

LAMPIRAN

LAMPIRAN TRANSKIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Rias Solikha

Jabatan : General Manager English Cafe

Waktu Wawancara : Sabtu, 18 Agustus 2018, Selasa 18 September 2018

1. Bagaimana sejarah terbentuknya English Café ?

Jawaban : Jadi awal tahun berdiri English Café sendiri itu 2012 lebih tepatnya 1 Februari 2012, untuk lokasi pertama kita berada di daerah nologaten belakang ambarukmo plaza tapi saat ini kafe tersebut sudah gak ada. Founder dari English Café sendiri namanya Muhammad Hamli. Jadi pas sebelum mendirikan English Café beliau sebelumnya memang masuk kedunia Bahasa Inggris semenjak kuliah sudah partime jadi tutor di salah satu lembaga kursus Bahasa Inggris Yogyakarta, walaupun beliau bukan dari jurusan Bahasa Inggris tapi memang *passionnya* ada di Bahasa Inggris ikut komunitas, ikut sejenis UKM Bahasa jadi kerjanya sekalian dengan passion. Selama Muh.Hamli ini bekerja beliau melihat lembaga kursus Bahasa Inggris tempat ia pernah bekerja semua ga ada bedanya, gak ada asiknya karena wilayahnya berada disekitar kampus jadi memang peserta kursus mayoritas berasal dari mahasiswa dan karena kursus ini biasanya memang bukan dari fasilitas kampus otomatis harus keluar biaya tambahan untuk belajar Bahasa Inggris. Nah mas Hamli melihat permasalahan diantara para peserta kursus kenapa banyak yang tidak antusias saat kegiatan belajarnya, banyak yang tidak datang bahkan sampai ada yang ngantuk dan tidur dikelas jadi otomatis materi yang diberikan ga masuk kan sayang sudah keluar biaya tambahan tapi malah jadinya seperti itu. Di sisi lain, mas Hamli melihat yang saat itu

berkembang di kalangan mahasiswa Yogyakarta salah satunya kumpul di kafe dan sudah jadi hal biasa di Yogya. Nah mas Hamli melihat *culture* itu dikalangan mahasiswa di Yogya, kayaknya asik banget belajar di kafe karena kita ga ada keterpaksaan terkadang rela buat dateng sendiri ke kafe walaupun nantinya di kafe diskusi serius, obrolan serius dan ngerjain tugas tapi tetap bisa paham. Akhirnya berangkat dari keresahan mas Hamli ini mulai mengonsepan ide tersebut bersama dua orang temannya. Mereka mulai membuat proposal dan dicetak beberapa eksemplar untuk disebar ke kafe yang ada di Yogya, dari beberapa yang disebar alhamdulillahnya ada satu kafe yang menyambut baik ide dari kami dan saat itulah English Café mulai berdiri.

2. Konsep seperti apa yang ditawarkan English Café pada awal berdiri ?

Jawaban : Jadi dari awal memang English Café menawarkan konsep belajar Bahasa Inggris di Café mba, belajar Bahasa Inggris yang *fun* tapi tetap serius sesuai dengan materi yang disampaikan dan fokus belajar kita di *speaking* lalu baru ke *grammarnya* mba.

3. Apa makna logo dan *tagline* dari English Café ?

Jawaban : Kalo untuk logo sendiri kita ada gambar cangkir itu memperkenalkan bahwa English Café memang lembaga kursus Bahasa Inggris yang belajar di café, terus kalo untuk warna coklatnya itu kayak lebih ke identik sama nuansa kafe sih mba, sama kayak minuman yang biasanya ada di kafe kayak teh sama kopi warna kecokelatan gitu. Nah kalo untuk ada *background* batik dibelakangnya kurang tahu mba, mungkin karena awal kita terbentuk berada di kota Yogyakarta yang juga dikenal dengan batiknya. Nah kalo untuk *tagline* dulu awalnya *tagline* kita itu *Learning English is like a cup of coffee* tapi kita ngeliat itu terlalu panjang mba terus banyak juga yang menyalahartikan saat ngeliat

disangka di kafe tersebut kita harus menggunakan Bahasa Inggris padahal tidak. Lalu akhirnya *tagline* kita menjadi *Learning English in Café* kita ingin memperkenalkan bahwa English Café memang lembaga kursus Bahasa Inggris yang punya konsep belajar di kafe.

