

Interview Guideline

Company Profile

1. Bagaimana sejarah dan perkembangan English Cafe?
2. Bagaimana visi, misi serta tujuan yang ingin dicapai English Cafe?
3. Jelaskan makna logo dan *tagline* dari English Cafe?
4. Bagaimana struktur organisasi di English Cafe?
5. Apa yang menjadi ciri khas English Cafe? Dan bagaimana cara menentukan ciri khas tersebut?
6. Bagaimana perkembangan peningkatan member sejak awal berdiri hingga sekarang?
7. Bagaimana bentuk *partnership* English Cafe? dan siapa saja yang pernah menjadi *partnership*?

Positioning

1. Bagaimana potensi penjualan kursus Bahasa Inggris di pasaran?
2. Apa latar belakang English Cafe menerapkan strategi *positioning*?
3. Apa tujuan penggunaan strategi *positioning* English Cafe?
4. Apakah English Cafe melakukan identifikasi terhadap konsumen?
Seperti apa yang dibutuhkan target pasar dari kursus Bahasa Inggris saat ini dan sebagainya?
5. Siapa segmentasi yang ingin dituju oleh English Cafe?
6. Apakah English Cafe melakukan identifikasi terhadap kompetitor?
Dan bagaimana hasil yang anda peroleh dari identifikasi tersebut?

7. Apa keunggulan English Cafe dibandingkan kursus Bahasa Inggris lainnya?
8. Apakah ada citra yang ingin di bangun oleh English Cafe?
9. Bagaimana anda menentukan harga kursus English Cafe?
10. Apakah perkembangan tren seperti teknologi, sosial, dan budaya mempengaruhi *positioning* English Cafe? Bagaimana mengatasinya?
11. Bagaimana sistem pembagian wilayah tiap cabang English Cafe? Apakah ada karakteristik tertentu dalam memilih tempat?
12. Apakah ada *event marketing* yang dilakukan oleh English Cafe untuk mendukung strategi *positioning* nya?
13. Bagaimana cara English Cafe membangun suasana untuk memperkuat citra *positioning* yang diterapkannya?
14. Bagaimana cara anda dalam meyakinkan konsumen untuk menggunakan jasa English Cafe?
15. Apakah English Cafe melakukan promosi untuk mengkomunikasikan *positioning* tersebut? Media apa saja yang digunakan?
16. Apakah ada faktor penghambat dan pendukung dalam proses strategi *positioning* English Cafe?
17. Bagaimana evaluasi yang dilakukan English Cafe dalam penerapan *positioning* nya? Apa hasil dan manfaat dari evaluasi tersebut?
18. Apakah *positioning* English Cafe sebagai kursus Bahasa Inggris dengan konsep kafe sudah dirasa tepat dalam menarik minat konsumen?

Narasumber : Moh. Hamli

Jabatan : Owner English Cafe

Waktu wawancara : Jumat, 12 Mei 2017

Company Profile

1. Q : Bagaimana sejarah dan perkembangan English Cafe?

A : Jadi dulu pada Tahun 2010 saya masih kuliah semester 6, saya bekerja di sebuah lembaga yaitu Enter (*English Center*). Saya bekerja disana selama 3 bulan sebagai resepsionis. Pada saat itu ada tamu yang berkunjung kemudian saya jelaskan tentang Enter. Dia ternyata seorang *owner* dari lembaga kursus juga. Dia suka dengan bagaimana cara penyampaian saya, sehingga dia meminta langsung ke bos saya untuk merekrut saya dan kebetulan juga dia kenal dengan bos saya. Akhirnya diperbolehkan pindah ke lembaga yang bernama SEE Institute. Di SEE Institute itu saya memulai bekerja sebagai resepsionis yang kemudian setelah itu saya menjabat menjadi *marketing*, hingga sampai menjadi GM (*General Manager*), nah saya bertahan disana selama 2 tahun. Banyak ilmu yang saya dapatkan tapi satu hal yang agak mengganjal. Dari Enter kemudian SEE Institute satu hal yang menjanggal yaitu dari segi konsep belajarnya. Saya melihat tidak ada perbedaan antara anak belajar di sekolah dan kursus atau di kegiatan ekstra kulikuler lainnya. Bahkan ada anak yang dari sekolah dia masih menggunakan seragam kemudian ke tempat kursus

dan lanjut belajar layaknya di sekolah. Saya pikir.. wah ada yang salah nih kalo kayak gini. Ya mungkin mereka kayak biasa aja ya, mungkin mereka bosan tapi tetap dihadapi dengan biasa karena itu adalah tuntutan dan sudah dibayar juga. Akhirnya saya setelah 2 tahun itu keluar dari SEE Institute. Kemudian ada satu lembaga lagi yang namanya dulu itu Cozy dan dia ingin merekrut saya juga. Cozy ini memiliki konsep belajar layaknya kelas yang sama dengan kursus sebelumnya namun bedanya dia lebih eksklusif. Menurut saya sama saja, ngapain saya masih berkecimpung di dunia yang sama. Akhirnya saya keluar dari SEE Institute dan tidak menerima tawaran dari Cozy hingga akhirnya saya mendirikan lembaga kursus sendiri. Saya hanya penyuka Bahasa Inggris bukan *expert*. Saya gak suka mengajar bahkan saya tidak bisa mengajar, saya hanya suka aja sama Bahasa Inggris. Sehingga saya membutuhkan orang yang pintar Bahasa Inggris untuk mengajar dan membantu saya. Saya bisanya hanya mengelola manajemen dan *marketing*. Namun kekurangan saya ya pada bagian mengajarnya sehingga saya butuh orang yang pintar banget Bahasa Inggris. Nah kebetulan saya punya temen namanya Waskito. Dia pintar banget Bahasa Inggrisnya karena SMA nya dia tempuh di Amerika Serikat. Hingga saya ajak juga jadi *partner* saya di English Cafe dan dia mau. Satu hal lagi yang tidak saya bisa yaitu di bidang akuntansi atau di administrasi keuangan. Saya lebih suka menghitung duit sendiri daripada menghitung duit orang hehe. Jadi

