

LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

Bapak Agus Jati Kumara Sebagai Pemilik Dan Pengelola C.V Sanggar

Punokawan

1. Sejak kapan berdirinya usaha ini?
2. Apa produk yang pertama kali dijual?
3. Apa Keunggulan dan kelemahan produk tersebut?
4. Apa perbedaan dulu dan sekarang tentang jumlah penjualan? Berapa persen perbandingan?
5. Pada tahun 2017 ini dalam satu bulan bisa menjual berapa produk? omset berapa?
6. Dari 100 persen berapa persen jumlah pelanggan dari Jogja?
7. Darimana asal pelanggan yang terdekat?
8. Darimana asal pelanggan terjauh?
9. Apakah konsumen luar kota jogja akan kembali lagi untuk membeli saat datang ke jogja?
10. Media apa saja yang sudah dipakai untuk mempromosikan produk tersebut?
11. Seberapa sering iklan atau promosi anda muncul dalam media?
12. Selain melalui media online, apa yang sudah anda lakukan dalam mengenalkan promosi produk anda?
13. Apakah anda dalam mempromosikan produk mengunggulkan kepada merk yang anda buat?

14. Bagaimana trik anda untuk merayu pelanggan agar pelanggan itu kembali lagi untuk membeli?
15. Seberapa sering anda membuka media sosial untuk promosi?
16. Seberapa sering anda membalas follower?
17. Apakah banyak pelanggan yang complain produk kerajinan lewat media sosial?
Lalu bagaimana menanggapi?
18. Menurut anda seberapa efektifkah media sosial dalam menjalankan promosi?
19. Apa saja keuntungan dan kelemahan berpromosi lewat media sosial?
20. Mengapa tidak memilih media cetak atau media elektronik?
21. Bagaimana sistem transaksi jual beli melalui media online dan strategi apa yang akan dilakukan untuk aktifitas promosi mendatang?

TRANSKIP WAWANCARA

1. Tanya: Sejak kapan berdirinya usaha ini?

Jawab: C.V Sanggar Punokawan berdiri sejak tahun 1988. Pada awalnya seorang pengrajin wayang kulit yang bernama Bapak Anton Wahono mencoba menciptakan seni kreativitas berupa suatu benda yang unik dan mengandung makna tradisional. Pada saat itu bapak anton membuat wayang kulit sebagai barang yang diproduksi pertama kali. Setelah itu Bapak Anton Wahono mencoba berkreasi lagi dengan memproduksi produk selain yang terbuat dari kulit. Hal ini dikarenakan semakin minimnya bahan baku kulit untuk di produksi.

2. Tanya: Apa produk yang pertama kali dijual?

Jawab: Produk yang pertama kali dijual adalah dudukan wayang.

3. Tanya: Apa Keunggulan dan kelemahan produk tersebut?

Jawab: Keunggulan produk tersebut adalah sebagai benda yang tahan lama, tidak akan pernah termakan jaman. Kreasi batik kayu adalah turunan dari benda-benda yang tergolong warisan dari nenek moyang tentang wayang dan batik. Sedangkan kelemahan dari batik kayu tersebut karena terbuat dari bahan baku berupa kayu adalah akan mudah dimakan oleh serangga atau kutu. Sanggar punokawan selalu melakukan inovasi produk agar konsumen tidak bosan, terlebih lagi jika produk yang telah di *finishing* terlalu lama tidak terjual bisa retak. Selain inovasi produk yang lama setelah dua sampai tiga tahun berikutnya C.V Sanggar Punokawan memunculkan produk yang baru lagi.

4. Tanya: Apa perbedaan dulu dan sekarang tentang jumlah penjualan? Berapa persen perbandingan?

Jawab: Dahulu produk batik kayu belum dikenal masyarakat. Seiring berjalannya waktu pada tahun 2000 sampai 2006 sudah mulai dikenal bahkan sudah memesan produknya.

Penjualan tertinggi pada era tahun tersebut adalah pada saat momen liburan karena pada saat momen tersebut banyak wisatawan yang datang. Tidak sedikit juga pembeli dari luar kota membeli produk tersebut dengan tujuan untuk dijual lagi.

5. Tanya: Pada tahun 2017 ini dalam satu bulan bisa menjual berapa produk? omset berapa?

Jawab: Dalam satu bulan sanggar punokawan bisa menjual kurang lebih seribu produk dengan omset 40 samapai 50 juta di tahun 2017.

6. Tanya: Dari 100 persen berapa persen jumlah pelanggan dari Jogja?

Jawab: Jumlah pelanggan dari Jogja rata-rata sekitar 25 persen, selebihnya adalah dari luar jawa, seperti Bali, Sumatra dan Papua. Jakarta adalah yang paling banyak peminatnya. Sedangkan wisatawan asing membeli produk batik kayu biasanya hanya untuk oleh-oleh.

7. Tanya: Darimana asal pelanggan yang terdekat?

Jawab: Asal pelanggan yang terdekat dari Yogyakarta.

