

INTERVIEW GUIDE

STRATEGI PROMOSI PADA FROGSTONE DISTRO *CLOTHING COMPANY* YOGYAKARTA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN

1. Kapan dan bagaimana proses sejarah berdirinya Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
Berdiri tahun 2003 dijalankan oleh Ari dan rekannya, yakni Dedi Rokkinvisual
2. Apakah slogan atau simbol Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
HOPE, FAITH AND PRAY : Simbol Identik dengan Katak
3. Apa arti dan makna logo Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
FROGSTONE : Dari kata frogs dan tone artinya suara katak yang banyak dan bersautan. Terinspirasi dari nongkrong malam-malam dan banyak suara katak bersautan.
4. Apa slogan Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta dan apa maknanya?
Jawab:
HOPE, FAITH AND PRAY : Frogstone memiliki harapan yang tinggi dan kepercayaan yang kuat dalam menjalani biosnios distro dan juga dikuatkan dengan doa dan usaha
5. Konsep seperti apakah yang ditawarkan Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
Simple, Branding Logo (Menjadikan Logo menjadi mainside setiap orang dan mudah dikenal
6. Bagaimana struktur organisasi Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
Owner : Ari Soekamti/ Denit Adit
CEO : Deni Adit
Marketing : Anggie
Admin Online : Dimas
Kepala Gudang : Indra
Headstore : Yogyakarta : Rintho
Semarang : Noval
Soo : Dony

- Designer : Wawak dan Riyan
7. Bagaimana job description masing-masing dalam jabatan pegawai Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
Sesuai dengan masing-masing bagian
8. Apa yang menjadi keunggulan dan kelemahan Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
Desain logo lebih menonjol/lkualitas/limited
9. Apa yang menjadi pendukung dan penghambat berkembangnya Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
Pendukung : Komunitas, brand ambassador
Penghambat : Target market menengah ke bawah, biaya pengiriman ke luar negeri
10. Apa yang menjadi indikator keberhasilan dari Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
Brand Ambassador : Ari Soekamti
Promo Nitizen
Support olehragawan muda : Raja (Skateboard)
Irfan Ardiansyah (Motorcross)
11. Siapa yang melakukan strategi promosi Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
Deni Adit sebagai penggagas ide promosi
12. Siapa saja target audiens Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?
Jawab:
Komunitas musik, olahraga ekstrim/anak muda/ pelajar
13. Mengapa memilih target market tersebut ?
Jawab:
Pelajar = Lebih mudah mempengaruhi untuk membeli karena cenderung mengikuti style brand endorsement
Komunitas Musik : Terbawa sendirinya karena pengaruh brand ambassador dan lingkungannya
14. Apa yang menjadi dasar Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta dalam menentukan segmentasi ?
Jawab:
Musik sebagai awal segmentasi yang kemudian diikuti oleh para fans

15. Bagaimanakah tahap-tahap dan proses perencanaan strategi promosi yang dilakukan oleh Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta Dalam Menarik Minat Beli Konsumen?

Jawab:

Tahap awal melalui Ari Soekamti sebagai brandambasador, kemudian perusahaan menggunakan berbagai media untuk menjalankan promosi yaitu menggunakan Endorsment, media elektronik berupa internet, dan media luar ruang seperti neon box, dan celep product dimana ketiga media tersebut dianggap efektif dan efisien sedangkan media pendukung menggunakan x banner dan brosur disini berfungsi untuk menunjang kegiatan promosi dari kegiatan utama.

16. Kegiatan apa saja akan yang menunjang strategi promosi ?

Jawab:

Suport acara musik, pameran, promosi melalui media sosial

17. Bagaimana cara memperkenalkan program-program tersebut kepada khalayak?

Jawab:

Media sosial an edorsment

18. Apakah Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta menggunakan iklan dalam melakukan promosi ?

Jawab:

Periklanan yang dipakai FROGSTONE Cloting Jogja adalah dengan media *online* melalui website dan jejaring sosial yaitu facebook dan twitter. Alasannya karena di zaman sekarang jaringan internet sudah sangat dekat dengan masyarakat khususnya anak muda. Konsumsi media melalui internet juga sudah menjadi hal yang biasa. Apalagi sekarang penggunaan jejaring sosial semakin gencar dengan adanya facebook, twitter dan lainnya.

19. Melalui media apa sajakah yang digunakan untuk beriklan Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta? (disertai buktinya)

Jawab:

Media twiter, facebook, website, youtube selain itu juga neonbok, x banner dan poster

20. Mengapa memilih media tersebut? Alasannya dan data pendukungnya ?

Jawab:

Lebih mudah, diakses dan biaya murah, terkait dengan neonbok letak neon box sendiri berada di dekat pintu masuk FROGSTONE *store* yang berlokasi di Jl. Prawirokuat No.132, Condongcatur, Depok, Kec. Sleman, Neon box sudah digunakan oleh FROGSTONE sebagai salah satu media untuk mengenalkan diri kepada masyarakat sampai sekarang ini. Sedangkan fungsi dari poster sebagai media pendukung yang menginformasikan kegiatan *event* seperti *event sale* produk yang biasanya

diadakan di bulan-bulan *high season* yang akan dilakukan oleh FROGSTONE, seperti di bulan Januari saat *moment* tahun baru, bulan Juli-Agustus karena terdapat *moment* bulan Ramadhan, dan juga di bulan Desember yang bertepatan dengan hari Natal.