gak cocok kalo kerja di bank sepertinya hehe. Saya butuh satu orang untuk *handle* keuangan dan administrasi bagi yang daftar. Sehingga saya mengajak satu orang temen lagi dan saya pikir harus cewek nih karena cewek kan lebih ulet dan detail dalam menghitung-hitung. Dan dia juga harus pintar Bahasa Inggris. Nah nanti saya akan tunjukkan kenapa mereka pintar dan memiliki *line* nya sendiri. Lalu berjalan 3 bulan English Cafe mulai dikenal, kita promosi melalui sms dan lain sebagainya. Kita jalan dari tanggal 1 Februari 2012. Sampai 3 bulan kemudian, teman saya yang cewek ini namanya Uut dia mendapatkan Beasiswa dari Djarum, sehingga dia harus keliling kota ke Bandung, Semarang, dan lain sebagainya. Banyak pelatihan yang harus Uut jalani. Yang mana membuat dia merasa gak nyaman sama saya. Dikarenakan statusnya sebagai *owner*, pemegang saham lah istilahnya di English Cafe. Sehingga Uut meminta untuk mengundurkan diri secara baik-baik, kita gak ada konflik walaupun di dalam sebenarnya ketika kita ingin memutuskan sesuatu itu berat banget. Karena di dalam situ ada Waskito yang pintar dan Uut juga pintar, nah ketika kita ingin memutuskan sesuatu, perang lah di dalam. Uut pun akhirnya keluar. Hingga beberapa lama kemudian dia mendapatkan bewasiswa di Turki, dan sampai sekarang masih tinggal disana. Saya berjalan berdua bersama Waskito. Hingga 5 bulan kemudian Waskito juga meminta *resign* dari English Cafe, alasannya karena dia dapat beasiswa S2 nya juga di Amerika Serikat. Dia

kembali lagi ke Amerika Serikat dan berkuliah di Harvard University. Saya senengnya karena dia keluar karena mendapatkan beasiswa S2 bukan karena kita konflik. Akhirnya saya di tinggal sendirian. Kita tetap jalan dengan tim baru. Saya rekrut orang dan Alhamdulillah berjalan sampai sekarang. Pertama saya nyari GM (*General Manager*), kalo bagian *marketing* gampang itu urusan saya. Kemudian saya nyari resepsionis untuk *stand by* mengurus keuangan dan sebagainya, Saya nyari resepsionis yang pintar Bahasa Inggris juga. Akhirnya dapet dan dia masih bertahan hingga kini dan statusnya sebagai *General Manager* sekarang.

2. Q : Bagaimana visi, misi serta tujuan yang ingin dicapai English Cafe?

A : Saya kalo ditanya visi misi, biasanya orang hapal kan ya. Kalo kita sih gak ya.. karena ada visi misi itu kok kayak lembaga sekolah formal aja.. tapi yang jelas dua hal yang ingin kita tuju. Pertama kita ingin menjadi lembaga kursus terbaik di dunia. Kedua, kita ingin menjadi lembaga kursus dengan cabang terbanyak di dunia.

3. Q : Jelaskan makna logo dan *tagline* dari English Cafe?

A : Filosofi dari logo English Cafe *simple* sebenarnya ya.. jadi kalo logo ini dituliskan "EC" itu berbentuk cangkir dengan konsep berwarna jingga dan coklat itu menggambarkan kafe. Kalo kamu perhatikan saat memasuki kafe maka akan lebih dominan warna jingga dan coklat

serta identik dengan kopi dan sebagainya. Sehingga kita mengambil warna logo kita itu jingga dan coklat. Kemudian karena konsep nya di kafe maka ada cangkir pada logo sebagai tanda kafe itu. Ada batik-batik nya pada tulisan itu berasal dari ciri khas Jogja jadi kita mengangkat batik seperti itu. Sedangkan untuk *tagline*, kita awalnya gak ngasih *tagline* dulu. *Tagline* ini baru dua tahun yang lalu. Kita menggunakan *tagline* seperti ini untuk memperkenalkan. Karena sebelumnya pada tahun pertama hingga ketiga, orang-orang itu menganggapnya bahwa English Cafe itu adalah sebuah kafe yang mana ketika kita di kafe itu harus menggunakan Bahasa Inggris. Setahun, dua, hingga tiga tahunan *problem* yang kita hadapi adalah itu.. sehingga kita berpikir wah kita butuh mengedukasi orang nih kalo English Cafe tuh bukan seperti itu. English Cafe itu adalah tempat orang belajar Bahasa Inggris tapi tempatnya di kafe. Jadi sampai sekarang kita gak punya kafe, sistemnya itu kita *partnership* dengan berbagai kafe. Kalo istilah dari Profesor Renald Kasali itu kita konsepnya *economic sharing*. Kita gak punya kafe sendiri tapi kita kerja sama dengan seratusan kafe di Indonesia sampai sekarang. Makanya kita menggunakan *tagline* yang ini, jadi untuk memperjelas kalo English Cafe itu tempat untuk belajar Bahasa Inggris di kafe. Menginjak umur 4 hingga 5 tahun gak ada lagi yang nanya English Cafe itu apa dan sebagainya.. karena udah jelas sekarang.

4. Q : Bagaimana struktur organisasi di English Cafe?

A : Struktur organisasi dalam organisasi itu harus ya biar jelas. Pertama itu dari CEO sekaligus *owner* yaitu saya sendiri. Kemudian di bawahnya lagi itu ada GM (*General Manager*). Di bawah GM ada para manajer yang mana *manager* itu adalah orang yang *stand by* tiap cabang. Nah GM itu yang mengurus tiap *manager* yang berada di cabang baik yang di Jogja, Probolinggo, Semarang. Bandung. Malang, dan Jakarta. Kemudian di bawah *manager* ada *assitant manager*, yang mana *assitant manager* itu juga berperan sebagai resepsionis.

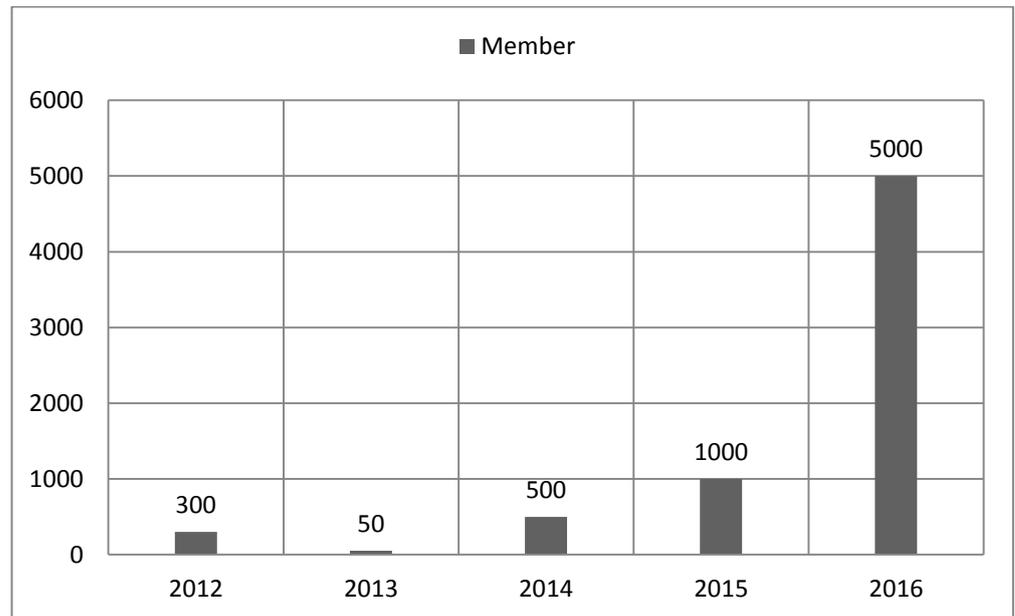
5. Q : Apa yang menjadi ciri khas English Cafe? Dan bagaimana cara menentukan ciri khas tersebut?

