

## LAMPIRAN

### HASIL WAWANCARA

(Narasumber : Yuvita Finishia)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Sejarah Maken Living	<p>Tentang Makenliving, kami menemukan kata Maken dari Bahasa Belanda yang berarti “make” atau “membuat” atau “nggawe”. Nama Maken dirasa mampu untuk menaungi semua kegiatan berkreasi dalam membuat sesuatu. Arahnya, kami membuat produk-produk yang berkaitan dengan home &amp; living. Dengan moto “beautify your living experience”, produk-produk Maken dibuat dengan menggabungkan antara “local resources”, “local craftsmanships”, dan “kreativitas” yang berfungsi sebagai dekorasi untuk mempercantik rumah. Produk yang pernah dibuat antara lain: Cushions, Placemats, Coasters, Canvas storage, Postcard, Maken Kit (<i>a craft / making kit that allows you to make something with all materials, tools, &amp; tricks we provide</i>), dan Wall Decorations (<i>we are focus on it right now</i>)</p>

2	Bagaimana cara menentukan target audiens?	<p>Sebenarnya target pasar kami cukup luas, <i>kalau</i> bisa memang semua masyarakat. Namun yang lebih utama yaitu dari kalangan mahasiswa hingga ibu rumah tangga yang mempunyai ketertarikan di bidang dekorasi dan menyukai hal-hal yang bersifat <i>handmade</i> serta personal. Personal yang dimaksudkan di sini lebih dekat lagi. Konsumen dapat memesan desain, khususnya <i>walldecor</i> sesuai keinginan.</p> <p>Pada umumnya yang membeli produk dekorasi rumah dan produk kain Maken Living adalah Ibu rumah tangga khususnya yang ingin mendekorasi ruangan menjadi menarik tentunya mencari barang yang dapat menambah estetika ruangan tersebut, dengan <i>walldecor</i> yang memiliki banyak pilihan ini dapat membantu para ibu rumah tangga menghias ruangnya. Namun banyak juga yang menjadikan produk Maken Living sebagai kado, sehingga pada akhirnya target pasar kami menjadi semakin luas salah satunya mahasiswa yang ingin memberika kado maupun hadiah <i>graduation</i>.</p> <p>Karena kami memiliki ketertarikan di bidang <i>home &amp; decor</i>. Kami percaya bahwa “Rumahku, Surgaku”, oleh karena itu kami percaya juga bahwa setiap orang pasti punya keinginan untuk membuat rumah terbaiknya masing-masing. Dan kami ingin membantu para <i>customer</i> untuk mewujudkan keindahan di rumahnya masing-masing. Dan juga saat ini banyak anak muda yang ingin mencari hadiah unik, kini Maken membuat lebih personal jadi tidak hanya sebagai hiasan dinding namun juga sebagai hadiah. <i>Design</i> bisa <i>request</i> sesukanya.</p>
---	---	---

3	<p>Dari banyaknya merek yang menjual produk serupa, bagaimana Maken Living mendiferensiasikan diri?</p>	<p>Karena kami memiliki ketertarikani di bidang home &amp; decor. Kami percaya bahwa “Rumahku, Surgaku”, oleh karena itu kami percaya juga bahwa setiap orang pasti punya keinginan untuk membuat rumah terbaiknya masing-masing. Dan kami ingin membantu para customer untuk mewujudkan keindahan di rumahnya masing-masing. Dan juga saat ini banyak anak muda yang ingin mencari hadiah unik, kini maken membuat lebih personal jadi tidak hanya sebagai hiasan dinding namun juga sebagai hadiah. Design bisa request sesukanya</p>
4	<p>Apa tujuan komunikasi yang diharapkan Maken Living dalam mempromosikan produk menggunakan media <i>online</i>?</p>	<p>Tujuan kami adalah memberikan informasi dengan konten yang menarik mengenai produk yang kita tawarkan untuk menarik audiens dalam memahami produk kita dan akhirnya melakukan pembelian. Ketika audiens mulai untuk mencari tahu mengenai informasi produk kita, tentu menjadi kesempatan kami untuk gencar mempromosikan produk untuk menarik audiens menjadi konsumen yang akan berujung pada pembelian. Cara menggiringnya adalah <i>lagi-lagi</i> dengan sajian konten produk yang kita tampilkan secara menarik melalui media <i>online</i> yang kita gunakan yaitu <i>Instagram, facebook, dan website</i>. Pada akhirnya, calon konsumen akan tertarik untuk melihat dan memesan produk kami</p>

