

Transkrip Wawancara Manajer Raisin Resto & Kitchen

Identitas Diri Informan:

1. Nama : Vincenzo Zilko
2. Jabatan : Restaurant Manajer
3. No. Hp : 0818 0263 3383

Profil Usaha:

1. Sejak kapan Raisin Resto & Kitchen berdiri?

Sekitar bulan April tahun 2015.

2. Bagaimana sejarah berdirinya Raisin Resto & Kitchen?

Sebelum Raisin berdiri owner punya bisnis rumah makan dan catering yang kemudian dikembangkan dan di *re-branding* menjadi restaurant. Jadi nama Raisin Resto & Kitchen ini ada maksudnya mbak, Restonya itu untuk ruang lingkup restoran ini aja terus kalau Kitchen sebutan untuk bisnis catering kami. Dari situ owner mulai mendirikan Raisin Resto & Kitchen dengan konsep yang lebih fresh dan beda dari bisnis sebelumnya.

3. Bagaimana struktur organisasi dan job description masing-masing?

Yang pertama general manager saya sendiri Vincenzo Zilko dan mas Aurick kami memegang semua operasional restoran sekaligus sebagai pemimpin di semua divisi. Terus ada bagian supervisor yaitu Wahyu bertanggung jawab untuk membantu mengawasi semua aktifitas di resto beserta karyawan per divisi. Bagian marketing ada mba Clara dan mas

Rizky mereka yang mengatur jalannya pemasaran resto ini sekaligus menjadi admin medsos ataupun contact person Raisin Resto & Kitchen. Lalu ada mba Dewi bagian accounting yang membuat laporan dan data keuangan, sisanya ada cheff dan juga waiter.

4. Bagaimana konsep bisnis Raisin Resto & Kitchen?

Raisin Resto & Kitchen memiliki tagline “*Healthy Tasty and Cozy*” yang mempunyai arti bahwa makanan di restoran ini tidak hanya enak tetapi juga menyehatkan terlebih konsep ruangan yang sejuk dan santai sehingga memberikan kesan nyaman pada konsumen saat menikmati hidangan.

Perbedaan dari restoran *healthy food* lain, restoran ini tidak melulu menyediakan menu healthy seperti restoran lainnya. Restoran *healthy food* umumnya cuma menyediakan menu vegetarian seperti sayur-sayuran tapi di Raisin ini cakupan menu makanan untuk konsumen lebih luas meski begitu kesan healthynya terasa dari komposisi makanan yang kami sajikan seperti nasi yang komposisinya dari organik serta ke higienisan bahan yang dimasak dan menu dessert kami lebih banyak pakai buah-buahan. Terlebih menu makanan sehat kami lebih ke Smoothie Bowlnya.

5. Siapa target sasaran konsumen Raisin Resto & Kitchen?

Kisaran remaja, mahasiswa sampai pekerja kantoran usia 18-30an. Terlebih karena lokasi restoran ini dekat dengan sekolah, kampus dan area kantor. Target audiens kami lebih ke perempuan dikarenakan interior dan dekorasi Raisin lebih demografis ke perempuan dimana restoran ini digunakan sebagai ajang kumpul perempuan yang sering disebut arisan

gitu. Selain sebagai tempat makan resto ini bisa digunakan sebagai meeting point yaitu tempat ngumpulnya cewek-cewek.

6. Konsumen dari kalangan mana saja yang saat ini ada?

Konsumen kami kebanyakan dari Jogja saja ya. Tapi kadang ada yang dari luar Jogja seperti Semarang, Solo, Jakarta.

7. Apa tujuan Raisin Resto & Kitchen melakukan promosi?

Selain untuk meningkatkan omset dan meningkatkan citra brand Raisin Resto, tujuan promosi Raisin Resto & Kitchen yaitu untuk mengenalkan produk-produk yang kami jual sehingga konsumen tahu apa saja produk kami itu dan memperbanyak minat daya beli pada konsumen.

8. Bagaimana bentuk tujuan promosi yang dijalankan Raisin Resto & Kitchen? Dan bagaimana konsep promosi yang dijalankan agar promosi dapat optimal?

Promosi dengan sosial media dan media cetak. Biasanya meliputi Instagram advertising, brosur, flyer, dan kami juga sering mengikuti bazaar atau membuat pop up booth, atau event kolaborasi dengan merchant lain.

