



LAMPIRAN

DOKUMENTASI

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



© Hak cipta milik IBI KKG (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

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 1

Nama : Kevin Aprillia

Jabatan : Direktur Utama

Tanggal wawancara : 15 februari 2024

Via : Tatap muka

Keterangan

P : peneliti

KA : Kevin Aprillia

P: Sejak kapan memulai bisnis F&B?

KA: Sejak 2016

P: Bisnis jenis F&B apa yang dimulai pertama kali?

KA: Bisnis F&B Retail juga, pertama kali saya berjualan sate Taichan

P: Mengapa memilih bidang kopi ? Dari mana ide membuka bisnis kopi?

KA: karena bidang kopi adalah bisnis yang trendnya masih bertahan dan sejauh ini tidak ada penurunan, awalnya saya hanya membantu teman saya dengan membeli sahamnya agar bisa melanjutkan kedainya. Tapi saya berpikir dan memutuskan mengapa tidak membangun bisnis kopi saja dari awal dan ya lahirlah Daerah Kopi.

P: Sejak kapan daerah kopi beroperasi?

KA: Sejak januari 2023

P: Apa yang membedakan Daerah Kopi dengan tempat kopi sekitarnya?

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



KA: *service* dan kualitas , karena sebelum saya membuka Daerah Kopi di area kemayoran ini saya survei ke tempat kopi sekitar , dan saya menyimpulkan bahwa Tempat kopi daerah kemayoran ini memiliki kekurangan dalam hal *service* dan kualitas

P: Apa tujuan daerah kopi dengan adanya “promosi”?

KA: khususnya untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap hadirnya Daerah Kopi di area Kemayoran dan untuk membedakan citra *service* dan kualitas yang berbeda dan juga tentunya untuk menaikkan omset tapi kenaikan omset nomor sekian yang paling utama masyarakat tau dulu Daerah kopi

P: Apa yang dilakukan untuk mempromosikan daerah kopi?

KA: dengan media sosial yang utama *TikTok* dan *Instagram* dan kita menggunakan spanduk terus kita juga sebisa mungkin mengikuti kompetisi-kompetisi kopi dan mengadakan promo potongan harga dengan syarat *Tag* akun media sosial Daerah Kopi, lumayan dari promosi gratis di akun *Customer*

P: Mengapa promosi penting bagi daerah kopi?

KA: penting, untuk menjangkau konsumen dengan memberikan informasi seputar produk, promosi dan *event*. Ya balik lagi juga sama biar orang-orang mengetahui keberadaan Daerah Kopi

P: Apakah daerah kopi memiliki Target promosi ?jika ya tolong dijelaskan.

KA: yang pasti target utama orang sekitar, masyarakat sekitar khususnya umur 17-30 tahun

P: Bagaimana cara daerah kopi untuk menaikkan *awareness* masyarakat?

KA: konsisten sama media sosial ,ngadain promo dan *event* kaya kemarin kita ngadain *live music* sama jemimah *idol* dan *PITU band*, promosi juga kaya promo pernikahan, *valentine*, tahun baru dan biasanya setiap promo kita selalu netapin syarat untuk *TAG* media sosial Daerah Kopi dan kita konsisten dengan *service*

P: Mengapa media sosial *TikTok* yang dipilih sebagai media promosi Daerah Kopi?



KA: yang saya tahu dan saya alamin *TikTok* itu lebih mudah menyebar istilahnya FYP deh

P: Bagaimana konsep promosi yang digunakan *TikTok*?

KA: konsep yang kita pake buat *TikTok* konsep hiburan-hiburan biar lebih masuk ke semua kalangan dan lebih menarik juga ga tegang karena kalau Tegang-tegang kan bosan juga ya

P: Bagaimana cara melaksanakan konsep promosi tersebut? Apakah selalu mencari referensi ?