5	<p>Bagaimana Maken Living menghadapi pesaing bisnis yang menjual produk serupa dengan kualitas yang sama atau lebih baik?</p>	<p>Selain itu juga memperluas pasar (scale-up) tanpa meninggalkan "personal touch" nya. Kemudian, mempertahankan konsistensi dalam kualitas dan pelayanan. Menggodog konten / pesan apa yang ingin disampaikan.</p>
6	<p>Bagaimana Maken Living merancang pesan yang akan disampaikan saat melakukan promosi <i>online</i> kepada konsumen?</p>	<p>Di setiap postingan, khususnya media <i>online</i> yang kita gunakan yaitu <i>facebook</i> dan <i>instagram</i>, kita tulis informasi mengenai produk Maken Living dengan menjelaskan tema dari desain yang kita gunakan serta bahan dan harga produk. Untuk <i>website</i>, kita hanya menghubungkan informasi yang berada di <i>instagram</i>, seperti konten-konten yang kita <i>posting</i> dan otomatis tersambung ke <i>website</i>.</p> <p>Dengan deskripsi produk di beberapa media <i>online</i>, tentunya informasi produk tersebut dapat mempermudah calon pembeli untuk lebih mengenali produk serta konsep kita.</p> <p>Produk tersebut akan disampaikan melalui desain-desain yang kami ciptakan inilah yang dapat memberikan warna yang berbeda dari produk lainnya. Selain itu Maken Living juga mengedepankan produknya yang merupakan kombinasi dari desain kreatif, <i>local resources</i>, dan <i>local craftsmanship</i>. Berbagai konten yang menarik sudah diperiapkan seminggu sebelumnya. Biasanya akan kita <i>posting</i> sehari tiga kali, yaitu pagi, siang, dan malam.</p>

7	Seberapa efektif media <i>online</i> yang digunakan seperti <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> , dan <i>Website</i> , dalam melakukan promosi?	<p>Media yang terbilang paling efektif yaitu melalui media <i>online</i>. Saat ini, kita aktif menggunakan <i>facebook</i>, <i>instagram</i> dan <i>website</i>, dengan mengunggah beberapa konten, mereka akan mulai mengenali Maken Living dengan produk-produk yang ditawarkan, selain mudah dijangkau oleh seluruh kalangan, media <i>online</i> <i>nggak</i> butuh biaya besar, <i>apalagi</i> untuk <i>posting</i> konten di <i>instagram</i> dan <i>facebook</i> itu tanpa biaya sepeser pun. Ya, asal ada koneksi internet <i>aja.. hehe</i>. Untuk penggunaan promosi yang berbayar kita menggunakan <i>endorsement</i>, <i>paid promote</i>, dan <i>facebok ad</i>. <i>Facebook ads</i> yang dapat membantu kita membagikan informasi mengenai produk yang ditawarkan lebih luas lagi</p> <p>Konten yang akan dibuat untuk beberapa media <i>online</i> yang kita punya, seperti <i>Facebook</i>, kita hanya buat konten deskripsi mengenai produk dan visual yang ditampilkan di <i>timeline</i>, namun untuk penggunaan <i>facebook ads</i>, kita buat lebih menarik lagi visualnya agar orang tertarik untuk berkunjung. Untuk <i>Instagram</i>, berbagai kalangan menggunakan <i>instagram</i>, jadi kita membuat berbagai konten yang menarik, tapi <i>nggak</i> hanya konten produk saja namun konten lain seperti seperti, tips, sejarah, <i>games</i>, kuis atau informasi mengenai promo, kita lebih main ke visualnya. Sedangkan <i>website</i>, kita hanya sekadar menghubungkan konten dari <i>instagram</i>, dan menyediakan layanan <i>whatsapp link</i> untuk pemesanan langsung</p>
---	--	---

