



## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber: Alvianus Hendarmin.

Jenis Kelamin: Laki - laki.

Usia: 43 Tahun.

Pekerjaan: Pemilik Ini Burger.

Tanggal Wawancara: Minggu, 6 Agustus 2022.

Waktu Wawancara: 12.15 – 13.45

Tempat Wawancara: Ini Burger Sumagung, Kelapa Gading, Jakarta Utara

#### Keterangan:

A = Albert (Peneliti)

N = Alvianus Hendarmin (Narasumber)

A: Selamat Siang Ko Alvi, Sebelumnya Ko Alvi juga sudah tahu maksud saya datang untuk mewawancarai perihal penelitian saya.

N: Ohiya, Saya sudah tahu. Bagaimana nih? apa yang harus saya jawab?

A: Baik, Ko. Pertama – tama saya ingin tahu dulu apa aja sih yang dijual dari Ini Burger?

N: Ini Burger itu menjual berbagai macam burger dari ayam maupun sapi, ada snack juga seperti kentang dan sosis, dan minuman juga kita ada lemon tea.

A: Ada berbagai macamnya ya Ko gak cuma burger aja. Baik, kita mulai masuk ke penelitian saya ya ko. Untuk meningkatkan penjualan dari Ini Burger, biasanya apa saja yang dilakukan dari Ini Burger Ko?

N: Yang sudah pasti kita adakan promo biasanya kita ngikutin dengan tanggal yang ada atau hari raya besar dalam waktu dekat. Seperti hari burger internasional kita biasanya suka ada promo. Kalau untuk promo – promo yang tidak ada hari besar, biasanya kita bikin *gimmick* seperti yang ingin diteliti Albert ini promo paket hemat tengah bulan.

A: Selain dari itu, apakah ada media lain untuk melakukan promosi?

N: Promosi kita juga ada dari *Go Food*, *Grab Food*, dan *Shopee Food*. Justru malah penjualan kita lebih banyak di *online* daripada pembeli yang datang.

A: Apakah ada biaya untuk *online platform* tersebut?

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta milik IBIKKG Institut Teknologi dan Informatika Kwik Kian Gie

Istius Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



N: Pasti ada, untuk komisi yang kita kasih ke *online* itu sekitar 15 – 20% untuk mereka. Tetapi kita juga menaikkan harga *online* kita sekitar 30% untuk biaya komisi *online* dan juga biaya promosi.

A: Kalau untuk diskonnya Ko?

N: Diskonnya kita berbeda – beda. Kalau dari *Shopee Food* itu 60% dengan diskon maksimal 25ribu, *Go Food* dengan diskon 15ribu dengan minimal pembelian 100ribu, dan *Grab Food* diskon 25ribu dengan minimal pembelian 125ribu. Darisana juga kami terkena potongan lagi dari diskon yang diberikan kepada pembeli tetapi tidak semuanya kita tanggung.

A: Oh jadi lebih ke bikin promo terus aja ya Ko. Kenapa sih ko untuk ningkatin penjualan selalu bikin promo?

N: Karena sekarang ini *customer* tu sering banget maunya kalau ada promo. Kita juga pernah coba kalau tidak ada promo, penjualan langsung turun nanti kalau ada promo naik lagi tuh.

A: Jadi harus dibikin promo terus ya Ko. Berarti untuk penanggung jawab promonya itu siapa ko?

N: Kalau untuk promo sih kita dari *management* ya yang bikin jadi kita sebagai pemilik masuk ke dalam *management* juga. Cuma tergantung balik lagi, kita kan ada beberapa divisi juga jadi setiap divisi ada pegang tanggung jawab juga seperti tim marketing kita bertanggung jawab untuk media sosial kita dan kepala produksi kita juga bertanggung jawab untuk mengatur stok yang ada biar tidak kelebihan dan tidak kekurangan juga.

A: Baik, jadi semua divisi punya tanggung jawabnya masing – masing ya Ko. Bagaimana dengan penginfoan karyawan di outlet – outlet kepada pembeli?

N: Nah untuk info kepada pembeli, kita selalu mengingatkan kepada karyawan di outlet untuk melakukan strategi yang dinamakan “*upselling*”, yang dimana karyawan harus menjelaskan promosi yang sedang kita jalankan agar pembeli mengetahui dan berminat akan promosi yang dibuat. Jadi harus didukung dari karyawan di tiap outletnya juga untuk berjalannya promosi ini.

A: Kalau untuk pembuatan promosinya sendiri itu gimana ko?

