

## **INTERVIEW GUIDE I**

### **Pertanyaan diajukan kepada Staf / General Manager Curva Sud Shop**

1. Bagaimana sejarah berdirinya Curva Sud Shop ? Jelaskan dengan lengkap dan detail !
2. Apa yang menjadi visi dan misi dari Curva Sud Shop ?
3. Apa yang mendasari Curva Sud Shop untuk memilih targetting didalam tahapan strategi komunikasi pemasaran dibandingkan dengan segmentasi & positioning ? Siapa yang dijadikan target market oleh Curva Sud Shop ?
4. Apakah dalam melakukan targetting terdapat kendala atau permasalahan atau faktor penghambat ?
5. Apa keunggulan dari Curva Sud Shop dibandingkan dengan toko merchandise supporter yang lain ? Mengapa hal tersebut bisa dikatakan sebagai keunggulan ?
6. Apakah ada keunggulan Curva Sud Shop dari sisi produk / barang yang dijual ?
7. Apa yang menjadi kelemahan dari Curva Sud Shop ?
8. Apa yang menjadi peluang dalam persaingan toko merchandise supporter di Yogyakarta ?
9. Bagaimana cara Curva Sud Shop menghadapi persaingan antar toko merchandise supporter dengan yang lain ?

10. Apa yang menjadi hambatan dari Curva Sud Shop sampai saat ini ?  
Bagaimana cara mengatasinya ?
11. Media apa saja yang digunakan oleh Curva Sud Shop dalam melakukan periklanan ? Mengapa memilih media tersebut ?
12. Bagaimana respon konsumen terhadap media periklanan tersebut ?
13. Apakah Curva Sud Shop pernah mengalami hambatan dan masalah ketika melakukan periklanan ?
14. Promosi penjualan apa saja yang dilakukan oleh Curva Sud Shop untuk meningkatkan konsumen ?
15. Apakah promosi penjualan tersebut berjalan dengan efektif dan mendapatkan respon yang baik dari konsumen ?
16. Bagaimana cara Curva Sud Shop dalam menjalin hubungan dengan PT.PSS, *stakeholder*, konsumen dan masyarakat sekitar ?
17. Keuntungan apa yang didapatkan oleh Curva Sud Shop didalam menjalin hubungan tersebut ?
18. Apakah Curva Sud Shop melakukan penjualan personal dalam strategi komunikasi pemasarannya ?
19. Bagaimana cara menerapkan pemasaran langsung & pemasaran online di Curva Sud Shop ?
20. Media apa saja yang digunakan Curva Sud Shop dalam menjalankan pemasaran langsung & online ?
21. Pernahkah mengalami hambatan atau masalah dalam melakukan pemasaran langsung & online ?

22. Apakah ada anggaran khusus untuk kegiatan promosi dari Curva Sud Shop ?
23. Apakah strategi yang dilakukan telah menampakkan keberhasilan sejauh ini ?
24. Apakah Curva Sud Shop melakukan evaluasi setiap kegiatan komunikasi pemasaran ?
25. Bagaimana langkah-langkah yang digunakan oleh Curva Sud Shop dalam menerapkan evaluasi tersebut ?

## **Interview Guide II**

### **Pertanyaan ditujukan Konsumen yang berbelanja di Curva Sud Shop**

1. Darimana anda mengetahui produk Curva Sud Shop ?
2. Mengapa anda membeli produk Curva Sud Shop ?
3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk dari Curva Sud Shop ?
4. Apakah anda sering mengunjungi dan berbelanja produk Curva Sud Shop ?
5. Bagaimana kesan anda setelah melakukan pembelian di Curva Sud Shop ?
6. Sejak kapan anda menjadi konsumen Curva Sud Shop ?
7. Menurut anda, apa keunggulan produk Curva Sud Shop dibandingkan dengan toko merchandise supporter yang lain ?
8. Menurut anda, apakah kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Curva Sud Shop selama ini mampu menarik konsumen dengan baik ?
9. Apa saran anda untuk Curva Sud Shop agar konsumen semakin meningkat ?
10. Apakah anda selalu mengikuti berbagai event & promosi yang dilakukan oleh Curva Sud Shop ?