4. Apakah tujuan visi misi English Café dalam membentuk lembaga kursus Bahasa Inggris ?

Jawaban : Kalo untuk visi misi kita lebih keberubah terus sih mba, lebih fleksibel kita tapi saat ini visi kita ingin jadi lembaga kursus Bahasa Inggris terbesar di Indonesia terus untuk misinya yang kita lakukan adalah dengan membuka peluang kerjasama sebesar-besarnya kepada seluruh kalangan untuk membuka cabang English Café.

5. Bagaimana pembagian kerja (*job description*) masing-masing dalam struktur yang terdapat dalam English Café ?

Jawaban : Untuk pembagian kerja kita yang pertama ada Owner dimana owner yaitu sebagai pendiri English Café ataupun konseptor konsep ataupun program yang English Cafe akan lakukan setiap tahunnya, lalu ada *CEO* disini dia juga sebagai salah satu pengambil keputusan jika ada yang menyangkut kepentingan yang berpengaruh besar pada English Café salah satunya di kerjasama, jadi kalau ada kerjasama jangka panjang *Public Relations* beserta tim pusat lainnya berdiskusi lebih lanjut. Lalu ada saya sendiri *General Manager* tugasnya memantau seluruh perkembangan cabang English Café dan juga berperan dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran, terus ada *admin* yang bertugas untuk mengelola akun media sosial yang digunakan English Café. Selanjutnya ada Manajer Cabang yang juga bertugas agar relasi antara pihak English Café dan pihak café yang menjadi *partnership* dapat berjalan dengan baik dan menyiapkan fasilitas sesuai yang

dibutuhkan cabang. *Manager* kelas online bertanggung jawab terhadap member yang memilih kelas online, *Assistant Manager* lebih ke mendampingi manajer cabang sebagai resepsionis dalam menjelaskan program-program yang terdapat di English Café kepada calon konsumen. *marketing offline* tanggung jawabnya melakukan promosi secara *offline* kayak penyebaran poster, flyer, brosur serta pemasangan iklan di media, *marketing online* tidak hanya dilakukan oleh beberapa orang melainkan *marketing online* dikelola oleh setiap manager cabang English Café jadi setiap cabang punya akun media online yang berbeda, staf akademik di English Café bertanggung jawab di pembuatan modul pembelajaran English Café terus ada *web designer* bertanggung jawab terhadap desain dan konten seperti apa yang akan ditampilkan pada website English Café.

6. Bagaimana pertumbuhan anggota kursus (*member*) sejak English Café berdiri hingga sekarang ?

Jawaban : Alhamdulillahnya pertumbuhan member meningkat mbak, apalagi sejak sistem English Café sudah berjalan di akhir tahun 2013, pada tahun 2016 anggota member dan tergabung alumni kurang lebih ada 15.000 mbak, ditahun 2018 ini kurang lebih sudah ada 25.000 dan setiap bulannya untuk cabang Yogyakarta kurang lebih kita menerima 500 member baru.

7. Siapa saja target audiens dari English Café ?

Jawaban : Awalnya karena kita basisnya di Yogyakarta mbak target awal kita mahasiswa, tetapi seiring berjalannya English Café juga cukup banyak peminat yang berasal dari kalangan selain mahasiswa, akhirnya kita memperluas target audiens kita jadi kalangan umum mba, seperti ada member yang pekerja, akademisi seperti dosen dan lain-lain dan ada juga kelas Bahasa Inggris untuk anak-anak.

Terus akhirnya kita merancang strategi ulang kenapa kita engga memperluas target audiens kita aja dan sekarang kita engga membatasi diri di mahasiswa kita membuka untuk umum terutama yang dikabupaten memang targetnya kita pelajar, makanya kita sistem di kabupaten dan pusat cukup berbeda.