N: Kalau untuk promosi sih udah pasti pertama banget yang kita lihat itu keuntungannya apakah masih masuk kedalam *food cost* kita atau tidak. Biasanya kita tetapin *food cost* kita tidak lebih dari 60%. Ketika sudah lebih dari 60% dari perhitungan, biasanya kita tidak keluarkan promonya karena buat apa kita bikin promo tapi kita rugi. Untuk paket hemat tengah bulan kita dikisaran 45-50% *food cost* nya.

A: Lalu Ko tahap berikutnya apa?

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



N: Kedua kita lihat lagi bagaimana promo itu dibikin *gimmick* seperti apa dan bagaimana strategi promosinya untuk promo itu sendiri. Terkadang juga kalau promonya bagus tapi marketingnya gak jalan juga sama aja, ada juga yang promonya tidak bagus tapi marketingnya jalan *gimmick* nya dapet juga orang tertarik – tertarik saja. Ya jadi semua bertanggung jawablah maknanya itu.

A: Jadi yang paling penting udah pasti *profit* ya ko hahaha. Kalau untuk target pasarnya tuh Ko yang tadi dibicarakan, cara nentuin target pasarnya tuh gimana sih Ko kalau dari Ini Burger

N: Kalau target pasar kita kan sudah tahu ya bahwa target pasar kita itu kalangan menengah kebawah. Jadi kita adain promo tuh yang harganya masih bisa dijangkau dan lebih ke paket karena dapet banyak dan murah. Soalnya kalangan menengah kebawah itu pengen banget yang seperti itu.

A: Proses untuk pembuatan promo nya biasanya berapa lama ko?

N: Tergantung kalau itu, kadang bisa 2 minggu sudah jadi, bisa juga 3bulan baru bisa kita keluarkan. Biasanya yang lama itu kalau kita adakan kolaborasi dengan pihak lain. Jadi harus tektokkan sama orangnya juga itu yang bikin lama.

A: Nah sekalian ngomongin waktu yang dibuat, untuk bikin promosi biasanya persiapan apa saja sih Ko yang dilakukan?

N: Biasanya kita tuh udah pasti tektokkan dengan orang marketing bagaimana nih *gimmick* yang pas untuk promo tersebut, yang paling penting sih infoin ke tiap karyawan ya. Karena kan kami ada 14 outlet nih, jadi agak susah untuk menginfokan karena kepala outlet kita cuma satu untuk semua outlet bukan per outlet per satu kepala.

A: Kalau untuk nentuin promosinya bagaimana Ko?

N: Nentuinnya yang bagaimana nih?

A: Nentuin diskonnya Ko atau strateginya.

N: Untuk diskonnya ya seperti yang Saya katakan tadi, kita tidak akan mengeluarkan promo kalau *food cost* kita diatas 60%. Jadi buat apa juga kan kita mengeluarkan promo tapi kita rugi. Dan kita juga tahu bahwa target pasar kita kalangan menengah kebawah, maka dari itu kita keluarkan produk dengan harga yang murah dan tentunya mengeluarkan promosi juga agar harga yang kita jual sesuai dengan target pasar kita yaitu masyarakat kalangan menengah kebawah.

A: Kalau untuk strateginya?



N: Biasanya kita liat dari kompetitor juga untuk melihar refrensi – refrensi. Sebenarnya gak jauh – jauh sih kebanyakan promo kita tuh pembuatan paket dan potongan harga. Cuma *gimmick* nya saja yang diubah – ubah.

A: Ngomong – ngomong *gimmick* nih Ko, promosi Ini Burger tuh memakai media apa sih untuk promosinya?

N: Yang udah pasti Instagram, kita bikin *story* dan *feeds*. Dua dua nya kita iklankan. Kalau tim marketingnya tidak sibuk banget, kita biasanya bikin TikTok juga. Jadi ada beberapa video yang kita *upload* di TikTok kita untuk *awareness* aja sih sebenarnya.

A: Menurut Koko selama ini yang paling efektif menggunakan media apa nih?

N: Yang sudah pasti sih Instagram ya ( media paling efektif ) karena Instagram kita pengikutnya sudah banyak sekitar dua belas ribu pengikutnya dan kalau TikTok jujur karena hanya memiliki tiga ratusan pengikutnya, jadi kita juga gak mengharapkan banyak hanya untuk *awareness* saja dan lucu – lucuan. Bahkan untuk informasi – informasi kita lebih suka untuk memberitakannya di Instagram karena orang sudah banyak yang melihat Instagram kita terus

A: Nah Ko, saya kan ingin meneliti untuk yang promo paket hemat tengah bulannya. Untuk promo ini berjalan menurut Koko atau tidak?