A : Jelas sih ciri khas English Cafe yang pertama adalah belajar dengan konsep kafe, yang kedua kita fokus kepada *speaking* dulu belajarnya bukan ke *grammar*. ketiga English Cafe itu fleksibel, baik dari segi tempat maupun waktu. Dan ciri keempat yang coba kita bangun.. yang mana Bahasa Inggris itu butuh kontinuitas makanya English Cafe itu memberikan gratis mengulang kursus untuk seumur hidup. Menurut saya ciri khas ini terbangun secara sendirinya ya, mungkin ada beberapa *start up* yang sudah mencari khas kan dari awal. Tapi untuk English Cafe kita mencoba untuk mengikuti proses. Jadi di awal kita gak menentukan sih kalo English Cafe itu ciri khas nya fleksibel lah kemudian kita juga fokus ke *speaking* dulu lah gitu. Kalo ciri khas pertama sih kita menentukannya adalah English Cafe

itu ciri khasnya belajar di kafe, gak boleh di kelas itu aja dulu.. waktu awal-awal. Sekarang ini karena pasar malah mencari khas kan kita, yaudah kita bahasakan sendiri. Kalo ciri khas itu yang menentukan pasar sih, jadi kayak “oh English Cafe itu fleksibel yah waktunya” yaudah akhirnya kita juga lebihin lagi tempat dan waktunya fleksibel. Jadi antara pasar dan English Café nya sama-sama menentukan dalam ciri khas kita.

6. Q : Bagaimana perkembangan peningkatan member sejak awal berdiri hingga sekarang?

A : Sejak berdirinya English Cafe pada tanggal 01 Februari 2012 hingga kini mengalami peningkatan jumlah member yang signifikan. Meskipun pada tahun 2013 berkurang hampir 70% dikarenakan masalah internal dan pengembangan berbagai aspek English Cafe. Pada tahun 2015 English Cafe berhasil membalik keadaan hingga tahun seterusnya mengalami peningkatan dratis. Hal ini dikarenakan banyaknya cabang English Cafe yang tersebar di berbagai kota di Indonesia. Hal ini membuktikan eksistensi English Cafe semakin meluas dan diminati di masyarakat.



Data Peningkatan Member 2012-2016

Positioning

1. Q : Apa latar belakang English Cafe menerapkan strategi *positioning*?

A : Alasan kita memilih kafe sebagai tempat belajar. *Pertama*, karena kafe di Jogja itu tidak asing. Mungkin kamu pernah mengerjakan skripsi atau tugas kamu di kafe atau bahkan menggunakan *wifi* untuk mencari data dan sebagainya. *Kedua*, orang belajar di kafe juga tidak asing. Di kafe orang tidak hanya nongkrong, makan, minum, ngomong *ngaro ngidul* gak jelas, gak cuman itu tapi ada juga orang yang kerja kelompok di kafe, sehingga saya pikir gak asing lagi nih belajar di kafe. Masalahnya kalo di kampung saya istilah kafe itu ibarat hiburan malam, nah di

Jogja nggak kan? Di Jogja itu bagus kan kafe itu. Kalo disini kafe itu sebagai tempat diskusi *sharing* seperti itu. Ketiga, kita ingin menciptakan nuansa yang berbeda. Kalo misalnya kita menggunakan konsep belajar dikelas aja kita gak ada diferensiasinya dengan kursus lain. Jadi kita menggunakan konsep yang berbeda yaitu belajar Bahasa Inggris di kafe. Selain itu, kalo kita nongkrong di kafe hanya dengan sekedar minum satu gelas es teh itu taruhlah harganya 5 ribu ya.. kita bisa nongkrong sepuasnya. Dari pagi sampai sore gak ada yang bakal nyuruh pulang. Malah yang ada ketika kita meramaikan kafe maka pihak kafe akan senang dengan itu. Sehingga semakin memperkuat keyakinan kita untuk membentuk kursus Bahasa Inggris dengan konsep kafe, sesuai namanya English Cafe tempatnya pun di kafe yang akhirnya disetujui oleh teman-teman. Kemudian kita mulai jalan dari tanggal 1 Februari 2012 hingga sekarang.

2. Q : Siapa segmen dan target yang ingin dituju oleh English Cafe?

A : Bahasa Inggris itu adalah bahasa yang fundamental dan juga sebagai *international language*. Jadi siapapun butuh, khususnya mahasiswa masa kini. Nah pada akhirnya kan kita akan diklasifikasikan sendiri oleh pasar itu, yang mana kebanyakan masuk ke kita dari kalangan mahasiswa. Mahasiswa terdiri dari

70%, pekerja/umum 20%, dan 10% nya siswa yang terdiri dari SD, SMP, SMA. Karena kita juga punya English Cafe *for kids*.

3. Q : Apakah English Cafe melakukan identifikasi terhadap kompetitor? Dan bagaimana hasil yang anda peroleh dari identifikasi tersebut?

A : Kita lebih kepada *benchmark* ya, jadi *benchmark* itu adalah panutan.. kita bukan kompetitor sih bilanganya tapi lebih pada panutan. Saya selalu sampaikan kepada tim bahwa kamu melihat kompetitor kita itu ke atas jangan kebawah. Kalo kamu melihat kursus jangan kebawah nanti kamu akan rugi, kamu akan *stagnant*, gak akan lari. Jadi kita tuh melihat panutan pertama itu dari English First. English First kan banyak di Indonesia, kalo kita itu sih yang jadi inspirasi. Nah kalo dari segi *marketing* yaa kita lihat English First, dan juga bagaimana mereka *branding* sehingga EF itu terlihat eksklusif. Kalo kita gak buat eksklusif terlebih dahulu karena kita lebih penting dikenal aja dulu. Eksklusif itu nanti keluar sendiri kok kalo kita udah tua umurnya. Nah hasil yang didapatkan itu sebenarnya melengkapi kita. Pada saat saya bekerja sekaligus belajar di lembaga Enter. Saya melihat Enter itu bagus banget di *marketing*, namun kelemahannya apa? Kelemahannya itu di kualitas. Sehingga *marketing* yang bagus tapi kualitas nya gak jalan ya bakal selesai. Orang hanya daftar sekali dan orang gak akan merekomendasikan kepada temannya sehingga wajar jika Enter

hanya bertahan dua tahun di Jogja. Jadi melihat kelemahan di kursus lain, itu yang saya perbaiki di English Cafe. Sehingga *marketing* saya bagusin dan kualitas akan saya junjung tinggi.