8	<p>Bagaimana Maken Living menentukan anggaran promosi yang dilakukan?</p>	<p>Anggaran yang digunakan untuk Maken Living menggunakan <i>facebook ads</i> dan juga <i>endorsement</i> dari beberapa seleb <i>instagram</i> (Selebgram) salah satunya pecinta dekorasi rumah, dan <i>paid promote</i> melalui akun-akun terkenal atau memiliki jumlah <i>followers</i> banyak yang dapat menjangkau lebih banyak masyarakat untuk melihat produk Maken Living.</p> <p>Dengan adanya anggaran dana, kita jadi lebih mudah dalam mengatur biaya promosi seperti <i>posting</i> iklan menggunakan <i>facebook ads</i> dan promosi di beberapa akun populer <i>instagram</i> yang memiliki jumlah <i>followers</i> banyak, tentunya masih dalam lingkup dekorasi rumah, selebgram yang kita pilih juga yang menyukai dekorasi rumah</p> <p>Jumlah penganggaran <i>facebook ads</i> dalam sehari tiga ratus ribu, untuk mencakup lebih dari seratus pengguna, semakin banyak biaya yang dikeluarkan tentu akan semakin menjangkau luas iklan tersebut. Selanjutnya anggaran yang digunakan dalam <i>paid promote instagram</i> sangat beragam, kami mengeluarkan biaya satu sampai satu setengah juta per minggu</p>
---	---	--

9	Bagaimana penggunaan <i>facebook</i> dalam promosi produk?	<p>Sampai sekarang penggunaan <i>facebook</i> masih aktif, dikarenakan <i>facebook</i> adalah salah satu media yang paling banyak digunakan, mulai dari bapak-bapak, sampai anak-anak. <i>Facebook</i> sendiri dapat digunakan sebagai media iklan yang jangkauannya luas dan mudah untuk menetapkan suatu target. Melalui <i>facebook</i> juga, kita dapat memberikan informasi secara lengkap. Untuk konten yang kita buat di <i>facebook</i> hanya deskripsi dan visual yang sudah kita siapkan seminggu yang lalu, sama halnya <i>instagram</i>. Konten tersebut kita unggah di <i>timeline</i>. Sedangkan penggunaan <i>facebook ads</i> kita gunakan untuk beriklan.</p>
10	Bagaimana penggunaan <i>instagram</i> dalam promosi produk?	<p>Awal promosi dari Maken Living ini, kita menggunakan <i>instagram</i> sebagai media promosi <i>online</i> pertama yang kita lakukan. Dikarenakan <i>instagram</i> merupakan aplikasi dengan keunggulannya yang dapat memberikan konten visual yang baik, dari situ Maken Living membuat berbagai produk dan di unggah di <i>instagram</i>. Selain keunggulannya dalam visual, penggunaan <i>instagram</i> juga sangat populer yang sudah digunakan di berbagai kalangan.</p> <p>Hampir semua kalangan menggunakan <i>instagram</i>, saat ini <i>instagram</i> merupakan aplikasi yang paling populer. Dengan menggunakan <i>instagram</i>, calon konsumen dapat melihat gambar produk yang di <i>share</i>, dikarenakan <i>basic instagram</i> sendiri adalah foto.</p> <p>Karena emang <i>instagram</i> itu khususnya lebih ke foto dan video, jadi kita memberikan informasi seputar produk dengan mengunggah foto dan video yang kita buat, serta memberikan <i>caption</i> . <i>Nggak</i> hanya seputar</p>

		<p>produk saja, kita membuat beberapa konten di luar produk seperti tips, <i>game</i>, dan teka-teki untuk menarik calon konsumen, dengan begitu <i>followers</i> tidak merasa bosan dan lebih tertarik</p>
11	<p>Bagaimana penggunaan <i>website</i> dalam promosi produk?</p>	<p>Setelah mencoba mempromosikan produk melalui media sosial <i>instagram</i> dan <i>facebook</i>, kami mencoba untuk menjual produk Maken Living melalui <i>website</i>. Model <i>website</i> yang digunakan adalah <i>website</i> toko ;<i>online</i>, di mana <i>website</i> tersebut menggunakan sebuah katalog yang menampilkan berbagai produk perusahaan yang bisa diakses oleh orang-orang di seluruh dunia. Dari pemesanan produk, pengiriman tagihan produk, hingga pembayaran akan mempermudah calon pembeli. Katalog yang disediakan otomatis terhubung melalui <i>instagram</i>.</p> <p>Namun saat ini <i>kita</i> sedikit mengubah tampilan <i>website</i> yang mana sudah otomatis tersambung melalui <i>instagram</i>, dengan begitu dapat mempermudah calon konsumen untuk melihat langsung katalog yang sudah disediakan melalui <i>instagram</i>, berbagai macam produk ada di <i>instagram</i>, selanjutnya tanpa harus menyimpan nomer admin atau <i>customer service</i> dahulu untuk bertanya atau memesan, kami menggunakan <i>whatsapp order link</i> untuk mempermudah jalannya komunikasi calon konsumen dengan admin atau <i>customer service</i></p>