N: Berjalan ya selama ini karena ditengah bulan itu penjualan kita menurun, ketika adanya paket itu penjualan kita di tengah bulan langsung naik.

A: Jadi kesuksesan dari promosi itu, dilihat dari peningkatan penjualannya ya Ko?

N: Oh iya dong. Kita kan ngadain promosi ini tujuannya untuk meningkatkan penjualan.

A: Kalau boleh tahu meningkat sampai berapa banyak Ko untuk paket hemat tengah bulan ini?

N: Sekitar 40%an lah ada naik karena munculnya promo paket hemat tengah bulan ini.

A: Apakah angka itu cukup signifikan untuk peningkatannya?

N: Cukup signifikan karena hampir setengahnya (kenaikannya) dari penjualan kita biasanya.

A: Jadi menurut Koko, daya tarik dari paket hemat tengah bulan itu karena keluar hanya di tengah bulan dan di tengah bulan itu calon pembeli pada ingin ngirit?

N: Iya kurang lebih seperti itu karena kan target pasar kita di kalangan menengah dan biasanya di kalangan menengah itu untuk pertengahan bulan sudah mulai irit – irit karena gajinya sudah mulai habis hahahaha.

A: Kalau untuk dana yang dikeluarkan Ko boleh tahu gak ya? Hehehe.

N: Kita gak banyak sih paling cuma *endorse* aja sama kita bikin iklan di instagram yang wajib dilakukan karena iklan di instagram itu ternyata sangat berpengaruh loh walaupun tidak menjanjikan pembeli itu membeli produk kita, tapi setidaknya bisa melihat dan mengetahui *brand* kita dulu.



A: Untuk nominalnya boleh disebutkan gak Ko?

N: Kisaran di 4 – 10 juta ya biasanya kami keluarkan untuk marketing.

A: Kalau untuk budget iklannya saja Ko?

N: *Budget* iklan seperti Instagram *advertisement* biasanya gak banyak cuma 300 ribu saja per promosi biasanya kita sudah tentukan di awal.

A: Wah, terima kasih banyak ya Ko Alvi atas waktunya. Sudah cukup pertanyaannya dari saya.

N: Terima kasih kembali Bert.



## Lampiran 2

### TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber: Intan Sahara.

Jenis Kelamin: Perempuan.

Usia: 22 Tahun.

Pekerjaan: Kepala Outlet Ini Burger.

Tanggal Wawancara: Minggu, 6 Agustus 2022.

Waktu Wawancara: 13.50 – 14.13

Tempat Wawancara: Ini Burger Sumagung, Kelapa Gading, Jakarta Utara

#### Keterangan:

A: Albert (Peneliti)

N: Intan Sahara (Narasumber)

A: Halo Kak Intan, mungkin tadi udah dengar wawancara dengan Ko Alvi ya. Pertanyaannya akan sama tapi pasti jawabannya berbeda karena Kak Intan kan dilihat dari sisi pandang karyawan outlet ya. Sebelumnya menurut Kakak untuk Ini Burger sendiri tuh menjual apa aja sih?

N: Halo juga Kak. Ini Burger itu restoran burger yang ngejual berbagai jenis burger dan snack. Tapi kita ada juga minumannya loh jadi semuanya ada disini hahaha.

A: Menurut Kakak nih, untuk Ini Burger sendiri buat meningkatkan penjualannya tuh biasanya melakukan apa sih?

N: Kita biasanya adain promosi ya Kak kayak potongan harga burger sama paket – paket.

A: Menurut Kakak promosi yang dijalankan sekarang berhasil gak untuk meningkatkan penjualan?

N: Berhasil banget kadang sampai ada yang meningkat sampai 20% – 30% dari penjualan biasanya.

A: Kalau untuk yang promo paket hemat tengah bulannya?

N: Kalau promo itu sejauh ini masih ada peningkatan karena *relate* gitu Kak dengan pembeli – pembeli kita yang kadang ditengah bulan belinya cuma satu satu saja.

A: Jadi untuk promo paket hemat tengah bulan juga berkontribusi kepada masyarakat?

