



LAMPIRAN

Lampiran 1

Transkrip Wawancara

Narasumber: Anissa Cahyaputri

Jenis kelamin: Perempuan

Usia: 29 Tahun

Jabatan: Co-owner TnT Beauty Shop

Tanggal Wawancara: Sabtu, 16 Desember 2023

Keterangan:

N: Natasha (Peneliti)

A: Anissa (Informan)

N: Selamat siang, Bu Anissa. Perkenalkan nama saya Natasha Velia, sebelumnya seperti yang sudah diketahui maksud saya pada hari ini adalah untuk mewawancarai perihal penelitian saya, Sebelumnya apakah Ibu boleh memperkenalkan diri?

A: Iya perkenalkan nama saya Anissa sebagai *co-owner* dari TnT Beauty Shop.

N: TnT Beauty Shop mulai berdiri sejak kapan ya, Bu?

A: Sejak tahun 2014 secara online di Shopee.

N: Baik, pertama-tama saya mau bertanya tentang apa saja sih produk yang dijual oleh TnT Beauty Shop?

A: TnT Beauty Shop sendiri berfokus menjadi distribusi untuk produk-produk kecantikan bagi wanita dan pria. Produknya pun variatif sih, ada *skincare*, *makeup*, *bodycare*, *haircare*, *sunscreen*, *makeup tools*, aksesoris, dan lain-lain. Kita gak cuma jual produk buat wanita doang, tapi ada juga produk khusus buat pria.

N: Oke, lumayan banyak ya. Kalau boleh tahu, merek produk *makeup* dan *skincare* yang dijual oleh TnT Beauty Shop apa saja ya? Karena kita tahu sendiri sekarang produk *makeup* sama *skincare* udah bertebaran banyak banget mereknya di Indonesia.

A: Ada banyak sih, kita jual produk merek lokal kayak Wardah, Emina, Azarine, Pixy, Purbasari, Viva, Y.O.U, Skin Aqua, Scarlett, Somethinc, Mustika Ratu. Merek luar juga ada yang dijual sama kita kayak Skintific, Cosrx, Nacific, Pyunkang Yul. Oh iya, ada Pinkflash sama Focallure juga.

N: Oke, baik, cukup lengkap juga ya. Berarti merek produknya beragam banget ya jadi lebih gampang buat pembeli buat beli beberapa produk dengan merek berbeda di satu toko. Kalau begitu saya lanjut ke penelitian saya ya, kan dari yang saya lihat tuh TnT Beauty



Shop udah jual puluhan sampai ratusan ribu produk. Nah gimana sih cara Ibu untuk mempromosikan TnT Beauty Shop?

A: Buat sekarang ini sih kita lagi fokus promosi di Instagram, Facebook, sama Tiktok ya, soalnya kan sekarang lebih banyak orang yang pakai media sosial itu. Kalau di Instagram, kita *post* banyak konten foto di *feeds* kayak kasih tahu ada diskon apa atau produk apa yang harganya lagi turun supaya nanti muncul pas lagi *scroll timeline* terus kita juga pakai IG *story*. Facebook juga sama kayak Instagram, lebih banyak promosiin produk. Kalau videonya, kita lebih milih buat post di TikTok. Biasanya isi videonya sih lebih ke informasi tentang kelebihan produk atau gimana sih *apply* produknya ke kulit kita.

N: Berarti media pemasaran yang dipakai itu cuma Instagram, TikTok, sama Facebook aja ya, Bu?

A: Iya, betul.

N: Kan Ibu pilih Instagram sebagai media pemasaran, nah kenapa sih Ibu pilih Instagram? Kenapa gak media sosial yang lain gitu kayak Twitter?

A: Menurut saya, sekarang lebih banyak anak muda yang pakai Instagram sih soalnya kan target kita juga lebih ke anak muda ya. Terus di Instagram juga banyak banget fiturnya, jadi lebih gampang buat bikin konten yang lebih menarik. Lebih gampang juga buat komunikasi sama pembeli. Saya lihat juga sekarang lebih jarang yang pakai Twitter daripada Instagram.

N: Oh begitu ya.. lalu bagaimana TnT Beauty Shop melakukan pemasaran di Instagram?