KA: kita cari referensi dari konten orang kita buat ulang dan pake konsep kita sendiri jadi membedakan juga dengan konten orang walaupun kita cari referensi juga dan kita tidak selalu mengcopy konten orang kadang ada juga konten ide pihak kita sendiri.

P: Apakah cara dan media tersebut memiliki dampak positif? Jika ya tolong disebutkan dan dijelaskan.

KA: Sejah ini justru dapetnya dampak positif yah kaya customer tau Daerah Kopi dari *TikTok* datang lagi juga bawa teman atau keluarganya bahkan ada yang sampai deal untuk bikin acara ulang tahun

P: Apakah ada dampak negatif yang didapatkan selama menggunakan *TikTok* sebagai media promosi?

KA: belum ada sih paling waktu itu sempat posting flyer event *di TikTok* karena pake *sound original* penyanyinya jadi ga bisa *FYP*

P: Bagaimana cara agar konten daerah kopi agar meluas di masyarakat?

KA: Awalnya kita ga tau jam *FYP* kita sampai akhirnya kita tau jam bagus untuk *posting* konten itu di jam 3-4 sore dan kita juga gunakan *hashtag* biar lebih mudah meluas di pencarian orang dan konsep konten juga kita harus perhatiin

P: Apakah ada kendala dalam menggunakan Tik Tok sebagai media promosi?

KA: Ada, kaya kita harus ngepost sesuai jam *FYP*, konten kreatif yang bisa menarik dan ga ngebosenin menghindari juga biar ga kaya jiplak konten orang lain



P: Bagaimana cara daerah kopi menarik konsumen untuk membelikan ulasan dan share tentang daerah kopi?

KA: Kita biasanya ngadain promo dengan memberikan ulasan *google review* atau *TAG* Daerah kopi di media sosial dan kita biasanya juga membiasakan karyawan dengan bertanya saran untuk Outlet

P: Bagaimana daerah kopi melatih pekerjaanya untuk memastikan dari mana mereka mengetahui daerah kopi?

KA: Pasti kita melatih ya, dan kadang-kadang mungkin masih suka kelewat sama karyawan. Kita membiasakan dari awal untuk mereka tidak lupa senyum, ramah, *upselling*, bertanya tentang saran dan dari mana mengetahui Daerah kopi

Narasumber 2

Nama : Natasya Ramadanti

Jabatan : Barista dan kasir

Tanggal wawancara : 15 februari 2024

Via : Tatap muka

Keterangan

P : peneliti

NR : Natasya Ramadanti

P: Sejak kapan berkecimpung di dunia F&B?

NR: Sejak 2021 sebagai barista juga selama 3 bulan

P: Sejak kapan bekerja di Daerah Kopi?

NR: Dari awal Daerah kopi buka bulan januari 2023

P: Apa yang membedakan Daerah kopi dengan tempat kerja sebelumnya?



NR: Lebih fleksibel dalam pengambilan jadwal kerja, pekerjaan yang jelas mulai dari jam kerjanya dan menu-menunya yang sudah jelas diajarkan dari awal dan juga teman kerja yang gak kaku

P: Apakah mengikuti *TikTok* Daerah kopi?

NR: Iya dong jangan kan mengikuti saya juga menjadi *talent* kontennya

P: Menurut anda mengapa *TikTok* di pilih sebagai media promosi daerah kopi?

NR: Menurut saya mungkin karena *TikTok* punya image yang mudah tersebar videonya atau istilahnya gampang *viral* deh

P: Apakah anda merasakan dampak positif dan negatif setelah daerah kopi menggunakan *TikTok* sebagai media promosi?

NR: Dampak positif sih pasti ada ya karena kami sebagai pekerja dilatih untuk bertanya dari mana mengetahui Daerah kopi khususnya untuk pengunjung yang belum pernah datang. Kalau dampak negatif sejauh ini saya sebagai Barista belum merasakan

P: Bagaimana cara mengetahui konsumen yang tertarik terhadap Daerah kopi?