8. Adakah analisis yang dilakukan oleh English Café dalam menentukan target audiens ?

Jawaban : Kalo analisis mungkin lebih melihat ke situasi yang saat itu berkembang juga ya mba, awal terbentuk target kita mahasiswa karena memang saat itu *culture* yang berkembang, seiring berjalannya English Café banyak juga selain mahasiswa yang tertarik kursus di English Café.

9. Kapan analisa target audiens dilakukan ?

Jawaban : Setelah English Café terbentuk analisisnya dilakukan. Lalu target audiens kita yang berubah menjadi kalangan umum pada saat berjalannya English Café kita juga sambil berdiskusi untuk merubah strategi kita dengan memperluas target sasaran kita mba.

10. Bagaimana perencanaan yang dilakukan English Café dalam rangka menarik anggota kursus ?

Jawaban : Kalo untuk menarik member sendiri banyak mba dari yg paling sederhana itu *platform* media sosial yang serba gratis selain memanfaatkan media sosial yang ada sekarang seperti contoh Instagram sekarang kan Instagram ada yang biasa dan ada *ad* Instagram terus kita punya saldo *marketing* tersendiri terus ada facebook walaupun skrg facebook udh ga terlalu populer lagi kita tetap gunakan itu. Kita tidak membatasi diri disatu hal saja selain ada media kenapa tidak, mungkin dari sana justru ada audiens yang

daftar, terus untuk media promosi sendiri kita ada *online* dan *offline*, di *offlinenya* kita gunakan media cetak semacam brosur, pamflet, kerjasama, voucher, *sponsorship*, kemudian media *online* ada Instagram, Facebook, Website, Whatsapp, Telegram dan kita memang tidak melarang setiap cabang punya akun sendiri karena memang masing-masing cabang ada tersendiri akunnnya makanya banyak banget dan ini juga berkaitan dengan staf di English café kita masih belum bisa meratakan staf harus 8 jam kerja karena sebagian staf masih mahasiswa juga, jadi kita gimana ya sistemnya sendiri kita ingin lebih kekeluargaan dan juga alhamdulillahnya temen-temen sudah loyal dan kinerjanya bagus jadi solusinya adalah *shift*, kalo dicabang kita belum bisa 8 jam dengan sistem yang seperti ini belum bisa kita terapkan untuk fokus di satu orang *marketingnya* jadi kita sistemnya *marketing* dilakukan oleh setiap cabang.

11. Hal apa yang menjadi pertimbangan English Café dalam menyusun rangkaian strategi komunikasi pemasaran ?

Jawaban : Seperti yang sudah saya sampaikan kita lebih melihat situasi yang berkembang di kalangan masyarakat mba, karena sekarang apa-apa berubah secara cepat jadi kalo kita tidak bisa beradaptasi kitanya yang akan ketinggalan.

12. Bagaimana perkembangan strategi tersebut dari waktu ke waktu yang dilakukan English Café ?

Jawaban : Alhamdulillahnya perkembangan strategi dari waktu ke waktu semakin berdampak baik kepada English Cafenya juga mba selain meningkatnya member kita setiap tahunnya, lalu salah satunya dari kerjasama *branding* kita semakin kuat dan dikenal oleh masyarakat luas mbak.

13. Apa yang menjadi dasar English Café dalam melaksanakan kegiatan promosi ?

Jawaban : Karena kita ingin memperkenalkan English Café lembaga kursus Bahasa Inggris yang punya konsep berbeda ke khalayak luas ya mbak dan memperoleh member itu yang menjadi dasar kita melakukan promosi mbak.

14. Apa pesan yang ingin disampaikan English Café melalui kegiatan promosi yang dilakukan ?

Jawaban : Pesan yang ingin kita sampaikan melalui promosi kita mba, selain mengingatkan keberadaan English Cafe, kita juga ingin menginformasikan English Café sebagai lembaga kursus Bahasa Inggris yang terjangkau seluruh kalangan, lembaga kursus murah tapi tidak murahan mbak.