4. Q : Apa keunggulan English Cafe dibandingkan kursus Bahasa Inggris lainnya?

A : Keunggulan English Cafe dibanding yang lain banyak sih. Kalo keunggulannya kita memberikan fasilitas yang banyak yaitu kita gratis mengulang kursus seumur hidup, jadi kalo di lembaga lain mungkin gak ada ya, karena kita memang memberikan gratis mengulang kursus dan lokasinya bisa di mana saja. Kemudian kita juga ada komunitas.. nah ini komunitas misalnya member itu sudah selesai kelasnya bisa *join* komunitas kita biar dia gak lupa bahasa inggrisnya. Kegiatan yang dilakukan, ada *weekly meeting*, yang mana itu pertemuan seminggu sekali. Dan yang lain itu kita ngajar di sekolah seperti di SD, SMP, SMA ataupun pesantren. Hal ini dilakukan dengan sukarela, bahkan biasanya kalo ada yang mengundang juga ngasih ongkos transportasi..biasanya kita pake makan-makan aja. Acaranya ini tidak menentu, biasanya tiap ada *event*. Seperti kemarin kita ada kunjungan ke Bantul yaitu Bina Siwi. Ternyata masih ada sisa uang dari para donator nah kemarin ada usulan lagi bagaimana kalo kita kunjungan lagi ke yatim piatu lagi. Kayak gitu sih. Selain itu juga English Cafe mendonasikan juga ke *ambassador* ini. Namun hingga kini *ambassador* yang

masih jalan banget baru di Jogja. Kita juga ada kelas kafe online. Yang mana kita memberikan kemudahan bagi para member.. karena sekarang itu orang gak bisa lepas dari *gadget* sehingga orang dapat belajar Bahasa Inggris gak hanya di kafe tapi dimana aja. Misalnya saja, kamu dapat santai di rumah sekaligus dapat konsultasi dengan *chef* (tutor). Kita juga ada garansi uang kembali, tapi ini kalo gak bisa. Kalo bisa kita gak garansi. Jadi English Cafe tidak hanya *marketing* nya aja yang bagus tapi juga kualitasnya yang bagus. Jaminanya adalah kita berani mengambil resiko untuk pengembalian uang 100%. Kalo ambil 2 level sekaligus kita akan mengembalikan sebesar 6 kali lipat dari uang yang dibayarkan. Misalnya nih 700 ribu maka uang yang kita kembalikan 6x lipat dari jumlah tersebut. Jadi kita juga memperlihatkan kualitas yang baik. Selain itu yang paling utama sih adalah kita menawarkan fasilitas yang mana para member dapat menyesuaikan waktu dan tempat sesuai keinginan. Karena kelebihan utama kita dari distribusi para tutor yang bisa mengajar sesuai dengan waktu dan tempat yang disepakati oleh member dan tutor. Misalnya saja nih ingin belajar di rumah.. maka tutor kita yang langsung kesana.

5. Q : Bagaimana anda menentukan harga kursus English Cafe?

A : Kita menetapkan harga di tengah-tengah ya. Gak terlalu mahal ataupun murah. Kalo English First kan dikenal dengan eksklusif dan juga dengan harga yang mahal misalnya saja tiap 20x

pertemuan itu bisa sampai Rp. 2.000.000. Jadi kita menempatkan harga di bawahnya itu dan juga tidak terlalu murah. Untuk program *regular* dengan harga 299 ribu, *private* 599 ribu, dan sebagainya yang semuanya itu terdiri dari 40 kali pertemuan.

6. Q : Apakah ada Event Marketing yang dilakukan oleh English Cafe untuk mendukung strategi positioning nya?

A : Kita juga banyak mengadakan *event-event* sebagai *marketing* dari English Cafe. Jadi ketika kita menerima berbagai proposal untuk *event* ataupun *partnership* dari berbagai pihak. Kita selalu berusaha menerima semuanya, baik kita berpartisipasi di dalamnya ataupun memberikan *fresh money* dan sebagainya. Kita sudah kerjasama dengan berbagai *partner* seperti majalah Hidayatullah, radio, dan untuk yang terbaru ini kita kerja sama dengan Jogja TV untuk mengisi segmen Ramadhan pada saat berbuka puasa seperti itu.

7. Q : Bagaimana cara English Cafe membangun suasana yang memperkuat citra *positioning* yang diterapkannya?

A : Kalo untuk membangun suasana seperti itu kita gak ada metode khusus ya. proses belajarnya di kafe yang mana sudah ada suasana nya sendiri yang mendukung. Paling kita hanya menyesuaikan dengan musik yang diputar di kafe, kadang kan beberapa kafe yang memutar musik dengan suara yang kencang. Tapi kita sudah ada perjanjian di MOU bahwa ketika ada kelas atau

sedang ada pembelajarn musiknya di sesuaikan sehingga volumenya tidak mengganggu.

8. Q : Apakah English Cafe melakukan promosi untuk mengkomunikasikan *positioning* tersebut?

A : Kita memegang prinsip *low budget high impact* untuk promosi yang kita lakukan. Jadi biaya ditekan namun dampak yang diperoleh besar. Dulu saat awal terbentuknya English Cafe kita menggunakan sms semakin kesini kita kebanyakan promosi dengan menggunakan sosial media maupun website. Karena kalo untuk brosur dan sebagainya itu kurang ya.. jadi saat pendaftaran member pada formulir pendaftaran terdapat survei untuk mengetahui sumber orang mengetahui English Cafe dari mana, dan kebanyakan jawaban yang diberikan dari teman dan sosial media. Oleh karena itu, kita juga gencar-gencarnya berpromosi lewat sosial media. Tiap cabang English Cafe memiliki sosial media dan *website* sendiri namun tetap dengan sistem yang sama.

9. Q : Apakah ada citra yang ingin dibangun oleh English Cafe? Mohon jelaskan.

A : Ya ada Mbak Nisa, citra yang ingin kita bangun adalah bahwa belajar Bahasa Inggris itu gampang dan *fun*. Jadi konsep yang kita bangun kan kafe sehingga dengan tujuan kita belajar Bahasa Inggris yang *fun*, kemudian juga lokasinya di kafe itu sangat memungkinkan kita untuk mencitrakan seperti itu. Jadi itu

yang kita bangun, ingin menyampaikan bahwa belajar itu tidak selalu membosankan tapi bisa belajar dengan cara yang sangat santai sambil ngopi, makan *snack* dan sebagainya itu hanya bisa dilakukan di English Cafe.