N: Betul banget kak. Kontribusi kita terhadap masyarakat juga melalui promo paket hemat tengah bulan kita juga. Cara itu juga saya sampaikan di media sosial ketika promo ini mau dikeluarkan. Jadi di Instagram, saya membuat cerita seperti Ini Burger mengerti keresahan

penikmat Ini Burger pada pertengahan bulan. Maka dari itu, Ini Burger mengeluarkan promo paket hemat tengah bulan ini. *Gimmick – gimmick* seperti itu deh kak yang saya *upload* di media sosial.

A: Apakah karyawan di tiap outlet juga memberikan informasi tentang promosi yang diadakan?

N: Kalau persoalan itu (karyawan memberikan informasi promosi yang sedang berjalan kepada pembeli) Saya selaku kepala outlet selalu mengingatkan kepada setiap karyawan untuk selalu menawarkan promo yang sedang berjalan. Terlebih lagi untuk promo paket hemat tengah bulan ya Kak, karena sangat menjawab keresahan para pembeli. Banyak juga dari pembeli ketika ditawarkan promo paket hemat tengah bulan, dari yang beli dua burger jadi bisa ambil paket yang isi tiga burger karena harganya sama jadi lebih hemat untuk di kantong pembeli juga.

A: Untuk media promosinya menggunakan apa ya?

N: Kebetulan Saya yang megang juga untuk marketingnya Kak. Jadi biasanya Saya bikin *awareness* dulu nih Kak kayak contoh promo itu Saya bikin keresahan masyarakat yang dimana pas tengah bulan pada irit – irit karena gaji sudah mulai menipis. Darisana baru saya *upload feeds* dan *story* di Instagram tentang promo paket hemat tengah bulan.

A: Oh seperti itu. Baru darisana diiklankan?

N: Biasanya yang mengiklankan itu dari pihak *management* sih Kak karena itu menyangkut pembayaran – pembayaran. Tapi untuk iklan sih kita pasti melakukan iklan Kak untuk promosi apapun itu.

A: Bagaimana dengan TikTok yang sudah dijalankan Kak? Apakah efektif juga seperti Instagram?

N: Kalau untuk TikTok kita tidak aktif banget, tetapi kita cukup untuk sekedar ada saja. Sebenarnya juga karena orang marketingnya lebih ke *edit design* sih daripada video. Jadi untuk tiktok memang belum dijalankan. Tapi kita lagi mau jalankan TikTok kita lagi karena salah satu video kita sempat viral dan berdampak lumayan sekali di penjualan kita. Ya memang setelah tidak viral lagi, penjualan langsung *drop* kembali.

A: Kalau untuk persiapan di operasionalnya seperti apa Kak?

N: Untuk persiapan di operasionalnya Saya itu sudah pasti menginfokan kepada karyawan – karyawan di tiap – tiap outlet. Kita juga ada grup untuk semua karyawan dari seluruh outlet untuk menginfokan disana kalau ada *update*. Kalau masih ada yang belum jelas biasanya suka pada jampi ke saya.

A: Nah kalau *budget* yang dikeluarkan Kak Intan tahu atau tidak?

N: Wah kalau itu saya kurang tahu untuk nominalnya, namun yang sudah pasti pengeluarannya untuk *endorse* dan iklan di Instagram sih.



A: Baik Kak terima kasih atas waktunya.

N: Terima kasih kembali Kak Albert

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.







### Lampiran 3

## TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber: Rizky Ismail.

Jenis Kelamin: Laki - laki.

Usia: 23 Tahun.

Pekerjaan: Kepala Central Ini Burger.

Tanggal Wawancara: Minggu, 6 Agustus 2022.

Waktu Wawancara: 13.50 – 14.13

Tempat Wawancara: Ini Burger Sumagung, Kelapa Gading, Jakarta Utara

#### Keterangan:

A: Albert (Peneliti)

N: Rizky Ismail (Narasumber)

A: Halo Kak Rizky, pertanyaannya akan kurang lebih sama dengan wawancara yang sebelumnya. Menurut Kak Rizky, Ini Burger tuh apa sih dan menjual apa saja?

N: Ini Burger itu restoran burger yang menjual burger dengan harga yang murah namun berkualitas. Banyak varian yang dijual di Ini Burger dari jenis burgernya sampai snack yang dijual juga beragam.

A: Wah lengkap nih deskripsinya hahaha. Untuk sebelumnya kan dari Ko Alvi dan Kak Intan katanya meningkatkan penjualan biasanya Ini Burger mengeluarkan promosi, kalau menurut

Kak Rizky strategi promosi apa nih yang dilakukan Ini Burger?