A: Pertama, kita buat konten-konten buat diposting di *feeds*. Kita juga sering *live* supaya bisa promosi dan komunikasi langsung ke pembeli. Di profil akun, kita juga lampirin *link* yang nantinya berhubungan langsung sama akun Shopee. Jadi konsumen yang mau lihat katalog produk bisa langsung lihat semuanya lewat *link* itu.

N: Oke, terus apa saja sih konten yang selama ini dibuat oleh TnT Beauty Shop buat diposting ke Instagram?

A: Ada konten tentang produk, konten promosi kayak diskon gitu, terus kita juga sempet buat konten Gadis Kretek pas filmnya baru tayang dan *viral*.

N: Banyak juga ya, kenapa TnT Beauty Shop memilih untuk membuat konten-konten seperti itu?

A: Kenapa pilih buat itu.. karena fokus usaha kita kan buat nambah kepercayaan konsumen dan jumlah penjualan supaya dapat omset lebih banyak. Jadi kita lebih utamakan buat selalu kasih tahu potongan harga sama informasiin soal kualitas produk sih.

N: Baik. Oh iya, siapa yang bertanggung jawab atas pemasaran yang dilakuin sama TnT Beauty Shop ya?

A: Ada tim *digital marketing* yang ngurusin sosmed dan bikin konten, ada Putri sama Stella.

N: Jadi cuma 2 orang yang ngurus akun sosmed ya, Bu?

A: Iya, benar.

N: Baik, terus saya mau tanya. Apakah TnT Beauty Shop menggunakan *affiliates* di Instagram?



A: Iya, pakai.

N: Untuk menjadi *affiliates* di Instagram tuh, kriterianya apa saja ya?

A: Kita gak ada kriterianya sih, tapi diutamakan orang-orang yang emang mau kerja keras dan aktif di media sosial.

N: Wah, kenapa kriterianya harus kerja keras tuh, Bu?

A: Karena kan belum tentu setiap harinya mereka bakalan bisa buat ngejual produk, makanya harus sering-sering promosi.

N: Oh begitu ya.. terus apa saja tugas yang dilakukan oleh *affiliates* dari TnT Beauty Shop?

A: Tugasnya buat konten promosi yang menarik sih, contohnya kayak kasih ulasan produk atau kasih informasi tentang manfaat produk. Nanti di kontennya, dilampirin *link* toko kami supaya pembeli bisa langsung klik pas mau beli. Mereka juga diperbolehkan buat ngelaknin *live* buat promosiin barang kita.

N: Oke. Untuk budget *affiliates*, berapa yang diperlukan oleh Ibu?

A: Gak tetap sih, karena kita bayar *affiliates* ini dalam sistem komisi. Jadi kalau ada yang beli barang yang dipromosiin, nanti mereka dapat komisi 5% sampai 20% dari harga barang yang kejual. Jumlah komisinya bisa beda-beda, tergantung sama merek produk yang dijual mereka.

N: Kalau kasarannya, setiap bulan Ibu keluarin biaya sekitar berapa untuk *affiliates* ya?

A: Mungkin sekitar 200 ribu sampai 400 ribu per bulannya.

N: Baik, sekarang udah pertanyaan terakhir nih. Menurut Ibu, apakah strategi pemasaran yang dilakukan oleh TnT Beauty Shop melalui Instagram @tntbeautyofficial sudah efektif atau belum?

A: Menurut saya, di awal mungkin belum cukup efektif. Tapi untuk sekarang udah efektif sih karena pembeli TnT Beauty Shop juga sudah meningkat 3 kali lipat.

N: Oke, sekian wawancara saya. Terima kasih untuk waktunya, Ibu.

A: Sama-sama.



Lampiran 2

Transkrip Wawancara

Narasumber: Putri Adelia

Jenis kelamin: Perempuan

Usia: 23 Tahun

Jabatan: Tim *digital marketing* TnT Beauty Shop

Tanggal Wawancara: Sabtu, 16 Desember 2023

Keterangan:

N: Natasha (Peneliti)

P: Putri (Informan)

N: Selamat siang, Bu Putri. Perkenalkan nama saya Natasha Velia mahasiswa akhir Kwik Kian Gie School of Business, sebelumnya seperti yang sudah diketahui maksud saya pada hari ini adalah untuk mewawancarai perihal penelitian saya, Sebelumnya apakah Ibu boleh memperkenalkan diri?