10. Q : Apakah perkembangan tren seperti teknologi, sosial, ekonomi mempengaruhi English Cafe?

A : Semuanya akan berubah. Jadi English Cafe yang dulu pada awal 2012 kita menggunakan cara promosi sms, sekarang kita sudah beda lagi *platformnya*. kita menggunakan Whatsapp, BBM, Line, Instagram dan lain sebagainya. Kalo dulu kita hanya menggunakan pulsa sms atau telepon sekarang kita menggunakan paket data. Semuanya ada tren nya mbak, sekarang kan tren nya dunia digital jadi kita coba mengikuti perkembangan dunia digital itu dengan cara kita sudah *melaunching* program English Cafe online. Jadi dengan adanya English Cafe online ini walaupun *platformnya* kita masih menggunakan Whatsapp bukan ada aplikasi sendiri tapi kita mencoba untuk membuat belajar Bahasa Inggris itu bisa terjangkau dan juga bisa di jangkau. Dari segi biaya kita lebih murah kemudian juga dari segi lokasi dengan adanya online bisa di jangkau dari mana saja. Bahkan member kita ada dari Malaysia, dari Mesir, ada yang seperti itu. Jadi kita mencoba mengikuti perkembangan trend yang terjadi di kalangan pasar kita

Narasumber : Rias Solikha

Jabatan : General Manager

Waktu Wawancara : Jumat, 22 Mei 2017

1. Q : Bagaimana potensi penjualan kursus Bahasa Inggris di pasaran?

A : Kalo di Jogja sendiri, secara pribadi berdasarkan pengalaman saya bekerja di English Cafe cukup potensial banget. Apalagi dengan julukan Jogja sebagai Kota Pelajar, itu kan gak ada habisnya pelajar tiap tahun. Baik dari pelajar sekolah itu sendiri sampai mahasiswanya itu jumlahnya ribuan tiap tahun. Makanya dari situ saya rasa potensial banget. Apalagi di English Cafe itu kan pesertanya gak ada batasan usia, dari anak kecil hingga dewasa. Namun rata-rata terbanyak itu mahasiswa. Mahasiswa aja satu kampus ada berapa ribu, dari semester satu hingga semester berapa, belum dikalikan dengan kampus lainnya di Jogja yang jumlahnya ratusan. Makanya kalo menurut saya potensial banget. Kalo dilihat dari sudut pandang English Cafe itu juga potensialnya mengerucut karena lembaga lain mengambil konsep klasik seperti ruang kelas dan sebagainya. Karena English Cafe ini *target marketnya* kebanyakan mahasiswa. Yang mana lebih senang *fun*, kemudian senang sosialisasi, senang mencoba hal baru, makanya hal ini sesuai dengan jiwa mahasiswa.

2. Q : Siapa segmentasi yang ingin dituju oleh English Cafe?

A : Kalo segmentasi ya.. dari awal ide ini muncul dari pengamatan Mas Hamli sebagai *owner* sendiri. Dengan melihat *culture* mahasiswa itu sendiri yang suka berdiskusi di kafe, jadi memang dari awal member kebanyakan juga mahasiswa yang mendaftar. Cuma seiring berjalannya waktu, karena sudah semakin di kenal juga kami bekerja sama juga dengan hotel, institusi-institusi seperti itu.. namun saat ini segmentasi yang paling banyak sih mahasiswa.

3. Q : Apakah *positioning* English Cafe sebagai kursus Bahasa Inggris dengan konsep kafe sudah dirasa tepat dalam menarik minat konsumen?

A : Sejauh ini untuk konsep kafe yang mengutamakan kenyamanan untuk menarik member saya lihat sudah pas dan menarik. Bukan hanya member, untuk calon staf atau member ketika wawancara atau ditanya tentang English Cafe pasti kami ingin mencari tau pendapat mereka tentang English Cafe itu kayak gimana.. oh ternyata mereka antusias dengan konsep kafe ini. Malah kebanyakan para chef ingin bergabung karena dirasa seprinsip dengan kita. Karena menurut mereka tempat itu sangat penting dan mendukung juga bagi orang yang ingin belajar serta menyerap ilmu dan bagaimana tempat itu berperan penting dalam sistem belajar. Dan melalui sistem English Cafe yang tidak monoton atau kaku yang mana belajar itu santai bisa sambil makan atau minum itu dirasa cocok untuk sistem belajar. Dan sistem ini gak hanya kami terapkan dalam belajar saja, tapi juga dilakukan antar staf, chef, dan lainnya karena kami pengennya

kita itu sistemnya kekeluargaan. Mungkin kita secara jabatan itu beda-beda tapi sehari-hari itu kita sudah seperti keluarga.

4. Q : Apa keunggulan English Cafe dibandingkan kursus Bahasa Inggris lainnya?

A : Dari segi sistem belajarnya juga berbeda dengan kursus lain, English Cafe itu gak sekedar institusi belajar Bahasa Inggris informal tapi juga kami ada komunitasnya. Nama komunitasnya itu English Cafe Ambassador, disini bukan cuma member aktif aja yang bisa ikutan tapi semua staf, *chef*, juga alumni bisa gabung. Namun kendalanya kini kami belum menemukan media yang cocok untuk menjangkau semua alumni sih. Kalo kegiatannya sendiri udah rutin berjalan jadi tiap minggunya ada *weekly meeting* tiap Kamis malam yang kegiatannya belajar Bahasa Inggris juga tapi materinya diisi oleh member-member juga. Jadi sistemnya saling *sharing* secara bergantian dan materinya terserah member mau diisi dengan *games* atau apa yaa boleh. Untuk kumpulnya biasanya kita *moving* sih, sementara ini kita kalo bukan di Alive atau di D'Maestro karena kebanyakan member dari sekitar sini juga. ntar kalo misal udah bisa menjangkau semua ya bakalan *moving* juga di tiap kafe. Kalo untuk sementara ini komunitasnya baru berjalan di Jogja. Untuk di Bandung sendiri masih dalam tahap pendekatan Karena disana kendala agak susah koneksinya untuk ngumpul-ngumpul seperti itu.

5. Q : Apa tujuan penggunaan strategi *positioning* English Cafe?

A : Jadi pas awal berdirinya English Cafe itu kami belum memikirkan aspek *uniqueness* dari konsep kafe ini, karena pada saat itu tantangan utamanya terkait modal atau biaya. Waktu English Cafe berdiri kan pada tahun 2017. Pada saat itu Mas Hamli masih berposisi sebagai mahasiswa jadi untuk mandiri sebuah lembaga harus punya gedung sendiri dan lain sebagainya itu bisa dibilang gak mungkin karena butuh modal yang banyak. Pada saat itu Mas Hamli memikirkan bagaimana konsep untuk lembaga kursus Bahasa Inggris ini tetap berjalan tanpa mengeluarkan biaya. Akhirnya dibentuklah English Cafe bertempat di kafe dengan sistem *economic sharing*. Itu alasan awal bertempat di kafe, pada waktu itu kami belum berpikiran bahwa kafe adalah sisi unik dari English Cafe karena saat itu kendala kami adalah biaya.