NR: Konsumen yang datang terus ya seminggu 2 sampai 3 kali

P: Apakah anda mempertanyakan kepada konsumen dari mana mengetahui Daerah kopi?

NR: Nanya, karena kita dilatih untuk mempertanyakan itu dan dengan tujuan mengetahui mana yang promosinya lebih berpengaruh

P: Bagaimana cara merespon konsumen yang mengetahui daerah kopi dari *TikTok*?

NR: Ditanggapi dengan baik aja dengan kita ucapin terimakasih dan datang lagi kalau memang memungkinkan kita biasanya nanya saran

P: Berapa banyak konsumen yang mengetahui daerah kopi dari *TikTok* dalam skala 1 minggu?

NR: Selama saya menjadi *Barista* dan Kasir disini setelah promosi lewat *TikTok* awalnya ga berpengaruh banyak, tapi setelah lewat 2 minggu baru orang mulai berdatangan yang



awalnya seminggu cuma 2 sampai 4 orang sekarang sudah mulai meningkat sekitar 7 sampai 10 orang dalam seminggunya

P: Menurut anda mengapa konten *TikTok* Daerah Kopi bisa menarik konsumen?

NR: Karena lucu sih kan kita parodiin cara kerja kita, komplain konsumen dan sejenisnya

P: Bagaimana menurut anda cara agar konsumen datang lagi?

NR: Dengan pelayanan yang kita dan konsistensi rasa minuman juga bisa berpengaruh

P: Saran anda dalam promosi *TikTok* daerah kopi?

NR: lebih konsisten dan lebih banyak lagi ide kontennya

Narasumber 2

Nama : Inaya

Jabatan : Konsumen Daerah Kopi

Tanggal wawancara : 16 februari 2024

Via : Tatap muka

Keterangan

P : peneliti

I : Inaya

P: Sejak kapan mengetahui Daerah Kopi?

I: Dari bulan oktober 2023

P: Bagaimana anda mengetahui Daerah kopi? Apakah dari *TikTok*?

I: Awalnya melihat konten event *Tatto* di *FYP TikTok* dari situ saya mengetahui Daerah Kopi dan baru tahu kalau ada *coffee shop* dekat rumah

P: Apa yang membuat anda tertarik terhadap daerah kopi sehingga anda datang dan menjadi pelanggan tetap hingga sekarang?



I:Awalnya dekat dari rumah dan kebetulan saya mau mengerjakan tugas, saya datang dan dilayani dengan ramah dan rasa kopinya enak dengan harga yang pas dan saya cukup kaget

untuk di daerah sini jarang ada pelayanan yang ramah dan rasa kopi yang konsisten

P:Bagaimana tanggapan anda tentang Daerah Kopi?

I:Pelayanannya sangat ramah dengan harga yang murah saya mendapatkan yang ramah seperti *café* di Jakarta selatan yang punya nama

P:Apakah yang membedakan Daerah Kopi dengan tempat kopi sekitar lainnya?

I: Harganya murah,tempatnya nyaman dan luas bisa untuk tempat hangout tapi dekat rumah *plus* pelayanannya yang ramah

P:Jika anda mengetahui Daerah Kopi dari *TikTok* mengapa konten *TikTok* Daerah kopi bisa menarik konsumen?

I:Dengan beberapa konten yang menghibur padahal isinya sedang mempromosikan Daerah kopi dari situ saya sendiri tertarik dan ingin melihat langsung dan merasakan produknya

P:Apakah anda tertarik untuk menyebarkan Daerah Kopi?jika ya mengapa?

I:Karena saya ingin memberitahu teman saya dan keluarga saya untuk nongkrong di Daerah Kopi apalagi dengan seringnya promo dan *event Live Music* setiap *Weekend*

P:Bagaimana Saran anda untuk promosi khususnya *TikTok* daerah kopi?

I:Lebih sering posting konten dan lebih banyak kaitan produk di konten yang menghibur karena saya juga merasa terhibur dengan konten yang ada siapa tau orang lain juga bisa tertarik seperti saya