P: Oke, baik. Jadi perkenalkan nama saya Putri dan disini saya bekerja sebagai pemasaran dari TnT Beauty Shop sudah selama sekitar 1 tahun.

N: Baik, pertama-tama saya mau bertanya tentang apa saja sih produk yang dijual oleh TnT Beauty Shop?

P: Produknya bermacam-macam sih walaupun fokusnya ke produk kecantikan. Ada *skincare*, *makeup*, *bodycare*, *haircare*, parfum. Gak cuma itu aja, kita juga jual *makeup tools* sama aksesoris. Jadi cukup bervariasi.

N: Baik, lumayan banyak ya. Kalau boleh tahu, merek produk *makeup* dan *skincare* yang dijual oleh TnT Beauty Shop apa saja ya? Karena kita tahu sendiri sekarang produk *makeup* sama *skincare* udah bertebaran banyak banget.

P: Kita bekerjasama dan distribusi berbagai merek, jadi ada merek lokal seperti Wardah, Emina, Azarine, Somethinc, Scarlett. Terus ada juga merek luar negeri dari Korea kayak Cosrx sama Pyunkang Yul.

N: Oke, baik, cukup lengkap juga ya.. Kalau begitu saya lanjut ya, bagaimana cara untuk mempromosikan TnT Beauty Shop hingga dapat menjual puluhan hingga ratusan ribu produk?

P: Untuk saat ini, kita ngelakuin promosi di 3 media sosial kayak Instagram, Tiktok, sama Facebook. Kita ngelakuin kegiatan promosi dengan cara kasih potongan harga, kan sekarang semua orang lebih suka barang-barang yang diskon jadi lebih hemat kantong. Ada kerjasama juga sama banyak *affiliates* dan kebetulan udah banyak orang yang jadi *reseller* kita jadi ngebantu banget buat ningkatin jumlah penjualan kita. Kita juga selalu interaktif ke *followers* dengan ngadain sesi *QnA* gitu jadi mempererat hubungan sama konsumen lewat IG *story*.

N: Berarti ada tiga media sosial yang dipakai ya, Bu?



P: Benar.

N: Baik, lalu kenapa sih Ibu pilih Instagram buat jadi saluran pemasaran?

P: Sekarang tuh Instagram udah jadi media promosi yang menurut saya paling populer di masyarakat, khususnya di kalangan anak-anak muda. Gak cuma anak muda doang sih yang pakai Instagram, ada orang dewasa juga yang pakai. Jadi lebih efektif buat ngelakuin pemasaran di Instagram. Terus Instagram nyediain banyak fitur menarik ya, jadi kita bisa pakai fitur-fiturnya buat promosi juga.

N: Kenapa gak di media sosial yang lain kayak Twitter gitu, Bu?

P: Dari apa yang saya lihat, gak semua orang pakai Twitter tapi udah pasti semua orang pakai Instagram ya. Terus sekarang kan Instagram juga ngeluarin *Threads* yang kayak Twitter, jadi dirasa ya cukup di Instagram aja. Lagian sekarang kita juga pakai fitur *Threads* kok buat ngobrol sama *followers-followers* kita.

N: Baik, lalu bagaimana TnT Beauty Shop melakukan pemasaran di Instagram?

P: Pastinya kita buat konten supaya bisa diposting di *feeds* sama *story* sih.

N: Oke, lalu apa saja konten yang selama ini dibuat oleh TnT Beauty Shop buat diposting ke Instagram?

P: Kontennya banyak, ada konten informatif tentang produk kayak kasih tahu manfaat atau keunggulannya, konten promosi kayak kasih tahu ada diskon apa aja, konten interaktif sama konsumen kayak giveaway. Oh iya, yang konten informatif, kita juga ada ngasih tahu cara-cara penggunaan produk atau kandungan dalam produk karena kan banyak orang yang kulitnya sensitif dan gak bisa kena bahan tertentu.

N: Betul, lalu mengapa TnT Beauty Shop memilih untuk membuat konten-konten seperti itu?