12	<p>Adakah aktifitas Maken Living dalam melakukan promosi bauran <i>online</i> seperti (<i>Advertising Online, Sales Promotion Online, Public Realtions Online, Personal Selling Online, dan Direct Marketing</i>)</p>	<p><b><i>Advertising Online</i></b></p> <p>Kalau untuk iklan sendiri, melakukan <i>endorsement</i>, menggunakan selebgram yang tidak memerlukan biaya, namun ada sebagian juga yang menggunakan biaya. Selain selebgram dan artis, biasanya kita melakukan <i>paid promote</i>, dengan akun populer yang memiliki jumlah <i>followers</i> yang banyak, karena semakin banyak <i>followers</i>, semakin luas jangkauannya. Kita akan mengirimkan produk pilihan atau terbaik kami, yang nantinya akan dipromosikan melalui akun mereka. Pemilihan <i>endorsement</i> tersebut tentu kepada <i>selebgram</i> yang menyukai dekorasi rumah khususnya. Untuk <i>paid promote</i> kita menggunakan akun <i>instagram</i> populer, kita melihat dari tingkat yang paling laris atau populer, Sedangkan <i>facebook</i> kita menggunakan <i>facebook ads</i> yang berbayar yang dengan mudah menentukan target pasarnya.</p> <p><i>Paid promote</i> dan <i>endorsement</i> dapat membantu kita membagikan informasi mengenai produk yang ditawarkan lebih luas lagi. Sedangkan <i>Facebook ads</i> dapat menentukan strategi yang kita tuju, langsung dengan data demografis, sehingga mempermudah untuk menjangkau wilayah lebih luas lagi</p> <p>Untuk <i>endorsement</i>, kita mencari selebgram yang menyukai hal mengenai dekorasi rumah, dan <i>paid promote</i> yang dilakukan biasanya kita melalui akun populer seperti akun yang menjangkau wilayah sendiri maupun akun viral lainnya yang memiliki jumlah <i>followers</i> banyak. Untuk penggunaan <i>facebook ads</i>, kita buat lebih menarik lagi visual dan <i>copywriter</i>-nya agar orang tertarik untuk berkunjung di iklan kita, setiap</p>
----	---	---

		<p>harinya kita membuat 4 desain yang akan kita unggah di <i>facebook ads</i> dengan anggaran yang sudah ditetapkan, sebelum melakukan proses unggah, kita mengatur demografis dengan menyesuaikan tema produk yang akan kita pasarkan.</p> <p><b>Sales Promotion Online</b></p> <p>Potongan harga serta <i>merchandise</i> kita lakukan kepada konsumen setia atau konsumen yang berbelanja di atas tujuh ratus ribu . Sedangkan promonya, kita adakan <i>pas</i> hari-hari biasa dan hari besar seperti idul fitri, <i>valentine</i>, hari ibu dan natal juga. Di mana promo itu ada batasan waktunya semisal lima sampai tujuh hari, dengan memberikan <i>reward</i> kepada konsumen, akan menjaga loyalitas kita kepada konsumen, sehingga konsumen akan selalu percaya kepada produk kita, dan juga mereka mulai mengenali produk kita, dan akan terus menggunakan produk kita.</p> <p>Khususnya kepada konsumen yang berbelanja di atas tujuh ratus ribu, kita akan memberikan <i>merchandise</i> dari salah satu produk kita dan juga ada potongan harga, <i>reward</i> tersebut akan dilakukan secara <i>random</i>. Untuk kontennya, semisal, kita ada promo hari besar <i>gitu</i> ya kita bikin konten mengenai hari besar tersebut dan mengadakan promo khusus, atau promo cuci gudang, <i>ya</i> kita bikin konten serta visual mengenai cuci gudang tersebut, jadi disesuaikan <i>aja</i>.</p>
--	--	--

