Intan Jatibarang mengenalkan produk yang dimiliki kepada calon konsumen?

I1 : Untuk mengenalkan kami produk biasanya kami foto product yang ada dan kami tampilkan di beberapa media online dan cetak yang ada

P : Media apasajakah yang digunakan untuk mendukung Rumah makan Intan Jatibarang dalam periklanan?

I1 : Tadi sudah di jelaskan ya ada media online seperti twitter, facebook, blog, pamflet, banner, brosur kemudian adanya kupon voucher papan nama yang diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat untuk datang kesini kemudian kami juga kemarin berpartisipasi pada event pentas seni eee... yang diadakan kabupaten di Tegal ya itu di SMA 2 Slawi seperti itu

P : Bagaimana rumah makan intan jatibarang menentukan anggaran biaya yang digunakan untuk berpormosi?

I1 : Anggaran biaya yang ada biasanya sudah disediakan misalnya nanti eee... dia akan eee... beberapa persen dari pendapatan disetiap bulan kalau tidak salah itu sekitar 5 sampai 10% nah itu tergantung owner untuk anggaran promosi

P : Berapa lama jangka waktu berpormosi rumah makan Intan Jatibarang?

I1 : Waktu berpormosi tidak terbatas mba karna yang kami digunakan adalah media online jika cetak biasanya di sediakan di depan kasir jadi pelanggan bisa langsung mengambil disitu

P : Terimakasih pak wawancara pada hari ini untuk kesempatannya makasih pa ya

I1 : Ya terimakasih sama-sama semoga yang mendengar juga temen-temen kampus juga bisa makan disini yang mendengar jadi media promosi saya juga berhasil mba terimakasih

TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara Informan 2 BPK JUANDA

Jabatan : Owner / Pemilik

Hari/Tanggal : Senin , 31 Juli 2017

Waktu : 10.00 WIB

Keterangan Lokasi : Ruang Kerja Bapak Juanda

P : Penulis

I2 : Informan kedua

P : Apakah anda selaku manajer operasional dilibatkan dalam kegiatan promosi?

I2 : Ooo Jelas o namanya manajer ya harus terlibat dalam sebuah kegiatan promosi agar usaha daripada warung Makan ini bisa berkembang dengan menyuruh eee... orang-orang untuk berpromosi di instansi-instansi maupun di tempat-tempat orang yang suka makan bersama eee... dan menghubungi sekolahan-sekolahan untuk reuni dan sebagainya atau kantor-kantor pemerintahan karna lokasi kami berada di dekat pabrik gula kita berteman baik dengan karyawan dan pimpinan-pimpinan dipabrik gula Jatibarang

P : Bagaimana keterlibatan manajer operasional dalam kegiatan promosi yang seperti disebutkan dan bagaimana divisi operasional bersinergi dengan divisi promosi?

I2 : aee... memberikan eee... ini trik trik tertentu e misalnya kalau yang datang banyak tentunya ada bonus untuk eee divisi promosi juga memberikan sekedar kenang-kenangan apabila pelanggan yang sering makan disini diberilah sebuah kenangan untuk tanda mata agar kesan daripada Warung Makan Intan tetap terjaga dengan baik

P : Alat Promosi apa yang digunakan dalam rangka meningkatkan penjualan dan mengapa?

I2: promosinya melalui mdia masa misalnya eee... radio ataupun sekarang yang lagi gencar dengan teknologo internet eee... dengan menggunakan google map dsb itu antara lain juga mensponsori kegiatan kadangkala untuk kegiatan sekolahan ataupun kegiatan-kegiatan seni dsb

P :bagaimana peran divisi Operasional dalam menggunakan alat tersebut

I2 : yaaa...alat yang digunakan eee... misalnya eee... kadangkala kita memberikan eee... apa pelayanan-pelayanan kepada keluarga, atau masyarakat untuk memperkenalkan usaha kami dibidang kuliner terutama masakan-masakan yang digemari dilingkungan masyarakat agar setiap saat eee... pelanggan kita tidak merasa bosan ataupun kapok datang kesini dengan menu-menu yang baru kita memberikan sekedar trik-trik kepada para pelanggan

P: apa saja kendala promosi yang sudah dijalankan?