Nama : Andri Kurniawan

Jabatan : General Manager Curva Sud Shop

1. Bagaimana sejarah berdirinya Curva Sud Shop ? Jelaskan dengan lengkap dan detail !

Jawab : seperti yang kita ketahui bahwa sejarah berdirinya Curva Sud Shop itu dahulunya diawali dari sebuah rembugan atau perundingan dari para pendukung PSS Sleman yaitu Brigata Curva Sud (BCS). Nah BCS ini impiannya bahwa dalam masa pergerakan ini agar mampu memberikan support tidak hanya di tribun stadion namun juga melalui bantuan keuangan / finansial ataupun alat-alat yang dibutuhkan oleh PSS Sleman. Karena awalnya, PSS Sleman itu tidak ada yang melirik dan mau memberikan sponsor untuk mengaruhi kompetisi. Dari hal tersebut, BCS menyepakati bahwa akan membentuk sebuah toko merchandise dengan nama Curva Sud Shop. Curva Sud Shop sendiri tepat berdiri pada tanggal 15 Januari 2012. Curva Sud Shop didirikan tidak hanya untuk menopang finansial dari PSS Sleman, tetapi juga untuk menjadi sebuah alat perjuangan yang secara tidak langsung memperkenalkan budaya atau culture dari Brigata Curva Sud agar mampu mendoktrin atau menjadi sebuah kampanye dalam membentuk identitas melalui kaos hitam dengan berbagai tulisan seperti No Phyro No Party, No Leader Just Together, Our Tribune Our Rules dan lain-lain. Curva Sud Shop sendiri mempunyai slogan khas atau tagline “Mandiri Menghidupi”. Dulunya, Curva Sud Shop ini menempati lokasi ruko kecil di Klaseman, Jalan Kaliurang.

Kemudian karena adanya sebuah konflik di lokasi tersebut, Curva Sud Shop berpindah ke daerah Pasar Sleman sebelum akhirnya berpindah ke lokasi yang sekarang di Condongcatur. Saat ini Curva Sud Shop mempunyai 3 lantai yang berisi store, office dan radio serta majalah. Curva Sud Shop juga mempunyai beberapa cabang diantaranya ada di Sidoarjo (CSS East Java), Jakarta (Capitale Boys), Godean (CSS Godean), Cebongan (CSS Cebongan).

2. Apa yang menjadi visi dan misi Curva Sud Shop

Jawab : untuk visi, kami memiliki visi menjadikan supporter yang mandiri menghidupi. Dan untuk misi kedepannya, kami memiliki misi yaitu dari Brigata Curva Sud, untuk Brigata Curva Sud, oleh Brigata Curva Sud dan mampu menjadi mesin penggerak bagi Brigata Curva Sud, karena jika BCS diibaratkan sebagai tubuh, maka Curva Sud Shop diibaratkan sebagai jantungnya.

3. Apa yang mendasari Curva Sud Shop untuk memilih targetting didalam tahapan strategi komunikasi pemasaran dibandingkan dengan segmentasi & positioning ?

Jawab : Jadi gini mas, alasan CSS memilih targetting itu karena memang sudah sesuai dengan konsep yang kami jalankan saat ini. Menurut kami, CSS saat ini lebih cocok dan fokus menggunakan targetting dibandingkan dengan segmentasi & positioning karena target market dari kami sendiri adalah Sleman Fans dengan kisaran 5 tahun sampai 50 tahun bahkan lebih. Selain itu, barang yang dijual di CSS ini kan juga barang yang berbau

dengan PSS Sleman dan sesuai dengan targetting dari kami yaitu sleman fans.

4. Apakah dalam melakukan targetting terdapat kendala atau permasalahan atau faktor penghambat ?

Jawab : tetep pasti ada kendala, tapi kita menyebutnya sebuah tantangan. Seperti saat sepak bola kita dulu dihentikan sama Menpora itu kita benar-bener hancur lebur karena targetting yang kita sudah rencanakan juga menjadi buyar karena tidak adanya sepak bola khususnya di Sleman ini.

5. Apa keunggulan dari Curva Sud Shop dibandingkan dengan toko merchandise supporter yang lain ? Mengapa hal tersebut bisa dikatakan sebagai keunggulan ?

Jawab : kalau dibandingkan dengan kalangan distro jelas kami masih kalah, tetapi kalau dibandingkan dengan toko merchandise yang lain yang ada di Jogja kami berani diadu kok. Yang menjadi keunggulan penting dari kita yaitu kita ada bukti nyata langsung support ke tim PSS Sleman ada wujudnya juga seperti pemberian alat fisioterapi maupun dari sisi keuangan.