15. Adakah pihak luar selain English Café yang berperan dalam promosi dalam rangka meningkatkan anggota kursus baru ?

Jawaban : Ada mbak seperti yang dibilang tadi dari kerjasama kita dengan pihak luar dan kerjasama kita banyak bentuknya seperti contoh *sponsorship*, English café support dana, doorprize dan sebagainya jadi lebih sesuai kepada kontraprestasi yang ditawarkan juga sih mba. Terus ada *partnership* kami banyak bgt skrg yg dihartono kolaborasi English café dan azzura model Yogyakarta. Kyk universitas minta pelatihan kek kita kita datengin chef dan alhamdulillahnya *partnership* kmi banyak bgt sekarang. Kita engga mempersempit dan membatasi diri dengan satu hal, terutama dengan kerjasama kita sangat *welcome* apapun bentuknya selama itu ga buruk kita ambil contoh kemarin Azzura Models Yogyakarta kita jadi panitia acaranya dan Azzura memang ada acara *fashion show* jadi konsep acara kemarin selain *fashionshow* ada *games* dan *education*. Baru-baru ini yang jadi partner ada dari *Cambridge*

School of Aviation, Indoluxe hotel dan beberapa seperti usaha kreatif, Rumah Inggris bantu, rumah Inggris Yogya ataupun perkumpulan UMKM lainnya

16. Bauran pemasaran apa saja yang digunakan oleh English Café Yogyakarta?

Jawaban : Untuk bauran pemasarannya kita menggunakan periklanan mba, ada iklan di radio, terus ada *Public Relations* juga yang mengurus segala bentuk kerjasama (*partnership*) ataupun *sponsorship* yang masuk ke English Café, terus kalo untuk media onlinenya kita menggunakan media sosial seperti Website, Instagram, facebook, Whatsapp, Telegram.

17. Media apa saja yang digunakan sebagai strategi komunikasi pemasaran English Café ?

Jawaban : Media yang kita gunain itu dua mba media *offline* sama media *online*, kalo di media *offlinenya* ada media cetak mba seperti flyer, brosur, pamflet, terus bentuk kerjasama ataupun *sponsorship* dapat berupa potongan harga, voucher dan sebagainya terus media onlinenya ada radio, terus kita menggunakan website, Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Telegram.

18. Mengapa memilih dan menggunakan media tersebut ?

Jawaban : Kalo untuk media cetaknya sendiri karena itu salah satu media yang paling praktis mbak dan dengan desain yang dibuat menarik juga dan tidak perlu menghabiskan biaya yang besar kita menggunakan media ini. Kalo untuk iklan radio mbak, kita sering diundang untuk mengisi *talkshow*, *sharing* seputar Bahasa Inggris dan kita juga pernah diminta untuk mengisi acara pada waktu Ramadhan lalu mbak. Terus ada juga yang dari kerjasama beberapa

radio lokal di Yogyakarta, karena kita jasa to jasa, mereka meminta jasa kita timbal baliknya kekita itu iklan diradio gitu mba. Nah kalo untuk media onlinenya sendiri sekarang kan lagi populer banget Instagram di kalangan masyarakat jadi kita juga gunain itu.

19. Kapan pelaksanaan penggunaan media promosi tersebut ?

Jawaban : Kalo untuk kapannya sih mbak kita tidak tergantung dari project tadi mba misalnya minggu ini tim *marketing* ada project untuk iklan di Instagram udah dilaksanakan belum, kalo belum apa kendalanya. Kalo untuk penggunaan medianya secara keseluruhan kita ada di jam kerja mbak, tapi ada beberapa media juga yang tidak selalu kita gunakan seperti iklan radio, dan lain-lainnya.

20. Siapa yang menentukan penggunaan media promosi tersebut ?

Jawaban : Kalo dari *marketing* English Café sendiri kita tidak membatasi penggunaan media apa aja mba, jadi setiap manajer cabang seluruhnya melakukan promosi baik lewat website, Instagram, whatsapp ataupun media lainnya, makanya kalo mbak cari English Café akan banyak akun English Café yang dari cabang daerah lain keliatan mbak jadi misalnya ada konsumen yang tanya mengenai ada cabang English Café dikota terdekat nanti diarahkan oleh manajer yang dikontak mbak.