I2 : ya kendala kadang-kadang ya proposal yang dimintakan kepada pihak sekolah kadangkala tuntutan nya terlalu besar kadang kala meminta sesuatu yang tidak eee... sesuai dengan anggaran kita jadi kadang kala itu menjadi suatu hambatan jadi kerjasama yang baik tentunya dengan kerjasama yang menguntungkan tidak selalu besar pada rumah makan juga permintaan darisana jangan terlalu mengada-ada karna eee... warung maka sekarang banyak pesaingannya jadi kita berpromosi agar penghasilan dan pendapatan untuk semuanya untuk pembayar karyawan dsb jangan sampai kekurangan

P : bagaimana sih sistim evaluasi yang sudah dilakukan

I2 : ya evaluasi kami tentunya membenahi hal-hal yang merupakan eee... kritikan dari masyarakat misalnya pelayanan ada pelayanan yang kurang memuaskan ataupun pelayanan yang terlalu lama eee... menunya kurang dari selera dari pelanggan atau ada juga pelanggan yang menunya ditambah jadi itu semua merupakan kritik daripada warga penikmat kuliner untuk diperhatikan

P: oke baik terimakasih pak

I2 : eee... kembali semoga anda sukses dalam menempuh perkuliahan ini ya merupakan suatu kerjasama yang baik agar bisa dilanjut kemudian hari ya selamat dan sukses

P : Aamiin

TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara Informan 3 ETIK LATIFAH

Jabatan : *Owner / Pemilik*

Hari/Tanggal : jum'at , 31 Juli 2017

Waktu : 08.00 WIB Lokasi : Ruang Tamu

P : menurut anda bagaimana perkembangan bisnis kuliner pada saat ini terutama di daerah Jatibarang khususnya?

I3 : Perkembangan bisnis kuliner yang saya lihat pada saat ini sangat pesat kemajuannya bukan hanya restoran warung pinggir jalan pun tak kalah dengan restoran bintang lima yang dari segi rasa biasanya banyak diburu oleh pecinta kuliner apalagi pada saat ini banyak sekali acara tv yang menayangkan kuliner ini jelas sangat memengaruhi gaya berkuliner masyarakat pada saat ini apalagi anak muda sekarang banyak yang berkuliner dengan memotret makanan nya terlebih dahulu bukannya berdoa dan makan terlebih dahulu makanan hehehe....

P : Kalangan apa sajakah yang menjadi konsumen Rumah makan Intan Jatibarang?

I3 : kalau sasaran dari Rumah Makan Intan sendiri sebenarnya kalangan menengah sampai kalangan menengah atas tidak dibatasi umur semua keluarga mulai dari bayi anak muda sampai usia lanjut yang sekedar ingin hanya makan sampai yang hobi kuliner namun jika saat berpromosi memang kami sesuaikan dengan apa yang ingin di promosikan misalnya jika kami ada launching menu baru yang anak muda kami rancang iklan di media sosial yang desainnya anak muda banget tapi jika keseluruhan iklan yang kami buat memang ditunjukkan untuk kalangan menengah dan menengah atas.

P : Manfaat apa sajakah yang didapat Rumah Makan Intan Jatibarang dengan melakukan segmentasi pasar

I3: Manfaatnya sendiri lebih terarah dan tidak sia sia kesannya karena Rumah Makan Intan Karena memang kami menganggap masyarakat menengah dan menengah atas itu kondisi dimana biasanya banyak sekali pekerja dibidang tertentu dimana masyarakat tersebut biasanya gemar mengadakan berbagai acara bisnis dengan sasaran masyarakat menengah dan menengah atas saya rasa itu tepat

P : Apa yang anda lakukan untuk menjalin hubungan baik dengan para pelanggannya?

I3 : Hubungan yang kami jalin dengan pelanggan sangat kakmi jaga misalnya saat mereka pesan banyak selalu kami hadiah free rice box dengan berbagai macam lauk pauk yang tentunya hal semacam ini mampu teringat dan mampu membuat si pelanggan terundang untuk datang kembali

P : Bagaimanakah Rumah Makan Intan Jatibarang dalam merancang pesan yang efektif dalam berpormosi dalam menarik minat konsumen?

I3 : Pada promosi Rumah Makan Intan Jatibarang bahwa Rumah Makan Intan mempunyai tempat yang nyaman untuk mengadakan berbagai acara dan kami menyampaikan kepada konsumen "higienis dan nyaman" itu berarti makanan yang kami sajikan di dapat dari sayuran-sayuran segar yang dibeli di supplier-supplier pilihan dan kualitas ayam kampung nya yang juga In Shaa Allah sehat.

P : Mengapa menggunakan rancangan seperti itu ?

I3 : Karena pada zaman sekarang mungkin banyak sekali pedagang Rumah Makan Yang tidak menjaga kualitas bahannya yang penting murah omset besar tidak kami tidak begitu kami berusaha selalu menyajikan yang baik untuk konsumen dan pelanggan-pelanggan kami

P : Bagaimanakah Rumah Makan Intan Jatibarang dalam menghadapi persaingan dalam bisnis kuliner pada saat ini?