N: Kita sih sudah pasti mengeluarkan promosi itu yang paling penting, namun disini itu karena saya kepala produksi untuk meningkatkan penjualan pasti dari bahan baku dan kontrol kualitas itu sangat penting juga untuk *customer* bisa balik lagi datang untuk membeli lagi.

A: Tapi dari semua itu apakah promosi berperan penting?

N: Sangat berperan karena sangat mempengaruhi ketika tidak ada promo itu pembelian stok dari tiap outlet itu sedikit sedangkan kalau promo bisa 2-3 kali lipat dari biasanya.

A: Kalau untuk persiapan promosinya apa saja yang Kak Rizky siapkan?

N: Sudah pasti dari stok ketika ada promo sehari dua hari sebelumnya itu sudah pasti Saya tambahin stok dari biasanya.

A: Untuk media promosi yang dilakukan, apakah Kak Rizky ada bantu untuk bagian marketing?



N: Kalau marketing promosi, Saya tidak memegang divisi itu, namun memang untuk di Ini Burger Instagram kita jalan sekali. Terkadang sampai untuk lebih detail promonya, Saya melihat dari Instagram ketimbang informasi resmi dari *management*. Tapi Saya juga mempromosikan dari akun pribadi saya saja seperti *story* Instagram dan *story* Whatsapp.

A: Kalau proses pengiklanannya Kak?

N: Wah kalau itu bisa langsung ditanyakan ke pihak *management* karena itu biasanya *management* yang mengerjakan.

A: Bagaimana dengan TikTok Ini Burger?

N: Wah jujur untuk TikTok memang kita sedang tidak dijalankan karena kekurangan karyawan, namun sempat salah satu video kita memang naik dan berdampak juga untuk *sales* kita walaupun hanya sebentar.

A: Apakah dari media Kak Rizky berpengaruh dengan peningkatan penjualannya?

N: Kadang juga teman – teman Saya suka membeli melalui Saya, jadi Saya tinggal alihkan ke *online* biasanya.

A: Wah sambil jualan juga berarti Kak Rizky ya. Kalau untuk *budget* dari marketingnya Kak apakah Kak Rizky juga tahu?

N: Kalau untuk *budget* saya kurang tahu ya karena biasanya dari *management* yang mengurus perihal itu.

A: Baik Kak terima kasih atas waktunya untuk wawancaranya ya.

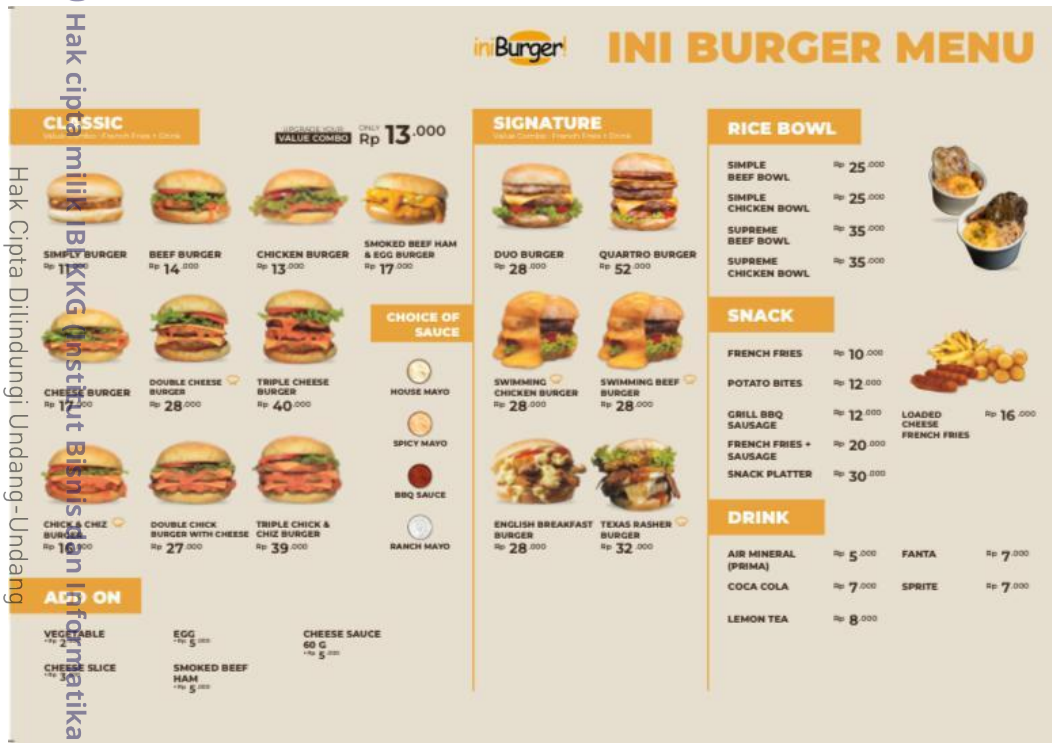
N: Sama – sama Kak Albert.