21. Bagaimana perancangan pesan yang digunakan di promosi ?

Jawaban : Untuk perancangan pesan sendiri kita membebaskan kepada setiap cabang untuk pesan yang ingin digunakan, kalau untuk template design sendiri boleh menggunakan yang di buat oleh pusat mbak.

22. Apa yang saat ini menjadi strategi promosi unggulan yang dilakukan English Café ?

Jawaban : Kalo yang saat ini yang jadi promosi unggulan kita ada kerjasama mba karena English Café sendiri punya konsep belajar di café tentu kita juga kerjasama dengan pihak luar, terus website sama Instagram karena kalo untuk website sendiri calon konsumen bisa liat informasi tentang kelas, level, fasilitas sedangkan kalo Instagram kan sekarang memang lagi sering diakses sama orang jadi kita mengikuti perkembangan itu.

23. Apa yang menjadi faktor pendukung ataupun penghambat strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan atau hingga saat ini terus berjalan di English Café dalam meningkatkan member ?

Jawaban : Apa ya mba, kalo faktor pendukung kita yang pertama karena sekarang teknologi informasi terus berkembang, *platform* media sosial juga makin banyak kita memanfaatkan itu semaksimal mungkin untuk promosinya, terus karena alhamdulillahnya branding kita English Café sebagai lembaga kursus pertama yang punya konsep belajar di kafe ini semakin kuat juga jadi salah satu faktor pendukung promosi kita mba, terus kita juga membuka peluang kerjasama seluas-luasnya kepada seluruh kalangan untuk membuka cabang di setiap daerahnya, dan alhamdulillahnya kita sekarang sudah ada deposit untuk *marketing* semakin memudahkan kita menggunakan media berbayar yang tepat.

24. Bagaimana evaluasi yang dilakukan terhadap strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan?

Jawaban : Jadi kita punya evaluasi setiap mingguan, bulanan sama tahunan mba, di evaluasi mingguan rapat dengan tim pusat, chef, staf, manajer cabang Jogja dan seluruh wilayah pembahasan tentang

aktivitas satu minggu berjalan perkembangan member ada yang datang *daily talk* ga, kelasnya sudah selesai belum, terus di evaluasi bulanan kita ada dari tim pusat, chef, staf, dan manajer cabang dari luar Yogyakarta pembahasan kita tentang bagaimana perkembangan *project* masing-masing karena kita punya *project* beberapa divisinya mba seperti contoh tim *marketing* punya project jadi nanti laporan berapa akun yang dikelola dan sebagainya. Nah untuk evaluasi tahunannya kita seluruh tim pusat baik cabang yang ada di Yogyakarta dan cabang di luar kota Yogyakarta pembahasannya lebih ke curhat mba, ada keluhan kesah apa yang dialami selama ini, terus nanti kalo ada saran, masukan dari yang lain untuk English Café kita tampung dan bisa dijadikan acuan untuk resolusi kedepannya mbak.

25. Bagaimana mengukur hasil evaluasi tersebut ?

Jawaban : Kalo kita sendiri sih kita melihat juga dari member yang daftar ke kita mba terus melihat dari pengunjung website mba, terus Instagram sendiri berapa *engagement* yang ada di Instagram.

Nama Narasumber : Adnin

Jabatan : Manajer Cabang English Café Yogyakarta

Waktu Wawancara : Sabtu, 13 Agustus 2018

1. Siapa Target Audiens English Café ?

Jawaban : Jadi awalnya memang target English Café itu mahasiswa tapi semakin kesini semakin banyak peminatnya yang ga hanya dari kalangan mahasiswa tapi juga pelajar terus karena tidak semua lokasi yang ada cabang English Cafe ada di lingkungan kampus jadi ini juga jadi memperluas target audiens kita juga semakin banyak menyasar kalangan umum.