9. Bagaimanakah cara yang digunakan Raisin Resto & Kitchen dalam menarik minat beli konsumen?

Kami berinovasi dengan selalu memberikan menu unik yang berbeda dengan restoran lain, dengan membuat campaign yang berbeda. Seperti mengedukasi untuk mengutamakan healthy food dan pola hidup sehat. Dengan terus melakukan edukasi sembari mengenalkan produk membuat

konsumen semakin tertarik untuk mencoba, dari situ penjualan produk kami pun semakin berkembang.

10. Media apa saja yang digunakan Raisin Resto & Kitchen dalam promosi?

Untuk promosi kami menggunakan media cetak dan media internet melalui pemanfaatan media sosial khususnya di instagram. Biasanya meliputi instagram advertising, brosur, voucher dan kami jugamengikuti bazaar atau membuat pop up booth, atau event kolaborasi dengan merchant lain. Selain promosi di media cetak seperti brosur dan voucher, saat ini kami lebih fokus menggunakan media sosial, seperti instagram. Melakukan promosi di media sosial sangat efektif karena biayanya murah, bisa diakses kapan saja tanpa ada batasan waktu sama seperti instagram. Media sosial ini lebih publik terus mudah banget penggunaanya, pengguna atau konsumen sekarang ini lebih suka melihat postingan gambar ataupun video. Maka dari itu kami memanfaatkan peluang ini dalam melakukan kegiatan promosi di media sosial instagram.

Transkrip Wawancara Marketing Raisin Resto & Kitchen

Identitas Diri Informan:

1. Nama : Clara Agilia Sukarno
2. Jabatan : Staff/ Sales Marketing
3. No. Hp : 0812 6222 8261

Strategi Promosi:

1. Apa alasan Raisin Resto & Kitchen menggunakan platform media sosial sebagai media promosi?

Karena instagram *the leading sosial media* yang ada saat ini, lebih publik dan penggunaanya suka melihat postingan foto. Orang-orang kebanyakan nyari informasi sekarang kan pake internet apalagi searchingnya pake media sosial. Jadi melalui akun instagram kami lebih bebas ngenalin produk kami ke konsumen atau followers di instagram, seperti upload foto atau video di instagram manfaatin fitur baru yaitu instagram story (*Instastory*). Akun media sosial lain yang dimiliki Raisin adalah Facebook, tetapi Facebook hanya dimanfaatkan sebagai pagennya saja yang berfungsi sebagai iklan dan tidak terlalu aktif di akun tersebut. Kemudian ada website, tetapi website hanya digunakan untuk informasi seputar profil usaha Raisin saja. Twitter kita juga ga pake.

2. Mengapa memilih instagram sebagai media promosi?

Instagram lebih publik dan penggunanya lebih menyukai postingan gambar. Ditambah instagram memiliki fitur analitik yaitu, ada account profil untuk perseorangan dan bisnis profil yang digunakan para pebisnis untuk memperkenalkan produknya secara online, saat ini 90% pebisnis di media online terutama bisnis di bidang kuliner telah menggunakan instagram sebagai media promosinya. Instagram juga punya fitur instagram advertising pengguna bisnis profil dapat mengetahui rincian demografis followers dan keaktifan followers di akun instagram kita. Penggunaannya pun cukup mudah dan banyak banget penggunanya sekarang ini. Selain biayanya murah, kami lebih gampang mengenalkan produk secara bebas.

3. Bagaimana marketing membuat sales potential di dalam melakukan promosi Raisin Resto & Kitchen?

Dengan memperkirakan apakah cocok atau tidak promo terhadap segmen pasar kami. Dan promo yang dilakukan apakah sangat menguntungkan konsumen atau tidaknya.

4. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan Raisin Resto & Kitchen melalui media sosial instagram?

Melalui posting foto di instagram, video, dan *Instastory*.

5. Siapa yang bertanggung jawab dalam mempromosikan Raisin Resto & Kitchen?

Yang jelas marketing, tapi satu perusahaan Raisin semua bertanggung jawab untuk membantu.