FROGSTONE menggunakan x banner sebagai salah satu media pendukung dari kegiatan promosi kami. Mengingat fungsi x banner sendiri sebenarnya menjadi salah satu media pendukung yang sudah jarang dipakai oleh perusahaan. Penempatan x banner sendiri biasanya ada di pintu masuk *store* dan kantor dan di event-event.

22. Berapa besar biaya yang dikeluarkan untuk melakukan kegiatan tersebut?

Jawab:

Suport event : 5 jt
Produk : 50 item / bulan
Web : 5 jt

23. Bentuk sales support atau media cetak apa sajakah yang digunakan dalam berpromosi Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta Dalam Menarik Minat Beli Konsumen?

Jawab:

Endosment
Media sosial
Celebs product
Booth event
Menciptakan produk baru yang di luar distri untuk memperkuat karakter Frogstone dan mengikuti lifestile semacam sepeda, drum, motor antik dan menunjang promosi Frogstone

24. Usaha apa yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?

Jawab:

Upgrate kualitas
Menjadikan logo Frogstone menjadi mainside para khalayak
Menjadi life stile anak muda

25. Upaya apa saja yang dilakukan dalam menghadapi pesaing Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?

Jawab:

Meningkatkan promo melalui media sosial dan endosmen

26. Bagaimana proses strategi promosi yang dilakukan Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?

Jawab:

Berawal dari brand ambasador Ari Soekamti dan didukung melalui media sosial kemudian berkembang melalui website sebagai langkah mudah para pembeli untuk memilih produk dan promo-promo yang ditawarkan

27. Bagaimana hasil dari strategi promosi yang dilakukan Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?

Jawab:

Frogstone sudah melekat pada brand ambasador sehingga mudah dikenal khalayak dan khalayak sudah jampir mengenal Frogstone melalui logo / simbol

28. Bagaimanakah strategi promosi penjualan yang dilakukan Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?

Jawab:

Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan adalah dengan suprise bag,. Alasan penggunaan ya karena mengena di semua *customer* dan bisa mempersuaf *customer* untuk belanja. Kegiatan dari promosi penjualan sendiri sudah dilakukan sejak dua tahun terakhir ini dan untuk besaran *discount* dan bonus yang ditawarkan tiap tahunnya pasti bisa berubah-ubah, karena akan di sesuaikan dengan kebijakan *staf management*.

29. Bagaimana penjualan Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta dibanding sebelum dan sesudah strategi promosi dijalankan?

Jawab:

Terjadi penurunan tahun 2013 dikarenakan keterlambatan produksi dan terjadi pelonjakan konsumen tahun 2014 – sekarang Frogstone sendiri sudah bisa berdiri sendiri tanpa branambasador

30. Bagaimanakah cara mengukur berhasil atau tidaknya promosi yang dilakukan Frogstone Distro *Clothing Company* Yogyakarta?

Jawab:

Salah satu cara mengukur berhasil atau tidaknya kegiatan promosi yang telah dilaksanakan dapat dilihat dari tingkat permintaan penjualan barang yang semakin meningkat. Apabila melalui kegiatan promosi produk Frogstone cukup dikenal oleh masyarakat dan jumlah penjualan menjadi meningkat, maka kegiatan promosi yang dilakukan bisa dikatakan cukup efektif dalam memperkenalkan produk di hati konsumen.

Wawancara dengan Konsumen Frogstone Cloting Jogja

1. Menurut Anda apa produk yang anda sukai dari Frogstone Cloting Jogja ?

Jawab:

Kalau saya suka produk Frogstone seperti kaos, topi, jumper Karena desain bajunya bagus, nyaman dipakainya, simpel dan tidak ketinggalan jaman karena selalu mengikuti trend terus.

2. Menurut Anda apa yang mendasari Anda untuk membeli produk dari Frogstone Cloting Jogja ?

Jawab:

Untuk belanja produk distro biasanya saya mengikuti kebutuhan dan juga *mood*. nggak terpatok harus berapa bulan sekali. Tetapi kalau udah dekat sama lebaran, saya pasti mborong baju baru karena saat itu biasanya Frogstone bakal ngeluarin produk terbarunya dan banyak memberikan diskon.

3. Menurut Anda bagaimana strategi promosi melalui Diskon apakah menarik minat untuk membeli produk Frogstone Cloting Jogja ?

Jawab:

Jelas tertarik dong karena diskon yang diberikan setiap hari-hari besar berbeda-beda sampai 50%

4. Apakah media promosi yang dilakukan Frogstone Cloting Jogja yang menarik minat anda untuk membeli produk Frogstone Cloting Jogja?

Jawab:

Saya pertama kali datang ke Frogstone karena diajak oleh salah satu teman saya yang kebetulan sudah pernah membeli produk Frogstone terlebih dahulu. Awal ketertarikan sya karena melihat iklan di website frogstone.

5. Apakah menurut Anda keuntungan menjadi member dari Frogstone Cloting Jogja?

Pertama kali tahu Frogstone di pameran Suport Event Food dan Fashion Youth Fest Frogstone Cloting Jogja di Mandala Krida . Waktu itu saya melihat-lihat produk Frohstone dan ditawarkan untuk bergabung jadi member Frogston. Waktu daftar jadi membernya membayar Rp. 50.000,-.

Sekarang saya udah jadi anggota membernya Frogstone. Yang pastinya selama jadi anggota member, saya bisa ndapetin banyak fasilitas diskon dan juga *merchandise* gratis.