Seiring berjalan waktu, ternyata kita melihat bahwa konsep yang diusung oleh Mas Hamli di awal adalah ingin menciptakan konsep kursus yang bernuansa *fun*, santai tapi serius, dan menyenangkan. Nah jadi akhirnya tempat kafe ini semakin *branding* menjadi suatu hal yang unik dari English Cafe. Seiring berjalannya waktu sampai sekarang tujuan diletakkannya di kafe untuk merealisasikan ide dari English cafe yang mengusung konsep *fun learning* dan juga itu menjadi ciri khas dari English Cafe. Ciri khas bahwa ini adalah suatu lembaga pengajaran non formal dengan konsep kafe yang tidak menirukan lembaga-lembaga sebelumnya. Selain itu kan kalo kafe itu identik dengan nuansa yang santai, menyenangkan, kemudian kekeluargaan. Kami juga ingin konsep-konsep

itu tidak hanya pada kafanya tapi bagaimana konsep itu terbawa juga suasana proses belajar mengajar di English Cafe. Nah selain tempatnya yang ada di kafe, pada SOP tutor English Cafe ada beberapa hal yang harus dipatuhi dan tidak boleh dilanggar untuk meralisasikan konsep-konsep itu tadi. Jadi kita itu bukan dari awal menyadari keunikan tapi keunikan itu kita temukan ketika English Cafe sudah berjalan.

6. Q : Apakah English Cafe melakukan promosi untuk mengkomunikasikan *positioning* tersebut? Media apa saja yang digunakan?

A : Jadi untuk promosi kita ada dua ya.. pertama itu *marketing offline* dan *online*. Kalo *offline* kita aktif menyebarkan brosur-brosur atau pamflet di tempat umum. Kemudian juga di *event-event* misalnya ada pertunjukan seperti tu kami biasanya mendapatkan fasilitas boleh menyebarkan pamflet atau brosur, *mention* nama English Cafe, atau ngasih *doorprize*, seperti itu. Pernah juga di radio kampus, selain ngisi acaranya sekalian promosi juga. untuk ngisi acanya biasanya sekali-dua kali aja sih gak tentu. kemudian di koran juga pernah, seperti di Suara Muhammadiyah, Bernas dan beberapa lagi saya lupa namanya itu juga rutin dilakukan. Media lainnya itu melalui stiker, nah misalnya member menempelkan stiker dimana trus dibawa kemana-mana kan itu juga jadi promosi sekaligus *branding* kayak gitu. Jadi stiker, gantungan kunci, kaos, dan beberapa *merchandise* itu diberikan pada member. Juga ada tapi gak tiap tahun juga sih ada kalender. Untuk promosi onlinenya, kita menggunakan semua sosial media yang lagi hits sekarang dapat dipastikan semua sosmednya ada dan aktif dikarenakan

kita memang punya banyak tim online. Untuk semua media kita mengkomunikasikan kalo English Cafe adalah kursus Bahasa Inggris dengan konsep kafe.

7. Q : Bagaimana evaluasi yang dilakukan English Cafe dalam penerapan *positioning* nya? Apa hasil dan manfaat dari evaluasi tersebut?

A : Kita ada evaluasi harian, mingguan, dan bulanan. Evaluasi harian misalnya untuk para *chef*, *manager*, dan staf ada grup sendiri. Juga ada satu lagi grup khusus untuk manajerial. Kalo yang grup *chef* misalnya diskusi berhubungan dengan kelas, untuk memudahkan *problem* atau *challenges* yang harus diselesaikan saat itu juga komunikasinya di grup itu karena agak susah untuk ketemu dan kelas yang diajar sistemnya *moving* juga. Kemudian di grup manajemen itu membahas semuanya, misal ada komplain dari member, *share* informasi harian, atau ada rapat dadakan itu diinfokan melalui grup Whatsapp itu juga. Kalo untuk evaluasi mingguan ada dua, yang satu itu namanya safari *meeting* yaitu rapat untuk para staf dan manager. Disitu agendanya laporan semua chef, selain itu juga laporan mengenai jumlah kelas yang dihandle, atau ada masalah yang terjadi yaaa kita selesaikan bersama untuk mencari jalan keluarnya. Jadi di *meeting* itu kan bisa jadi *media sharing* antar para chef. Kemudian untuk sosialisasi program-program baru yaa kita *sharing* di safari *meeting* itu juga yang dilaksanakan biasanya tiap jumat malam dan sistemnya *moving* tiap kafe. Terus untuk rapat yang satunya itu *weekly meeting* yang bertempat di pusat yang dihadiri semua *manager*, *assistant*, serta para staf. Nah evaluasinya

itu sekitar kegiatan yang telah dilakukan selama seminggu ini.. kemudian laporan apakah ada kendala atau tantangan baru. Juga ada *sharing* dan saling memberikan solusi. Misalnya juga membahas untuk bagian promosi nih, seperti bagian *marketing* ada *project* untuk bulan ini dan *share* beberapa tahap yang harus dilakukan oleh tiap cabang contohnya di Bulan Ramadhan ini English Cafe mengadakan Takjil English buat SD, SMP, SMA gratis 100% untuk kursus Bahasa Inggris nah disini teman-teman harus menyebarkan informasi seluas-luasnya. Selain itu juga kita membahas konsep kafe dan sebagainya di *weekly meeting* itu juga.

8. Q : Apakah ada faktor penghambat dan pendukung dalam proses strategi positioning English Cafe?

A : Tentunya ada ya. Salah satu faktor pendukungnya itu dari *culture* mahasiswa yang suka dengan konsep English Cafe. Kemudian melalui *event-event* itu bisa menjadi faktor pendukung untuk mengenalkan English Cafe. Melalui kerjasama yang dilakukan bisa jadi faktor pendukung juga. Kalo untuk faktor penghambat paling ini sih kita latar belakang yang bekerja di English Cafe itu macam-macam ya kebanyakan juga mahasiswa.. jadi itu menjadi tantangan bagi kita untuk belajar secara otodidak dan mendapat ilmu dari bidang-bidang yang kita kerjakan di English Cafe. Kalo untuk chef tentu saja harus mampu berbahasa Inggris tapi kalo untuk staf itu gak harus, tapi kami tetap menyarankan dan mewajibkan pada hari tertentu untuk belajar Bahasa Inggris. Dan kami gratiskan untuk ikut kelas mana aja asalkan mau belajar.

9. Q : Bagaimana sistem pembagian wilayah tiap cabang English Cafe?

Apakah ada karakteristik tertentu dalam memilih tempat?

A : Jadi kalo pemilihan kafe itu kami ada dua. Jadi untuk kelas teori kami bisa dimana saja, misal ada resto atau kafe yang mengajak kerjasama kami terima. Cuma untuk yang bisa lengkap ada kelas teori, kelas praktek, dan pendaftaran kami biasanya memilih titik terjauh yang belum ada English Cafe nya dan dekat kampus.