6. Bagaimana operasionalisasi instagram sebagai media promosi Raisin Resto & Kitchen?

Sering posting dengan feed yang tertata dan rapi jadi tidak asal- asalan. Endorse terhadap food blogger, dan kami sedang mengulik penggunaan IG ads. Mulai mencoba menggunakan *instastory*. Menggunakan *caption* yang dibuat menarik dan enerjik, yang bisa membuat pembaca tertarik karena sebagian besar audiens kami anak-anak muda.

7. Sejauh mana kemampuan interaktif marketing atau admin akun instagram dalam mempromosikan Raisin Resto & Kitchen?

Sejauh ini masih belum maksimal, kami kesulitan untuk menata feed yang baik dan materi untuk di posting. Karena kami ingin feednya terjaga jadi agak susah. Kami khawatir jika asal posting akan mempengaruhi citra brand perusahaan kami. *Instastory* jugamasih belum bias rutin dilakukan.

8. Bagaimana Raisin Resto & Kitchen membuat *information access* bagi calon konsumen?

Dengan media social dan media cetak. Kami ingin konsumen tahu mengenai menu baru atau *on going promo* yang sedang *happening*.

9. Bagaimana cara Raisin Resto & Kitchen membangun hubungan yang baik dengan konsumen? Apa saja yang dilakukan dan mengapa?

Dengan meningkatkan service, satu-satunya harapan kami adalah servis yang maksimal sehingga konsumen puas. Hal ini meliputi kualitas makanan, serving time, keramah-tamahan waiter, dsb.

10. Bagaimana Raisin Resto & Kitchen menumbuhkan kesadaran akan produknya ke konsumen? dan upaya apakah agar konsumen tertarik untuk mencoba produk tersebut?

Edukasi dan edukasi. Kami adalah pelopor smoothie bowl di Jogja, sehingga kami harus menjelaskan bahwa smoothiebowl ini adalah superfood. Contohnya kadang orang menganggap smoothie bowl ini adalah sop buah, padahal faktanya sangat berbeda. Inilah yang kami coba edukasi ke konsumen, supaya konsumen tertarik, kami buatlah bentuk yang instagenic, tentu kami lengkapi dengan fasilitas yang nyaman juga.

11. Apa yang dilakukan oleh Raisin Resto & Kitchen melalui instagram dalam membentuk citra yang diinginkan? Alasannya dilakukan dan bagaimanakah hasilnya?

Hasilnya cukup baik, kami sering kedatangan artis dari ibukota, diliput beberapa kali oleh TV nasional, majalah nasional, stasiun radio lokal dan blogger terkenal nasional tanpa kami yang mengusahakan liputan-liputan tersebut. Namun kami sadar masih banyak yang perlu dibenahi lagi sehingga kami terus berupaya untuk membangun lagi citra Raisin Resto untuk menjadi lebih baik.

12. Seberapa penting komunikasi di setiap caption atau komentar konsumen di instagram terhadap Raisin? Bagaimana bentuk komunikasi Raisin Resto & Kitchen dengan konsumen di instagram?

Penting sekali, kami selalu menganggap *feedback* adalah masukan yang sangat berharga. Kepuasan konsumen adalah hal yang utama. Komunikasi biasanya dilakukan dari chat di DM atau komen di IG.

13. Bagaimana peran konsumen dalam membantu Raisin Resto & Kitchen menyebarkan citra dan pesan kepada konsumen lainnya? apa saja bentuk peranan itu? Dan faktor-faktor yang menyebabkan konsumen mau melakukannya?

Sangat penting, mouth to mouth business adalah yang terutama. Jika konsumen puas mereka akan dengan senang hati membantu promosi kami, tapi begitu pula jika mereka merasa tidak puas, kami harus sangat berhati-hati terhadap kekecewaan dari konsumen tersebut.

14. Apakah ada peningkatan penjualan produk setelah menggunakan instagram sebagai media promosi?

Secara kualitatif salesnya meningkat, kalau konvensionalnya berkurang. Karena kita lebih menyukai promosi melalui instagram jadi sepengetahuan kita konsumen yang kebanyakan anak-anak muda pasti taunya dari instagram terus pada datang kesini, orang kebanyakan nyari informasi sekarang kan pake internet apalagi searchingnya pake media sosial. Jadi melalui akun instagram kita lebih bebas ngenalin produk kita ke konsumen atau followers di instagram, seperti upload foto atau video di instagram manfaatin fitur *Instastory* di instagram. Kita juga lebih sering ngasih informasi harga promo atau produk baru kita di instagram. Jadi menurut kami setelah adanya instagram pengunjung mengalami peningkatan.