Di rangkai sebagai arsip dan untuk keperluan perorangan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



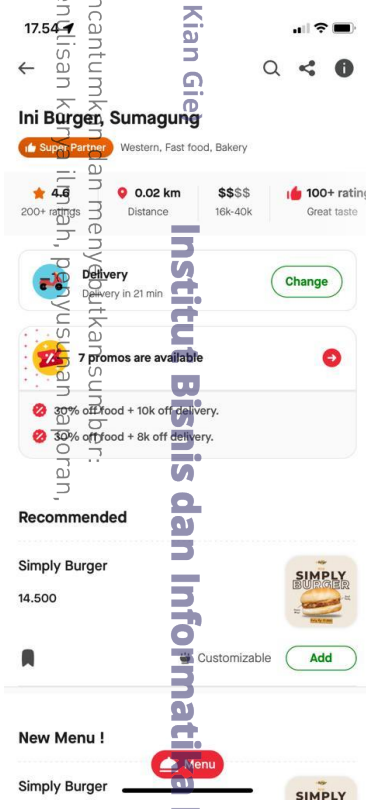
Lampiran 4

HASIL OBSERVASI

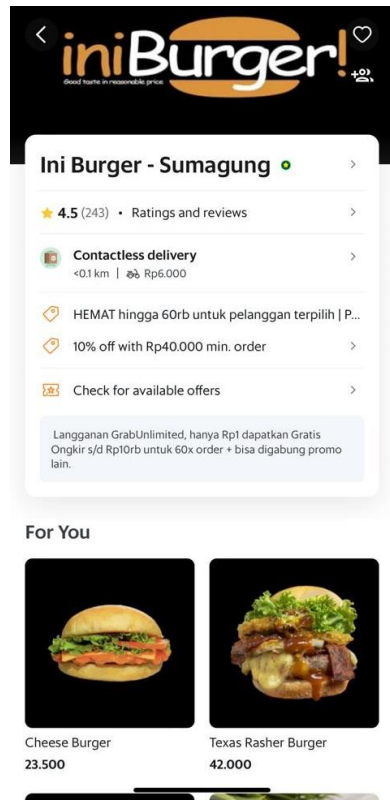


Menu Ini Burger

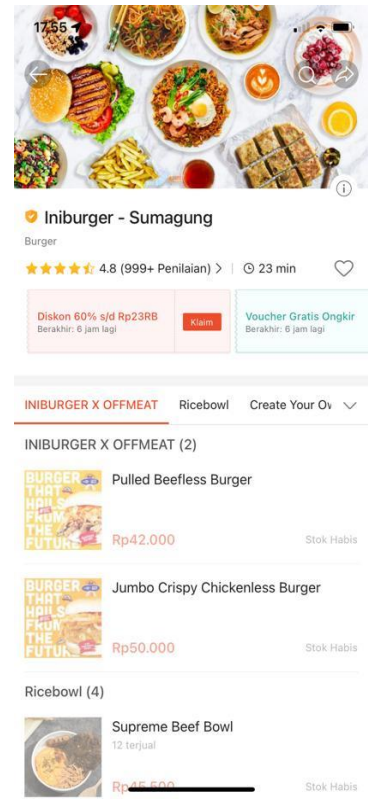
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumbernya.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Go Food Ini Burger



Grab Food Ini Burger



Shopee Food Ini Burger

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Kasir Ini Burger  
22 Maret 2022



Customer memesan menu  
22 Maret 2022



Aktivitas Promosi Ini Burger  
25 Maret 2022



Suasana Outlet Ini Burger  
25 Maret 2022



Lampiran 5

KEGIATAN WAWANCARA



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penyalinan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, saran, atau sejenisnya.
  - b. Penyalinan tidak merendahkan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Wawancara dengan *Owner Ini Burger*  
30 Maret 2022



Wawancara dengan *Kepala Produksi Ini Burger*  
30 Maret 2022



Wawancara dengan *Kepala Outlet Ini Burger*  
30 Maret 2022