2. Bagaimana perkembangan promosi yang dilakukan English Café ?

Jawaban : Awalnya English Café promosi itu sih dari tahun 2012 awalnya promosi kita yang dari komunikasi mulut-ke-mulut aja dulu dari teman sekelas pendiri English Café terus saat itu kan masih jamannya gratis SMS berapa SMS kayak gitu akhirnya dia *marketing* pertama dari temen sekelas. Setelah itu terus ya *share* SMS tentang English café. Kemudian setelah itu Facebook muncul, jadi di tahun 2012 sampai 2013 *marketing* kita lewat Facebook untuk *marketing onlinenya*. Berawal dari kita *share* ke grup dan gabung ke grup mahasiswa kampus gitu. Promosi *offlinenya* kita nempelin poster ke kampus-kampus yang ada di Yogyakarta mbak serta nyebar brosur dan ini terus dilakukan sejak pertama English café berdiri sampai sekarang walaupun sekarang masih ngelakuin ini tapi intensitasnya sudah enggak sebanyak kayak dulu. Karena dulu kita masih baru, dulu target kita pasang poster kampus DIY itu targetnya 100 tapi semakin kesini kan semain berkembang sosial media jadi mulai ada *Whatsapp*, Instagram, Twitter jadi kita mulai merambah sosail media lain selain Facebook itu.

3. Bagaimana Perkembangan Member setiap tahunnya ?

Jawaban : Meningkatkan pesat mbak, dari awal mula member English Café sendiri target kita pas awal terbentuk Februari 2012 itu enggak muluk-muluk mbak jadi waktu itu target 10 member dibulan itu. Ternyata dari promosi mulut ke mulut dan share SMS tentang English Café itu dibulan itu melebihi target ternyata yang mendaftar english cafe 50 member lebih kurangnya.

4. Bagaimana perkembangan member di cabang setiap bulannya ?

Jawaban : Kalo dihitung perbulannya dari 2012 jelas meningkat, untuk di Kota Yogyakarta sendiri aja perbulannya bisa menerima 300 member untuk di bulan normal bukan di tahun ajaran baru. Kalo untuk di tahun ajaran baru sendiri kita bisa tembus 500 member jadi dalam setahun ada masa panen sama masa pacekliknya English Cafe. Kalo masa panen pas tahun ajaran baru itu sekitar agustus september oktober lagi banyaknya member nah nanti untuk jd bulan-bulan tertentu Desember Januari terus bulan Mei Juni itu biasanya sepi karena mayoritas member english café itu pelajar mahasiswa dan rata-rata di bulan segitu mereka lg pada UAS jadi dari English Cafe memang sebisa mungkin setiap bulan dapetin banyak member tp kita juga gabisa maksain member.

5. Adakah partnership selain kafe-kafe yang digunakan sebagai ruang belajar ?

Jawaban : Ada kita biasanya kerjasama sama instansi-instansi sih kalo kayak misal English Café menawarkan kerjasama gitu kayak misalkan sekarang kita lagi ada kerjasama dengan Jogja sablon terus kita ada kerjasama dengan hotel terus kita kasih kelas-kelas pelatihan di hotel kayak gitu nanti timbal baliknya nama hotelnya ya kita promosiin. Terus sekolah pramugari juga ada jadi selain kita sistemnya dengan kafe, kalo selain sama kafe tu modelnya kita promosiin di alat promosi yang English Café gunain, nah misalnya

English Café kan punya atribut apron nah nanti kita cantumin logo partner di sana, terus ada talenan dan jadi bentuk alat promosinya talenan

6. Siapa Yang Menentukan Penggunaan Media Promosi Yang Digunakan ?

Jawaban : Itu kebijakan dari masing-masing cabang sih mbak karena dari English café pusat sendiri membebaskan promosi kayak apa kayak gimana karena biasanya semakin banyak alat promosi semkin bervariasi biasanya semakin bagus jadi missal kayak EC Pusat mau fokus di facebook berbayar nanti cabang di Instagram ad berbayar. Jadi setelah ada fasilitas iklan berbayar gitu English café juga semakin gencar di marketingnya

7. Dari cabang yang dikelola saat ini media promosi apa yang digunakan ?

Jawaban : Selain Instagram sih aku masih gunain Whatsapp grup sama Website sih mbak karena dgn biasanya ada café partner kita terbantu promosinya krna aku juga bantuin promosi partnernya secara gak langsung English café juga terbantu dengan promosinya. Walaupun dari English Café sendiri biasanya kita ga minta di promosikan. Jadi kita biasanya memang kerjasama dengan *partner* kan English Cafe nitip brosur jadi biasanya orang tau dari café klo engga dari café ya dari brosur yang kita sebar di café partner tapi memang lebih banyak dari internet mbak.