15. Hal yg menarik apa yang membuat pengunjung meningkat? Caranya bagaimana agar konsumen selalu datang ke Raisin Resto & Kitchen dan tidak beralih ke resto lain?

Kita sering ngadain promo seperti diskon pembelian, beberapa bulan lalu Raisin ada diskon 20% all item saat memperingati pemilihan calon walikota, pengunjung tinggal menunjukkan kelengkapan sesuai nyoblos dan dapat diskon all item untuk makan ditempat. Kemudian ada promo *giveaway* spesial memperingati imlek, pengunjung yang datang kesini bisa dapetin angpao saat melakukan transaksi di Raisin. Beberapa bazar pernah kami ikuti kemudian membuka pop up booth di Jogja Expo Center dan Plaza Ambarrukmo. Kami juga pernah jadi event sponsor kosmetik seperti Emina dan Wardah. Selain menu makanannya, interior dan dekorasi dari Raisin sangat disukai konsumen untuk sekedar selfie. Untuk interior kami buat nyaman mungkin untuk konsumen, apalagi target konsumen kami anak-anak muda yang suka nongkrong. Ruangan di desain kekinian, luas, dingin, dan *free wifi*.

16. Apakah promosi yang selama ini dijalankan sesuai dengan target yang ingin dicapai dalam melakukan kegiatan promosi?

Beberapa sesuai, beberapa masih belum sesuai harapan. Tapi adajuga promo yang kita tidak bisa ukur tingkat suksesnya.

17. Berapa besar anggaran Raisin Resto & Kitchen untuk berpromosi? dan bagaimana cara Raisin Resto & Kitchen menentukan alokasi anggaran untuk berpromosi?

Dalam menyusun anggaran kami besarannya selalunya berbeda-beda. Kami hanya menggunakan budget sesuai kebutuhan saja lalu memilah-milah bagusnya pakai yang mana sesuai dengan budget agar tidak mengalami kerugian, seperti pakai media sosial yang biayanya murah dan cepat. Kami lebih fokus menggunakan medsos, kami juga tidak ada cara spesifik untuk menentukan anggaran promosi.

18. Apakah dengan anggaran promosi tersebut sudah mencapai target yang diharapkan?

Belum sebenarnya, kami berharap hasilnya bisa lebih maksimal lagi.

19. Apa saja hambatan yang terjadi dalam kegiatan promosi yang dilakukan? Dan bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh Raisin Resto dalam kegiatan promosi?

Banyak, misalnya hujan. Sudah promosi tapi hujan lantas penjualan sepi atau ternyata promosinya tidak efektif, misalnya salah menentukan promo, atau ternyata masyarakat tidak responsive. Kami mengukur hasil promosi melalui data pengunjung kami setiap bulannya, kalau meningkat tentu strategi yang kami lakukan berhasil jika menurun berarti strateginya kurang maksimal. Meninjau di instagram juga dilakukan untuk melihat seberapa banyak respon dan tanggapan followers, bagaimana kritik dan saran yang dikomentari konsumen sebagai bahan evaluasi.

Transkrip Wawancara Konsumen

Identitas Diri Informan:

1. Nama : Peta Dwi Lakshita
2. Alamat : Jalan Brigjen Katamso No. 20, Dipowinatan
3. Pekerjaan : Mahasiswa

1. Apakah yang anda ketahui mengenai Raisin Resto & Kitchen?

Raisin Resto & Kitchen yang aku tau karena ada menu smoothie bowl.

2. Apa yang membuat anda tertarik dengan Raisin Resto & Kitchen?

Karena tempat dan smoothie bowlnya, tempatnya bagus dan nyaman selain itu *plating* makanannya juga cantik-cantik.

3. Darimana anda mengetahui Raisin Resto & Kitchen?

Dari instagram, jadi pas itu aku liat dari *food blogger* gitu di ignya nongkrong jogja. Terus aku *ngefollow* ignya Raisin foto-fotonya tuh menarik banget bikin pengen nyoba, aku ngajakin temen buat kesini.

4. Mengapa anda akhirnya memutuskan untuk datang ke Raisin Resto & Kitchen?

Ya karena udah penasaran pengen coba, beberapa temenku juga udah pernah kesini dan katanya enak. Waktu itu juga lagi hits pada update smoothie bowl gitu di ig.