P: Supaya dapat mempersuasi pembeli, kita kan harus memberikan informasi yang jelas dan lengkap. Jadi kita pilih untuk buat konten kayak gitu supaya nanti pembeli gak ada kesalahan informasi.

N: Siapa yang bertanggung jawab atas pemasaran yang dilakuin sama TnT Beauty Shop ya?

P: *Digital marketing* diurus sama saya dan rekan saya, Stella.

N: Itu tugasnya apa aja, Bu?

P: Kita tanggung jawab buat ngurusin jadwal posting konten dan *brainstorming* buat bikin konten-konten di sosmed. Kita juga bantu *edit* buat konten-kontennya.

N: Baik, terus saya mau tanya. Apakah TnT Beauty Shop menggunakan *affiliates* di Instagram?

P: Iya, kita pakai *affiliates* juga.

N: Untuk menjadi *affiliates* di Instagram, kriterianya apa saja ya?

P: Untuk jadi *affiliates*, kita lihat orang-orang yang aktif di media sosial dan punya jumlah *followers* yang banyak. Karena percuma kan kalau pakai *affiliates* yang *followers*-nya sedikit belum tentu bisa jangkau semua orang.



N: Baik. Sesudah itu, apa saja tugas yang dilakukan oleh *affiliates* dari TnT Beauty Shop?

P: Tugasnya cuma satu sih, mereka harus bikin konten tentang produk-produk kita dan posting kontennya di akun mereka sendiri.

N: Jenis konten apa saja yang harus dibuat oleh *affiliates*?

P: Kita lebih utamakan untuk bikin konten tentang *review* produk, tapi mereka harus buat dengan kata-kata yang menarik dan gak boleh terlalu kelihatan kayak *affiliates*. Soalnya kan sekarang orang-orang gak percaya buat beli barang yang dipromosiin sama *affiliates*.

N: Untuk budget *affiliates*, berapa yang diperlukan setiap bulannya?

P: Setiap bulannya biasa sekitar 200 ribu hingga 400 ribu.

N: Baik, apakah strategi pemasaran yang dilakukan oleh TnT Beauty Shop melalui Instagram @tntbeautyofficial sudah efektif atau belum?

P: Iya, sudah efektif setiap bulannya angka penjualan kita meningkat.

N: Baik, sekian wawancara dari saya. Terima kasih untuk waktunya, Ibu.

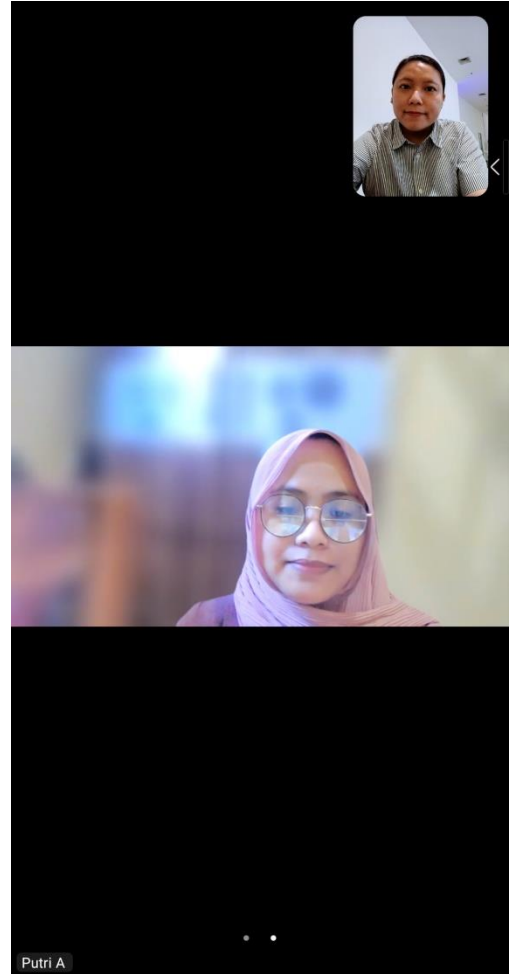
P: Iya, sama-sama.

Lampiran 3

©



Wawancara dengan *co-owner*
TnT Beauty Shop



Wawancara dengan tim *digital marketing* TnT Beauty Shop