10. Q : Bagaimana bentuk *partnership* English Cafe? dan siapa saja yang pernah menjadi *partnership*?

A : Kalo *partnership* itu kebanyakan dari perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang internasional kayak hotel yang tamunya terdiri dari berbagai daerah atau negara. Salah satu hotel itu ada ISFA, yang terbaru ini ada Indoluxe Hotel, POP Hotel, dan lain-lain itu pernah ber*partnership* dengan English Cafe juga. Ada juga institusi seperti sekolah pelayaran, pramugari juga pernah. Bentuk *partnership*nya adalah mereka meminta English Cafe untuk mengadakan pelatihan bahasa di lingkungan staf mereka. Misalnya kayak PT. Axiata itu juga minta English Cafe untuk menyalurkan alumni-alumni member yang ingin bekerja. Namun bukan berarti dari member English Cafe trus gak ada tes, tetap ada tes dari pihak sananya

11. Q : Bagaimana *jobdesk* tiap jabatan struktur organisasi English Cafe?

A :

- a. *Owner* : Kalo secara umum kan *ownernya* Mas Hamli. Tugasnya ya semacam bikin konsep-konsep baru sih, mungkin English Cafe sudah banya berubah, sudah dikenal, dan bisa dibilang ya sudah bisa jalan gitu kan, cuman kita kan gak mungkin cuma diam begitu saja. Jadi tetap harus liat perkembangan. Jadi apa sih yang harus diadaptasikan lagi, apa yang harus diperbaiki, kira-kira konsep yang lebih di sukai itu seperti apa lagi. Nah itu biasanya Mas Hamli mikir kesitu.
- b. *General Manager* : Untuk *general manager* sendiri bertanggung jawab ke semua cabang English Cafe, lebih tepatnya bertanggung jawab ke manager baik yang di Jogja maupun yang di luar Jogja. Nah seluruh manager itu nanti akan melapor ke *general manager*. Jadi istilah semacam membantu *owner* untuk memastikan semua cabang berjalan lancar. Misalnya ada laporan dari *manager* tentang perekrutan *chef*, atau perlu bantuan apa, nanti ke *general manager*.
- c. *Manager* : Kalo *manager* sendiri, dia bertanggung jawab ke satu cabang yang dia *handle*. Misalnya kayak di Alive ini managernya namanya Mbak Els yang bertanggung jawab menjaga hubungan dengan kafe, kemudian bertanggung jawab pada suplai fasilitas itu sudah lengkap belum disini.. yaa memastikan cabang yang dia *handle* itu berjalan lancar. Karena di bawah *manager* itu masih ada beberapa lagi, nah itu nanti tugasnya dikontrol oleh *manager*.

- d. *Assistant manager*: *Assistant manager* yang membantu *manager*. Misalnya yang *manager* ini gak datang yang menggantikan itu *assistant manager*. Tugas sampingannya walaupun kami posisinya beda-beda tapi kami memposisikan tiap orang yang ada di English Cafe itu adalah resepsionis. Ya jadi kalo misalnya kita *free* dan perlu bantuan di resepsionis kita bantu.
- e. *Marketing Offline* : Tiap kota hanya menggunakan satu *marketing offline*, jadi kayak di Jogja kita cuma pake satu *marketing offline*.
- f. *Marketing Online* : sedangkan *marketing online* itu ada puluhan.
- g. *Public Relation* : Kalo PR bertugas untuk mengurus kerjasama dengan pihak luar. Misalnya ada kampus yang butuh *sponsorship* nanti langsung ke PR, atau ada kafe atau resto yang ingin dijadikan cabang English Cafe nanti urusannya sama PR. Pokoknya kerjasama English Cafe dengan pihak luar apapun bentuk kerjasamanya.
- h. *Staff Academic* : Tugasnya berkaitan dengan kelas praktek, juga dengan perbaikan modul, terus tentang rekrutmen tutor.

Narasumber : Adnin Arif

Jabatan : Manager Cabang

Waktu Wawancara : 06 Mei 2017

1. Q : Bagaimana cara anda dalam meyakinkan konsumen untuk menggunakan jasa English Cafe?

A : Itu lebih pada teknik *closing* sih, jadi kalo di English Cafe ada *marketing online* dan *offline*. Nah sebenarnya di English Cafe hal yang paling sulit itu ada di dua hal yang pertama adalah *closing* dan yang kedua itu bagaimana membuat member itu datang kesini. Seharusnya kan kalo ingin daftar itu harus ke kafe ya, tapi ada beberapa member yang manja gak ingin datang kesini entah alasannya kejauhan dan sebagainya. Dalam kasus seperti ini mau gak mau dari pihak English Cafe yang datang kesana kalo gak janji dimana gitu. Jadi kalo cabang English Cafe di Jogja itu ada sekitar 50-an kafe. Kafe disini ada dua macam yaitu cabang dan juga *partner*. Kalo *partner* itu memang kita bekerja sama dengan kafe itu sebagai tempat untuk belajar sedangkan cabang itu yang lengkap seperti disini yang ada bisa untuk belajar, *daily talk*, dan pendaftaran. Lokasi cabang itu sudah tersebar di seluruh Jogja. Tantangannya itu disaat kita harus mengalah untuk datang kesana karena kalo orang sudah ingin mendaftar berarti mereka sudah yakin dengan English Cafe. Tinggal bagaimana cara meyakinkan member yaitu dengan menawarkan seluruh fasilitas English Cafe yang seabrek kemudian baru memberitahukan harga,

biasanya setelah itu member akan berani untuk ikut. English cafe itu kan salah satu kursus Bahasa Inggris yang murah tapi gak murahan. Kalo dibandingkan dengan bimbel lain yang harganya terjangkau juga tentu English Cafe unggul pada fasilitas seperti gratis mengulang kursus seumur hidup, *free* modul dan sertifikat, fleksibel waktu dan tempat , gratis *join* English Cafe online, tergabung menjadi komunitas English Cafe Ambassador yang mana salah satu kegiatan tiap tiga bulanan dari komunitas English Cafe Ambassador itu ada English Cafe *for charity*. Kadang kita ke panti terus ponpes untuk ngajar dan gak dibayar sama sekali. Kita biasa menerima proposal untuk ngajar disana atau sekedar mengisi kegiatan Ponpes, kita sama sekali gak ngasih *charge* atau tarif karena emang niatnya sadakoh, garansi uang kembali 100%, dan garansi uang kembali enam kali lipat jika tidak bisa sama sekali Bahasa Inggris. Nah untuk indikator tidak bisa itu dilihat dari nilai ujian. Nah ujian ini harus melewati persyaratan telah mengikuti kelas teori dan *speaking*, setelah itu baru member bisa mengikuti ujian untuk mendapatkan sertifikat. Biasanya kita itu *closing* nya ada secara langsung dan *online* ya.. jadi sebelum member daftar kesini kan udah nanya-nanya dulu lewat sosial media. Yang susah itu saat *closing online* ketika dengan tulisan yang kita kirim meskipun sudah detail namun member terkadang masih bingung. Jadi kadang aku harus kirim *voice note* untuk menjelaskan semua ketentuan member. Sebaiknya member itu langsung datang ke kafe jadi mudah untuk menjelaskan ketentuan-ketentuan member.

