

Lampiran: Setelah wawancara dengan *key informan Public Relations* dan *Store Manager PT Crescenda Sukses Perdana (Black Campaign Coffee)*



Lampiran: Subyek Penelitian *Black Campaign Coffee*



Lampiran:

Laporan Penelitian
(Hasil Interview)

Tanggal : 30 Mei 2020

Waktu : 08.15

Narasumber : N. Ida Gabe Nasution

Jabatan : *Public Relations*

Pertanyaan wawancara *key informan*:

1. Fact finding

1.) Apakah ada usaha sejenis disekitar lokasi? jika ada, berapa banyak?

Jawab: Ada, perkiraan sekitar 7 sampai 8.

2.) Apa saja fasilitas yang anda berikan kepada pelanggan?

Jawab: Black Campaign Coffee memberikan fasilitas seperti, wifi dan juga ac. Black Campaign Coffee juga memiliki dua ruangan indoor dan outdoor berlantai dua. Adapun smoking area indoor, dan toilet, mushola.

3.) Apa kelebihan dari produk yang di tawarkan kepada pelanggan?

Jawab: Kelebihan dari produk Black Campaign Coffee memiliki kopi specialty, tetapi harga tidak terlalu tinggi seperti kopi specialty lainnya.

4.) Bagaimana desain produk yang ada di Black Campaign Coffee dalam meningkatkan brand awareness Black Campaign Coffee?

Jawab: Desain Black Campaign Coffee bertemakan industrialis dan simpel, lebih berusaha zero waste yaitu menggunakan sedotan berbahan kertas yang di daur ulang maupun tissue yang sudah didaur ulang.

5.) Seberapa efektif jika ada promosi penjualan yang ditawarkan kepada pelanggan?

Jawab: Lumayan efektif, dengan menggunakan promosi via instagram dan facebook yang utama dengan mengadakan kuis dan giveaway, promo pun diberikan di platform delivery seperti grabfood dan gofood.

6.) Apakah Black Campaign Coffee pernah melakukan riset menu coffee apa yang sedang banyak di minati pelanggan dalam upaya meningkatkan brand awareness Black Campaign Coffee?

Jawab: Setiap bulannya Black Campaign Coffee memperhatikan apa yang sedang di minati oleh pelanggan, sistem pos (point of sale) dua menu yang menjadi favorit yaitu caramel maciato dan es kutang.

2. Planning

1.) Upaya apa saja yang dilakukan dalam menghadapi ancaman pesaing baru?

Jawab: Melakukan promo, melihat apa yang di punya oleh pesaing dan tidak di punya Black Campaign Coffee dan terus berinovasi dengan membuat menu minuman dan makanan yang baru.

2.) Bagaimana cara mengatasi masalah tanggapan pelanggan terhadap fasilitas yang kurang memuaskan yang diberikan oleh Black Campaign Coffee?

Jawab: Meminta maaf kepada pelanggan dan memperbaiki kesalahan, karna lebih banyak tanggapan pelanggan mengenai provider wifi Black Campaign Coffee yang tidak lancar ketika sedang turun hujan.

3.) Bagaimana cara publik mengenal Black Campaign Coffee dalam meningkatkan brand awareness?

Jawab: Yang dilakukan Black Campaign Coffee agar orang-orang menyadari adanya Black Campaign Coffee yaitu mengupdate feed via Instagram dan Facebook, mendaftarkan di Google Business.

4.) Upaya apa yang dilakukan dalam membuat program untuk meningkatkan brand awareness Black Campaign Coffee?

Jawab: Menggunakan loyalty card, teknik pengumpulan 10 stempel, cara agar mendapatkan stempel dengan pembelian minuman per Rp.25.000 mendapatkan 1 stempel loyalty card. Terkumpulnya 10 stempel tersebut dapat ditukarkan dengan 1 gelas minuman gratis. Dengan adanya loyalty card itu bisa membuat pelanggan lebih bersemangat untuk mendapatkan minuman gratisnya.

5.) Bagaimana cara memperkenalkan program-program yang dibuat oleh Black Campaign Coffee kepada pelanggan?

Jawab: Caranya dengan memberi tahu langsung kepada pelanggan saat taking order.

3. Communication

1.) Usaha apa yang sudah dilakukan dan yang akan dilakukan PT. Crescenda Sukses Perdana (Black Campaign Coffe) dalam meningkatkan pelanggan?

Jawab: usaha yang sudah dilakukan, mengaktifkan sosial media seperti Instagram dan facebook untuk memberikan informasi tentang Black Campaign Coffee kepada orang-orang. Memakai program iklan dari instagram karna instagram tu reachnya lumayan besar karna bisa memfilter siapa yang ingin kita tentukan. Dan promo-promo melalui grabfood, dan gofood.