8. Kenapa memilih media tersebut ?

Jawaban : Karena di Pusat sendiri lebih fokus kepada penyebaran informasi jadi kenapa milih media ini karena memang cabang sendiri langsung fokus ke promosinya apalagi Instagram kan memang masih jadi media sosial yang dominan digunakan mbak, terus untuk Website karena biasanya memang sebelum.

9. Bagaimana rancangan pesan yang digunakan dalam media promosi ?

Jawaban : Kalo untuk pesan sendiri dari aku gunain kata yang komunikatif mba khususnya di Instagram karena memang pengguna Instagram mayoritas kan anak muda jadinya biar merasa lebih akrab dengan kita.

Nama Narasumber : Farah Tri

Jabatan : Member

Waktu Wawancara : Jumat, 28 September 2018

1. Dari mana anda mengetahui informasi tentang English Café ?

Jawaban : Awal tahu informasi tentang English Café itu si dari pas aku dateng ke salah satu kafe yang gitu, terus ngeliat informasi English Café dari sana aja baru sisanya nyari di internet.

2. Mengapa anda memutuskan memilih menggunakan jasa English Café ?

Jawaban : Akhirnya milih English Café dari sistem belajarnya mbak. Soalnya terlihat menarik aja dari sistem pembelajarannya di café, terus pilihan waktunya juga fleksibel jadi emang beda dari tempat kursus lain.

3. Dari segi biaya kursus apakah dapat dikatakan terjangkau ?

Jawaban : Kalo dari segi harga tergolong murah mbak karena saya ngambil kelasnya yang private jatuhnya murah karena ditempat lain buat kelas private udah sampe dua jutaan keatas mbak. Menurut aku harganya masih bisa dijangkau terus kan ada pilihan kelasnya yang lain juga.

4. Dari segi promosi bagaimana promosi yang dilakukan oleh English Café ?

Jawaban : Kalo menurut aku yang melihat secara langsung di kafe yang kerja sama si masih kurang mbak, soalnya dari pihak cafenya sendiri brosurnya English Café cuman ditarok gitu mbak deket kasir terus gak ada ngomong-ngomong gitu

mbak. Jadinya ga semua orang bisa tau sama English Café
kalo ga ambil brosur tentang English Café.

Nama Narasumber : Sakinah

Jabatan : Member

Waktu Wawancara : Jumat, 28 September 2018

1. Dari mana anda mengetahui informasi tentang English Café ?

Jawaban : Awalnya dari temen ngeshare tentang English Café di grup gitu sih kebetulan waktu itu aku pas lagi pengen belajar Bahasa Inggris akhirnya aku langsung dateng ke salah satu cabang English Café buat tanya-tanya.

2. Mengapa anda memutuskan memilih menggunakan jasa English Café ?

Jawaban : Karena waktu lesnya sih fleksibel jadinya ga terpaku oleh jadwal karena takutnya pas jadwal kursus ada kegiatan lain makanya akhirnya nyari yang kursus bisa fleksibel sama sistemnya yang belajar di café itu jadinya memang suasana pas gitu mbak jadi belajarnya lebih enjoy dan mudah dipahami terus tutor yang ngajar pun juga ramah mbak jadinya memang berasa nyaman waktu les karena ga terlalu kaku.

3. Dari segi biaya kursus apakah dapat dikatakan terjangkau ?

Jawaban : Dari segi harganya yang dikeluarin itu lumayan murah mbak

4. Dari segi promosi bagaimana promosi yang dilakukan oleh English Café ?

Jawaban : Kalo menurutku pribadi masih kurang sih mbak, karena aku sendiri yang dapet informasi ini dari temen jadi

menurutku aku sendiri merasa masih kurang tentang informasi English Café itu sendiri.