I3 : yang kami lakukan saat menghadapi persaingan bisnis ya berdoa yang utama ya dek selanjutnya kita susun strategi bagaimana memajukan bisnis ini dari mulai memperbaiki kualitas makanan dan fasilitasnya baik dari segi promosi nya memaksimalkan promosi yang ada saya harap kami bisa melakukan promosi-promosi yang mampu mendongkrak kemajuan Rumah Makan Intan itu sendiri

P : Media apasajakah yang mendukung dalam kegiatan promosi?

I3 : Brosur-brosur yang sengaja di pajang di depan kasir dan juga dibagikan ke masyarakat yang berisi berbagai info Rumah Makan fasilitas dan menu-menu

P : Bagaimanakah Rumah Makan Intan Jatibarang dalam menentukan alokasi anggaran promosi?

I3 : jika alokasi anggaran Rumah Makan Intan sudah dianggarkan anggaran iklan, gaji karyawan, anggaran untuk membeli bahan-bahan baku, listrik, pln jadi semua itu sudah terdata. Dan saat menganggarkan iklan pun tidak yang jor-jor an karna ya disesuaikan dengan manfaat iklan itu sendiri

P : Seberapa luas kah jangkauan Rumah Makan Intan Jatibarang dalam berpromosi?

I3: Hanya sekitaran Brebes Tegal jika melalui media elektronik namun jika sosial media memang hampir menjangkau semua daerah

P : Pertimbangan apasajakah yang dilakukan oleh Rumah Makan Intan Jatibarang dalam menentukan promosi ?

I3: Pertimbangannya adalah dari segi manfaat promosi itu sendiri dan ekonomis suatu promosi itu dilakukan karena dengan menekan biaya promosi dengan manfaat juga yang bisa didapat karena tidak efisien jika kita hamburkan uang yang begitu besar dengan berbagai promosi kalau kita juga belum siap yang ada masyarakat juga akan kecewa jadi menyesuaikan kondisi Rumah Makan Intan itu sendiri juga jadi bagaimana kita memanfaatkan anggaran yang ada untuk berpromosi tanpa memotong biaya yang cukup besar untuk berpromosi

P : Apa tujuan Rumah Makan Intan Jatibarang melakukan promosi

I3: Tujuan dari Rumah Makan Intan Jatibarang adalah upaya pendekatan masyarakat sehingga masyarakat mengenal Rumah Makan Intan Jatibarang dari situ kami manfaatkan media promosi untuk mengenal kan produk dan Rumah Makan Intan Jatibarang

P : Apa sajakah yang disampaikan oleh Rumah Makan Intan Jatibarang dalam kegiatan promosi yang sudah dilakukan?

I3 : Yang kami sampaikan adalah produk-produk unggulan Rumah Makan Intan dan kelebihan seperti dari segi fasilitas dll dan informasi penting yang memudahkan masyarakat untuk menghubungi kami menu-menu paketan

P : Ditunjukan oleh siapasajakah kegiatan promosi dilakukan?

I3: kegiatan promosi kami ditunjukan kepada masyarakat yang belum kenal Rumah Makan Intan Jatibarang tujuan sebenarnya kami melakukan promosi

adalah mengenalkan kepada masyarakat yang belum kenal menjadi kenal dan pada akhirnya mengajak masyarakat untuk datang ke Rumah Makan Intan Jatibarang

P : Apa sebenarnya tujuan dalam melakukan kegiatan promosi?

I3: Tujuan kami adalah ingin Rumah Makan Jatibarang dikenal luas masyarakat bukan hanya wilayah Tegal Slawi tapi sekitaran Tegal Slawi seperti Jakarta, Indramayu, Cirebon, dll dengan promosi yang sudah kami lakukan kami berharap mampu menarik masyarakat untuk mengajak sanak keluarga dan kerabatnya rekan-rekan bisnisnya untuk datang ke Rumah Makan Intan Jatibarang

P : Apasajakah yang pesan ingin dituangkan dalam berpromosi yang ingin disampaikan pada calon konsumen?

I3 : Berupa pesan-pesan yang mampu menjaring masyarakat untuk berdatangan dari segi pelayanan dan segi produk maupun kenyamanan dan fasilitas yang dimiliki

P : Apa sajakah alasan Rumah Makan Intan Jatibarang dalam menentukan strategi promosi yang dilakukan?

I3 : Biasanya jika media online alasannya pasti sudah sering saya bicarakan sebelumnya karena memang pada zaman ini adalah zaman yang sangat mudah berpromosi melalui media online yang juga didukung oleh masyarakat sendiri yang sudah melek teknologi

P : Baik terimakasih bu