		<p><b>Public Relations Online</b></p> <p>Untuk PR <i>online</i>-nya kita menggunakan testimoni dari beberapa pembeli. Biasanya mereka bakal <i>posting</i> foto produk kita juga di <i>instagram</i> dan di <i>tag</i>, kalau <i>nggak pas nganter</i> barang khususnya di area jogja, kita minta foto untuk di <i>posting</i> di <i>instagram</i> sebagai testimoni juga. Selain testimoni, kita juga <i>ngadain games</i> serta kuis seru lainnya. Kegiatan tersebut kita lakukan karena <i>nggak melulu</i> sekadar mengunggah jualan produk kita aja, kita juga bisa <i>ngasih</i> hiburan yang menarik agar <i>followers</i> kita <i>nggak</i> bosan dan juga akan terhibur serta dapat memertahankan hubungan baik kepada audiens.</p> <p>Dengan <i>team</i> kita berdiskusi membuat konten seputar testimoni kepada konsumen yang membeli produk Maken Living serta kuis dan <i>games</i> seperti apa yang akan kita <i>share</i>, khususnya di <i>Instagram</i>, karena <i>instagram</i> lebih ke visual, kita membuat tebak-tebakan kata maupun gambar yang akan dijawab di kolom komentar oleh audiens. Setiap kuis dan <i>games</i> yang kita lakukan, kita sering memberikan <i>give away</i> berupa produk kita.</p>
--	--	---

		<p><b>Personal Selling Online</b></p> <p>Kita melakukan interaksi kepada calon konsumen khususnya dalam menanggapi kolom komentar di beberapa media <i>online</i> dengan <i>fast response</i>, mengenai produk, harga, dan pemesanan. Hal tersebut dapat membantu memberikan informasi secara langsung kepada calon konsumen, tidak hanya melalui media <i>online</i> seperti <i>facebook</i>, <i>instagram</i>, dan <i>website</i>, kami juga menanggapi melalui <i>whatsapp</i>, <i>line</i>, dan <i>email</i>. Kita akan tetap selalu <i>fast response</i>.</p> <p>Respon tersebut akan dijawab melalui admin atau <i>customer service</i> kita. Jam kerjanya dari jam sepuluh pagi sampai jam empat sore itu intensif di kantor, namun admin tetap merespon di luar jam kerja hingga jam sembilan malam. Kami memberikan fasilitas <i>handphone</i> yang akan dibawa oleh admin yang dapat digunakan untuk <i>update</i> konten di <i>instagram</i> biasanya karena kita ada konten pada malam hari, dan menanggapi respon calon konsumen</p> <p><b>Direct Marketing Online</b></p> <p>Untuk promosi, kita <i>nggak</i> hanya melalui konten media <i>online</i> aja, biasanya kita bakal <i>broadcast</i> di <i>whatsapp</i> dan <i>line@</i>. Kita selalu menyimpan kontak nomor <i>tiap</i> konsumen yang beli, itu bakal mempermudah kita untuk mempromosikan produk</p>
--	--	--

		<p>Melalui pesan <i>whatsapp</i> dan <i>line</i>, akan mempermudah aktivitas promosi, selain itu intensitas lebih dekat kepada konsumen, karena pesan tersebut langsung ditujukan kepada konsumen yang pernah memesan produk di Maken Living dengan cara, beberapa kontak konsumen yang pernah pesan produk Maken Living selalu kami simpan, hal tersebut bertujuan agar mempermudah memberikan info seputar promo maupun katalog baru kita.</p>
--	--	--

13	Apa evaluasi yang dilakukan Maken Living terhadap promosi yang telah dijalankan?	<p>Sama halnya dengan perusahaan lain, Maken Living juga mengadakan evaluasi yang sudah terjadwal <i>bareng team</i>. Menanyakan perkembangan selama ini dan juga evaluasi kepada konsumen terhadap pelayanan yang sudah diberikan kepada konsumen. Agar menjadi lebih baik ke depannya. Hal tersebut tentu dapat mengukur efektifitas kita dalam melakukan promosi dan menambah ide-ide baru.</p> <p>Evaluasi tersebut diadakan setiap seminggu sekali, dengan cara menanyakan kepada setiap divisi mengenai hambatan serta kesulitan yang dirasakan yang mana akan dibahas secara bersama-sama untuk mendapatkan solusi agar lebih baik. Sedangkan evaluasi mengenai konsumen sendiri, <i>kita tanyain</i> lewat <i>whatsapp</i> atau <i>line</i> mengenai produk kita. Mulai dari pelayanan hingga produk pesanan sesuai atau tidak, biasanya kalau <i>pas</i> ramai <i>gitu</i> pernah suka ketuker, namun <i>kita</i> selalu ganti dengan pesanan yang sesuai tanpa mengirim balik produk kita dari konsumen, itu salah satu pelayanan kita, agar konsumen tetap puas dan merasa nyaman. <i>Kita</i> mencoba lebih teliti lagi dalam evaluasi ini agar semakin baik ke depan dan tidak mengulangi kesalahan sebelumnya</p>
----	--	---