8. Tanya: Darimana asal pelanggan yang terjauh?

Jawab: Asal pelanggan yang terjauh dari luar negeri

9. Tanya: Apakah konsumen luar jogja akan kembali lagi untuk membeli saat datang ke jogja?

Jawab: Pasti akan kembali lagi karena C.V Sanggar Punokawan selalu memberikan layanan yang terbaik demi kepuasan pelanggan, menerima kritik dan saran dan selalu berpromosi melalui media online pada saat *launching* produk baru.

10. Tanya: Media apa saja yang sudah di pakai untuk mempromosikan produk? tersebut? Jika ada mana yang paling efektif dan mana yang tidak efektif?

Jawab: Sejauh ini C.V sanggar Punokawan melakukan promosi melalui media online yaitu beberapa media sosial instagram, facebook, aplikasi android dan blog. Menurut C.V Sanggar Punokawan promosi online dinilai paling efektif terutama instagram dan facebook. Media online yang dinilai kurang efektif versi sanggar punokawan yaitu aplikasi android dan blog.

11. Tanya: Seberapa sering iklan atau promosi anda muncul dalam media?

Jawab: C.V Sanggar Punokawan selalu memperbarui unggahan produk-produknya dalam satu minggu bisa dua sampai tiga kali. Untuk sekali unggah bisa tiga sampai lima gambar.

12. Tanya: Selain melalui media online, apa yang sudah anda lakukan dlm mengenalkan promosi produk anda?

Jawab: Selain melakukan promosi online kami juga turuaedsfffdght aktif promosi melalui event kesenian baik event skala nasional maupun internasional.

13. Tanya: Apakah anda dalam mempromosikan produk mengunggulkan kepada merk yang anda buat?

Jawab: Iya, karena kami ingin mengenalkan secara lebih luas lagi kepada khalayak tentang C.V Sanggar Punokawan. Dan ingin menjadikan Sanggar Punokawan sebagai brand yang terbaik untuk pembuatan batik kayu di Krebet Bantul Yogyakarta.

14. Tanya: Bagaimana trik anda untuk merayu pelanggan agar pelanggan itu kembali lagi untuk membeli?

Jawab: Tentunya dengan mengutamakan pelayanan yang terbaik, meminta kontak person kepada pelanggan, menghubungi pelanggan jika ada produk terbaru, mengutamakan kepuasan pelanggan.

15. Tanya: Seberapa sering anda membuka media sosial untuk promosi?

Jawab: Dalam berpromosi melalui media sosial kami menggunakan Instagram dan facebook dalam satu minggu bisa dua sampai tiga kali.

16. Tanya: Seberapa sering membalas komentar follower?

Jawab: Sesering mungkin jika ada yang Tanya maka akan kami jawab secara cepat.

17. Tanya: Apakah banyak yang complain produk kerajina lewat media sosial? Lalu bagaimana anda menanggapi?

Jawab: Sampai sekarang belum ada yang complain karena kami sangat mengutamakan kepuasan pelanggan.

18. Tanya: Menurut anda seberapa efektifkah media sosial dalam menjalankan promosi?

Jawab: Sangat efektif. C.V Sanggar punokawan memiliki kurang lebih 728 follower. Diantara beberapa follower tersebut ada sepuluh lebih pelanggan tetap yang aktif membeli produk batik kayu dalam jumlah banyak.

19. Tanya: Apa saja keuntungan dan kelemahan berpromosi lewat media sosial?

Jawab: . Keuntungan promosi menggunakan media sosial adalah dari segi waktu dan biaya sangat efisien. Sedangkan untuk kelemahan promosi melalui media sosial adalah dirasa kurang meyakinkan pelanggan karena pelanggan tidak dapat melihat sendiri dengan nyata keberadaan Sanggar Punokawan.

20. Tanya: Mengapa tidak memilih media cetak atau elektronik?

Jawab: Pada awalnya dulu melakukan promosi melalui media cetak. Selain memakan biaya antusiasme masyarakat tidak begitu berpengaruh. Tetapi seiring berkembangnya jaman berkembang pula teknologi dimana hampir semua orang memiliki gadget dengan fasilitas internet. Media sosial terutama menjadi wadah penghubung untuk berkomunikasi antara manusia satu dengan manusia lainnya yang semakin mudah dan canggih.

21. Tanya: Bagaimana system transaksi jual beli melalui media online dan strategi apa yang akan dilakukan untuk aktifitas promosi mendatang?

Jawab: Sistem transaksi pemesanan oleh sanggar punokawan yaitu setelah barang di promosikan kemudian pelanggan tertarik memberikan tanda jadi melalui transfer ke rekening bank, kemudian produk disiapkan sebaik baiknya lalu pemberitahuan kepada pelanggan bahwa barang siap dikirim setelah pelunasan.

Strategi yang dilakukan untuk promosi dengan media sosial, setelah pelanggan merasa tertarik dengan produknya maka kami memberikan layanan chatting melalui whatsapp agar komunikasi lebih intens. Kami tidak lupa menyimpan nomor whatsapp pelanggan agar untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan dapat segera mengirimkan foto produk baru. Selain itu sanggar punokawan selalu mengikuti acara event pameran yang tujuannya untuk mengenalkan Sanggar Punokawan dan produk-produknya