6. Apakah ada keunggulan Curva Sud Shop dari sisi produk / barang yang dijual ?

Jawab : kalau untuk kualitas barang itu kita gaktau indikasinya ya, tapi kalau dari sisi konveksi kami jelas lebih unggul dengan menggunakan cotton combod 30s dengan bahan yang dingin dan menyerap keringat. Dari segi sablon juga kami menggunakan sablon plastisol tebal jadi tidak

luntur saat dicuci. Kami juga menggunakan resleting yang standart YKK. Selain itu, syal juga kami ada standartnya yaitu minimal harus kualitas yang 14get. Selain hal-hal tersebut, desain kami juga tidak kalah dengan toko merchandise lainnya.

7. Apa yang menjadi kelemahan dari Curva Sud Shop ?

Jawab : kelemahan dari CSS itu sebenarnya tergantung dari animo temen-temen supporter PSS. Salah satunya itu yang terbesar. Semisal jika sepak bola ini hancur, ya kita juga ikut hancur jadi bisa dikatakan kita hanya tergantung dengan moment juga.

8. Apa yang menjadi peluang dalam persaingan toko merchandise supporter di Yogyakarta ?

Jawab : kalau peluang di Jogja kita jelas unggul jauh karena memang belum ada saingan yang berat. Karena kita dari dulu kita kalau mau mencontoh itu sekalian dari luar negri dan jangan nanggung-nanggung.

9. Bagaimana cara Curva Sud Shop menghadapi persaingan antar toko merchandise supporter dengan yang lain ?

Jawab : sejauh ini kita tidak terlalu memikirkan persaingan antar toko merchandise sih. Intinya kita tetep harus berinovasi terus menerus agar tidak kalah dengan toko merchandise yang lainnya juga.

10. Apa yang menjadi hambatan dari Curva Sud Shop sampai saat ini ?

Bagaimana cara mengatasinya ?

Jawab : hambatan disini sih sebenarnya cuma perputaran fashion yang sangat cepat.

Nama : Muhammad Rifky

Jabatan : Manager Marketing CSS

11. Media apa saja yang digunakan oleh Curva Sud Shop dalam melakukan periklanan ? Mengapa memilih media tersebut ?

Jawab : pada jaman dahulu sih kita masih menggunakan *facebook*, namun secara lambat laun kita mulai beralih ke *twitter* dan saat ini kita juga menggunakan *instagram* untuk media periklanan. Media tersebut kami anggap efektif dan sangat efisien serta mudah menjangkau berbagai khalayak. Selain itu, kami juga menggunakan iklan *adboard* yang ada di Stadion Maguwoharjo untuk menjangkau khalayak yang lebih luas lagi.

12. Bagaimana respon konsumen terhadap media periklanan tersebut ?

Jawab : respon konsumen terhadap periklanan sejauh ini sangat tinggi dan sangat antusias.

13. Apakah Curva Sud Shop pernah mengalami hambatan dan masalah ketika melakukan periklanan ?

Jawab : tentu ada, waktu barang baru sebentar di upload ternyata sudah diserbu dan sudah habis. Jadi yang online order jadi sering gak kebagian barangnya itu. Jadi pada komplain dan lain-lain

Nama : Dion Wijaya

Jabatan : Manager Produksi CSS

14. Promosi penjualan apa saja yang dilakukan oleh Curva Sud Shop untuk meningkatkan konsumen ?

Jawab : promosi penjualan yang kami lakukan yaitu melalui diskon, mystery box dan beberapa promosi yang lainnya agar perputaran barang menjadi lebih sehat dan memberikan kesempatan untuk barang baru yang lebih fresh di CSS.

15. Apakah promosi penjualan tersebut berjalan dengan efektif dan mendapatkan respon yang baik dari konsumen ?

Jawab : sangat berjalan dengan efektif dan konsumen sangat menunggu promosi penjualan yang akan kita lakukan.

16. Bagaimana cara Curva Sud Shop dalam menjalin hubungan dengan PT.PSS, *stakeholder*, konsumen dan masyarakat sekitar ?