2. Q : Apakah English Cafe melakukan promosi untuk mengkomunikasikan *positioning* tersebut? Media apa saja yang digunakan?

A : Untuk promosi English Cafe itu gila-gilaan. Kalo dibandingkan dulu pada tahun pertama hingga kedua English Cafe masih nempel-nempel poster di mading kampus yang resikonya gak bakal awet karena bakal ketutup sama poster lain. Dulu sih gitu ya sama promosi dari mulut ke mulut aja sih. Poster itu dibikin semenarik mungkin dan banyak main warna dan desain agar ketika orang liat itu langsung tertuju dan mencolok mata gitu. Nah baru pada tahun ketiga dan tahun keempat English Cafe itu *jor-joran* dalam *marketing online* yang saat itu udah ada Instagram, Twitter, Facebook, dan juga di lapak jual beli seperti OLX. Dulu kan OLX ada iklan berbayar dan harganya murah saat itu kalo gak salah Rp. 50.000 itu sudah seminggu. Jadi dari English Cafe kan udah dana Rp. 200.000 untuk promosi ya, kalo promosi gratisan lewat Facebook, Instagram, Twitter, dan BBM lewat *broadcast* yang harus terima resiko di *delcont*. Nah kalo berbayar lewat OLX tapi sekarang kita lebih pada Facebook Ad sih karena bisa iklan di Facebook dan terhubung langsung dengan Instagram jadi langsung kena dua. Dengan konsep English Cafe yang beda itu jadi kadang kita diundang oleh radio-radio untuk ngisi segmen di radio, nah itu juga termasuk ajang promosi. Biasanya kalo English Cafe jadi sponsor acara, kita ditawarkan stand, *standing banner*, dan juga logo kita

dipasang pada *banner* mereka atau saat promosi kita juga dimension di sosial media mereka.

3. Q : Apakah *positioning* English Cafe sebagai kursus Bahasa Inggris dengan konsep kafe sudah dirasa tepat dalam menarik minat konsumen?

A : *Customer* dan member English Cafe itu 70% itu mahasiswa. Menelisik dari kehidupan mahasiswa yang kalo belajar itu di ruangan kelas, jika English Cafe itu mau ditempatkan dalam ruangan kelas kayak gitu takutnya member akan bosan. Makanya ditempatin di kafe supaya ada suasana baru. Kami biasanya itu memilih kafe yang bagus buat foto-foto. Karena zaman sekarang orang gak foto-foto itu gak afdol. Jadi kita nyarinya kafe yang *spot* foto yang bagus. Banyaknya cabang English Cafe sekarang itu beda dibandingkan dulu itu kita yang ngasih proposal ke kafe-kafe, tapi kalo sekarang kafe yang datang ke kita untuk kerja sama. Dikarenakan kita mewajibkan member untuk memesan saat belajar jadi pihak kafe juga untung dan tertarik. Jadi sih menurutku udah tepat ya konsep kafe ini supaya ada suasana baru dan member gak bosan untuk belajar disitu-situ aja.

Narasumber : Yulianita Danti Sukardi

Jabatan : Member

Waktu wawancara : Kamis, 20 Mei 2017

1. **Q** : Dari mana anda mengetahui informasi tentang English Cafe?

A : Saya mengetahui English Cafe dari temen, awalnya sih teman saya tau dari *banner* yang dia lihat di kafe itu. Kemudian dia menceritakan kepada saya yang kebetulan saat itu saya sedang mencari kursus Bahasa Inggris. Jadi saya mencari tau tentang kursus itu. Dan ternyata disana ada kursus *private* yang saya inginkan.. karena itulah saya mendaftar disana.

2. **Q** : Mengapa memilih English Cafe dibanding tempat kursus Bahasa Inggris lainnya?

A : Karena metode belajar yang ditawarkan santai dan tidak membuat saya tertekan ketika belajar. Terus tentornya juga asik bahkan malah sudah seperti teman yang mengajari saya, jadi saya nyaman belajar disana tanpa merasa tertekan belajar Bahasa Inggris.

3. **Q** : Apakah ada karakteristik atau standar khusus yang anda terapkan dalam memilih tempat kursus Bahasa Inggris?

A : Saya tidak memiliki standar khusus, tapi yang jelas saya lebih nyaman untuk belajar *private* yang cuma saya dan tentor disitu, karena kalo banyak orang akan susah bagi tentor untuk memperhatikan semuanya.. padahal seperti saya yang Bahasa Inggrisnya butuh perhatian lebih ini akan susah mengerti kalo banyak orang dalam kelas seperti itu. Jadi itu alasan saya

memilih English Cafe karena ada *private* nya dan suasananya nyaman serta lokasinya tidak jauh dari rumah saya.

Narasumber : **Naura Saraswati**

Jabatan : **Member**

Waktu wawancara : **Kamis, 13 Mei 2017**

1. **Q** : Dari mana anda mengetahui informasi tentang English Cafe?

A : Awalnya sih aku tau itu dari sosmed ya, trus aku *follow* satu akun English Cafe.. malah akun-akun lainnya juga pada *follow* semua. Nah dari situ aku mulai kepo dan nyari info-info nya di situ.

2. **Q** : Mengapa memilih English Cafe dibanding tempat kursus Bahasa Inggris lainnya?

A : Sebenarnya aku dulu udah punya rencana mau kursus ditempat lain yaitu English First, tapi harganya tuh 4 sampai 5 jutaan untuk satu kali les dan itu gak tau berapa kali pertemuan. Nah waktu itu aku liat English Cafe dengan harga RP.500.000 udah 40 kali pertemuan dengan 10 kali teori dan 30 kali *speaking* terus ngapalin *vocab*. Makanya aku tertarik di English Cafe aja.

3. **Q** : Apakah ada karakteristik atau standar khusus yang anda terapkan dalam memilih tempat kursus Bahasa Inggris?

A : Karena aku dulu udah keseringan les Bahasa Inggris seperti GO, makanya tuh buat aku suasana kayak gitu buat aku jadi capek gitu lho..

karena kita udah belajar di kampus trus ikut les kayak model kelas lagi dengan suasana serius berapa jam tatap muka di kelas kayak gitu bikin capek.. sampai akhirnya aku milih English Café karena kita kayak ngobrol sama temen gitu lho mbak.. sambil nongkrong-nongkrong gitu jadi lebih cepat nangkap materinya gitu sih kalo aku. Waktu itu aku juga berempat sama teman-teman kos ku jadi dapat potongan harga yang daftar 2 gratis 1.