5. Apakah anda tertarik melakukan pembelian kembali ke Raisin Resto & Kitchen? Apa alasannya?

Iya, karena smoothie bowlnya enak varian rasa dan pilihan menu makanannya banyak bikin pengen semua dan harganya juga pas nggak terlalu mahal.

6. Apakah anda akan merekomendasikan Raisin Resto & Kitchen ke oranglain/teman anda?

Iya, aku merekomendasikan ke temen-temenku, kadang pas lagi buka timeline ig terus ada postingannya Raisin aku tag gitu ke ignya temenku.

7. Apa yang membuat anda merekomendasikan restoran ini?

Menu makanannya enak-enak apalagi varian smoothie bowlnya, saya juga suka sama tempatnya nyaman buat nongkrong ruangnya pun bagus bisa buat foto-foto gitu

Transkrip Wawancara Konsumen

1. Nama : Hanifa Azizah
2. Alamat : Tegal Catak UH IV/637A, Warungboto, Umbulharjo
3. Pekerjaan : Mahasiswa

1. Apakah yang anda ketahui mengenai Raisin Resto & Kitchen?

Restoran yang ada menu smoothie bowlnya

2. Apa yang membuat anda tertarik dengan Raisin Resto & Kitchen?

Pengen nyoba makanannya, saya dikasih tau temen juga makanya tertarik nyoba kesini

3. Darimana anda mengetahui Raisin Resto & Kitchen?

Dari instagram, aku di tag temenku di ig terus aku ngefollow ignya Raisin.

4. Mengapa anda akhirnya memutuskan untuk datang ke Raisin Resto & Kitchen?

Penasaran sama smoothie bowlnya, aku lihat fotonya di ig keliatan enak sama seger gitu. Tempatnya juga nyaman jadi bisa betah nongkrong lama-lama

5. Apakah anda tertarik melakukan pembelian kembali ke Raisin Resto & Kitchen? Apa alasannya?

Iya, selain smoothie bowl makanan lainnya juga enak pilihan menuanya cukup lengkap jadi ngga bosan nyobain varian makanan lain

6. Apakah anda akan merekomendasikan Raisin Resto & Kitchen ke oranglain/teman anda?

Iya, aku merekomendasikan ke temen-temenku.

7. Apa yang membuat anda merekomendasikan restoran ini?

Smoothie bowlnya itu enak, seger, dan ngga bikin eneg. Makanan lain kayak Nasi Goreng ala Raisin sama Dory Sambal Matah ngga kalah enak, tempatnya juga bagus bisa buat foto-foto.

Transkrip Wawancara Konsumen

1. Nama : Hesty Pramudhini
2. Alamat : Jalan Taman Siswa, Tuntungan Baru No. 4
3. Pekerjaan : Pelajar

1. Apakah yang anda ketahui mengenai Raisin Resto & Kitchen?

Raisin Resto itu kafe yang terkenal nyediain smoothie bowl

2. Apa yang membuat anda tertarik dengan Raisin Resto & Kitchen?

Pengen nyoba makanannya, saya dikasih tau temen juga makanya tertarik nyoba kesini

3. Darimana anda mengetahui Raisin Resto & Kitchen?

Dari instagram, aku di *tag* temenku di ig terus aku *ngefollow* ignya Raisin

4. Mengapa anda akhirnya memutuskan untuk datang ke Raisin Resto & Kitchen?

Penasaran sama smoothie bowlnya, aku lihat fotonya di ig keliatan enak sama seger gitu. Tempatnya juga nyaman jadi bisa betah nongkrong lama-lama

5. Apakah anda tertarik melakukan pembelian kembali ke Raisin Resto & Kitchen? Apa alasannya?

Iya, selain smoothie bowl makanan lainnya juga enak pilihan menunya cukup lengkap jadi ngga bosan nyobain varian makanan lain

6. Apakah anda akan merekomendasikan Raisin Resto & Kitchen ke oranglain/teman anda?

Iya, aku merekomendasikan ke temen-temenku.

7. Apa yang membuat anda merekomendasikan restoran ini?

Smoothie bowlnya sih yang enak, seger terus ngga bikin eneg. Tempatnya juga bagus bisa buat foto-foto.