Jawab : untuk menjalin hubungan masyarakat dg PT.PSS, kami selalu berupaya melakukan komunikasi terutama dengan fisioterapis PSS Sleman. Kami selalu menanyakan apa aja yang kurang dari alat fisioterapisnya karena kita berkeinginan untuk mewujudkan kelengkapan dari alat fisioterapis dari PSS Sleman. Kalau dengan *stakeholder* kami selalu mengadakan rapat paling sedikit satu bulan sekali dengan pembahasan apa saja sih artikel atau barang yang dibutuhkan untuk CSS bulan kedepannya. Kemudian untuk hubungan masyarakat dengan konsumen kami selalu menerapkan senyum, salam, dan sapa saat di store dan selalu mengutamakan kepuasan pelanggan. Jadi kami tidak ingin ada

pelanggan atau konsumen yang kecewa dengan produk dari kami.

Selanjutnya yang terakhir dengan masyarakat sekitar. Ini uniknya, kami juga disini dilibatkan dalam ronda malam dan selalu diajak dalam rapat di lingkungan sini karena menurut kami, masyarakat sekitar lah yang menjadi CCTV terbaik bagi kami. Sejauh ini juga tidak ada masalah apapun terkait dengan hubungan masyarakat kok.

17. Keuntungan apa yang didapatkan oleh Curva Sud Shop didalam menjalin hubungan tersebut ?

Jawab : kalau dengan PT.PSS kita keuntungannya sih selama ini kita mendapat kepercayaan, itu hal yang sangat susah sekali. CSS itu mendapatkan kepercayaan untuk menyalurkan royalti. Kalau dari sisi *stakeholder* kita jadi enak dan terkontrol setiap mau rencana peluncuran artikel terbaru. Kalau dengan konsumen sih konsumen semakin meningkat dan konsumen semakin bangga menggunakan produk CSS.

18. Apakah Curva Sud Shop melakukan penjualan personal dalam strategi komunikasi pemasarannya ?

Jawab : kalau penjualan personal sih jarang ya dan hampir tidak pernah. Dulu pernah kita melakukan penjualan personal di Stadion Maguwoharjo namun hasilnya juga kurang maksimal dan kurang antusias. Konsumen justru lebih suka datang langsung ke store ternyata.

19. Bagaimana cara menerapkan pemasaran langsung & pemasaran online di Curva Sud Shop ?

Jawab : selama ini, respon konsumen untuk pemasaran langsung & *online marketing* sangat positif ya dan sangat antusias walaupun terkadang kami sangat kewalahan dengan pembelian online karena banyaknya orderan yang masuk. Dan kalau untuk saat ini kami masih menggunakan *whatsapp* sebagai media yang kami gunakan. Kami belum mencoba hal lain karena dari ini saja kami sudah kewalahan.

20. Media apa saja yang digunakan Curva Sud Shop dalam menjalankan pemasaran langsung & online ?

Jawab : kalau untuk hal ini kami hanya melalui media sosial yang umum saja seperti IG dan *twitter*, belum melalui website juga. Untuk orderan juga kami hanya melalui *whatsapp* tadi saja.

21. Pernahkah mengalami hambatan atau masalah dalam melakukan pemasaran langsung & online ?

Jawab : kalau sejauh ini sih pernah ya terkait salah kirim salah orderan dan salah size juga pernah. Tapi sejauh ini sih konsumen sangat kooperatif ya sama kami dan mereka juga tidak ada komplain yang berlebihan dengan kami.

22. Apakah ada anggaran khusus untuk kegiatan promosi dari Curva Sud Shop ?

Jawab : sejauh ini sih belum ada ya karena kami sudah ada media sebagai alat untuk promosi CSS dan lebih efektif serta efisien.

23. Apakah strategi yang dilakukan telah menampakkan keberhasilan sejauh ini ?

Jawab : ya alhamdulillah sejauh ini bisa dikatakan berhasil ya karena konsumen semakin hari semakin meningkat. Jadi menurut kami, pemasaran yang kami lakukan juga cukup bisa dikatakan berhasil walaupun masih banyak kekurangan-kekurangan.

24. Apakah Curva Sud Shop melakukan evaluasi setiap kegiatan komunikasi pemasaran ?

Jawab : tentu saja, apalagi kita melakukan evaluasi untuk jangka panjang dan jangka pendek.

25. Bagaimana langkah-langkah yang digunakan oleh Curva Sud Shop dalam menerapkan evaluasi tersebut ?

Jawab : Untuk jangka pendek, kami melakukan evaluasi sebulan sekali dan untuk jangka panjang, kami melakukan evaluasi setiap akhir tahun untuk membahas mengenai perencanaan CSS kedepannya.

Nama : Muhammad Raihan Herdiansyah (20 tahun)

Jabatan : Konsumen

1. Darimana anda mengetahui produk Curva Sud Shop ?

Jawab : saya tahu CSS itu sejak saya mendukung PSS Sleman tahun 2016 itu saya tahu dari saudara saya yang kebetulan juga slemanfans sejati sejak lama.

2. Mengapa anda membeli produk Curva Sud Shop ?

Jawab : ya karena apa ya mas, karena produk disini beda dengan produk toko merchandise yang lain. Dari segi desain, kualitas dan pelayanan juga sangat bagus dan bikin ketagihan untuk kesini.

3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk dari Curva Sud Shop ?

Jawab : yang paling membuat saya tertarik sih karena yang jelas desain ya, desainnya itu simpel dan cocok banget tidak hanya untuk ke stadion, namun bisa juga untuk pakaian sehari-hari.

4. Apakah anda sering mengunjungi dan berbelanja produk Curva Sud Shop ?

Jawab : sering bahkan jika ada barang baru saya selalu ke CSS walaupun hanya lihat-lihat ataupun beli stiker disini.

5. Bagaimana kesan anda setelah melakukan pembelian di Curva Sud Shop ?

Jawab : sangat puas dan mantap betul barangnya.

6. Sejak kapan anda menjadi konsumen Curva Sud Shop ?

Jawab : sejak tahun 2016

7. Menurut anda, apa keunggulan produk Curva Sud Shop dibandingkan dengan toko merchandise supporter yang lain ?

Jawab : kalau keunggulan jelas kualitas dan desain ya. Yang jelas saya suka aja belanja disini karena nyaman juga dan tempatnya mudah dijangkau dari jalan raya.

8. Menurut anda, apakah kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Curva Sud Shop selama ini mampu menarik konsumen dengan baik ?

Jawab : sangat baik dan saya selalu mengikutinya di media sosial

9. Apa saran anda untuk Curva Sud Shop agar konsumen semakin meningkat ?

Jawab : untuk saran sih apa ya, mungkin lebih diperbesar aja sih tempatnya sama sering-sering adain diskon biar makin laris.

10. Apakah anda selalu mengikuti berbagai event & promosi yang dilakukan oleh Curva Sud Shop ?

Jawab : kadang-kadang sih tetapi kalau ada diskon ya saya pasti kesini dan tidak pernah saya lewatkan.

Nama : Bayu Firmansyah (17tahun)

Jabatan : Konsumen

1. Darimana anda mengetahui produk Curva Sud Shop ?

Jawab : dari teman saya dahulu teman sekolah saya, awalnya saya ikut komunitas BCS dan saya jadi tahu CSS dari situ.

2. Mengapa anda membeli produk Curva Sud Shop ?

Jawab : karena barangnya semua saya suka, tidak ada yang kuno disini ibaratnya selalu kekinian barangnya.

3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk dari Curva Sud Shop ?

Jawab : yang membuat saya tertarik itu yang jaga itu mbak-mbaknya cantik dan bikin nyaman disini. Selain itu pelayanannya juga maksimal.

4. Apakah anda sering mengunjungi dan berbelanja produk Curva Sud Shop ?

Jawab : ya lumayan sering sih kalau ada produk baru yang menarik saya langsung kesini tapi biasanya juga sering gak kebagian.

5. Bagaimana kesan anda setelah melakukan pembelian di Curva Sud Shop ?

Jawab : puas sih

6. Sejak kapan anda menjadi konsumen Curva Sud Shop ?

Jawab : sejak tahun 2017 kalau tidak salah sih

7. Menurut anda, apa keunggulan produk Curva Sud Shop dibandingkan dengan toko merchandise supporter yang lain ?

Jawab : keunggulannya itu produknya selalu bagus lah dan saya selalu suka juga.

8. Menurut anda, apakah kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Curva Sud Shop selama ini mampu menarik konsumen dengan baik ?

Jawab : iya menurut saya sih sudah ya. Buktinya saya selalu tahu tentang kegiatan komunikasi pemasarannya.

9. Apa saran anda untuk Curva Sud Shop agar konsumen semakin meningkat ?

Jawab : waduh apa ya kira-kira. Kalau menurut pribadi saya sih tambahkan AC yang lebih dingin aja tadi soalnya waktu didalem banyak pembeli panas banget hawanya.

10. Apakah anda selalu mengikuti berbagai event & promosi yang dilakukan oleh Curva Sud Shop ?

Jawab : ya kadang ikut kadang enggak tergantung waktunya aja sih.