2.) Melalui media apa sajakah yang dipilih untuk berkomunikasi dengan pelanggan dalam rangka meningkatkan brand awareness Black Campaign Coffee?

Jawab: Instagram, Facebook, WhatsApp, adapaun Zomato, Google My Business

3.) Mengapa memilih media tersebut?

Jawab: Untuk Instagram dan facebook dikarenakan memakai program iklan, kami bisa memfilter reachnya, tergantung pasarnya yang kami lihat seberapa banyak dari usia berapa sampai apa yang disukai oleh orang-orang pada saat ini lebih spesifik, jika whatsapp lebih personal karna pelanggan lebih merasa dihargai antara hubungan Black Campaign dan pelanggan.

4. Evaluasi

1.) Bagaimana jumlah hasil dari strategi meningkatkan brand awareness Black Campaign Coffee?

Jawab: Sejauh ini hasilnya sudah berhasil karna setiap bulannya kami selalu mentargetkan sesuai sales perbulannya, dan setiap bulannya selalu naik dan goals target.

2.) Setelah melakukan evaluasi apakah ada kelemahan dari strategi yang di lakukan oleh PT. Crescenda Sukses Perdana (Black Campaign Coffee)?

Jawab: kelemahan untuk internal belum ada tetapi lebih eksternal, karna mengandalkan delivery melalui grabfood dan gofood. Ada beberapa deriver ketika cuaca tidak mendukung dan tidak mau mengambil pesanannya.

1) Apa saja hambatan-hambatan yang di alami Public Relations PT Crescenda Sukses Perdana dalam meningkatkan brand awareness Black Campaign Coffee?

Jawab: karna trend yang selalu berputar maka kami tidak boleh kehabisan ide untuk mengikuti trend yang sedang terjadi. Dan juga kami mempromosikan Black Campaign melalui media sosial khususnya Instagram banyaknya pendatang baru yang produknya sejenis dengan Black Campaign Coffee yaitu custom design yang mudah ditiru apalagi Black Campaign Coffee memperkenalkannya lewat media sosial yang banyak dilihat oleh publik dan mempromosikan produknya dengan selebgram.

(Hasil Interview)

Tanggal : 30 Mei 2020

Waktu : 07.13

Narasumber : M. Solihin

Jabatan : *Store Manager*

Pertanyaan wawancara:

1. Fact finding

1) Apakah ada usaha sejenis disekitar lokasi? jika ada, berapa banyak?

Jawab: Ada, lebih dari 10 tempat

2) Apa saja fasilitas yang anda berikan kepada pelanggan?

Jawab: Fasilitasnya mengutamakan dine in tersedia dua lantai, smoking area dan non smoking area. Fasilitas terdiri dari: wifi, meja kerja, meja untuk meeting, musik dan tv

3) Apa kelebihan dari produk yang di tawarkan kepada pelanggan?

Jawab: Mempunyai es kopi susu yang berbeda dengan es kopi lainnya, yaitu salah satu satunya es kutang (es kopi susu tangerang)

4) Bagaimana desain produk yang ada di Black Campaign Coffee dalam meningkatkan brand awareness Black Campaign Coffee?

Jawab: desain produk untuk dine in kami kemas dengan gelas-gelas yang “hits” misalnya gelas-gelas cocktail dan kami menyediakan paper straw. Sedangkan untuk take away kami kemas dengan desain cup yang menggunakan logo Black Campaign Coffee lalu dan paper bag

5) Seberapa efektif jika ada promosi penjualan yang ditawarkan kepada pelanggan?

Jawab: Cukup efektif

6) Apakah Black Campaign Coffee pernah melakukan riset menu coffee apa yang sedang banyak di minati pelanggan dalam upaya meningkatkan brand awareness?

Jawab: Riset secara langsung itu belum, tetapi kami mempunyai point of sale system. Dari sistem itu bisa dilihat bahwa penjualan tertinggi itu pada menu es kutang

2. Planning

1) Upaya apa saja yang dilakukan dalam menghadapi ancaman pesaing baru?

Jawab: tentunya kami berinovasi dengan mengeluarkan produk baru, lalu membranding/mengupgrade kemasan menjadi lebih menarik

2) Bagaimana cara mengatasi masalah tanggapan pelanggan terhadap fasilitas yang kurang memuaskan yang diberikan oleh Black Campaign Coffee?

Jawab: Tanggapannya, kami memohon maaf lalu mendengarkan keluhan-keluhan pelanggan dan memberikan apa yang pelanggan inginkan

3) Bagaimana sistem penjualan yang dilakukan Black Campaign Coffee?

Jawab: sistem penjualannya yaitu, pelanggan bisa membeli produk kami langsung ke tempat atau melalui platform seperti gofood dan grabfood

3. Communication

1) Melalui media apa sajakah yang dipilih untuk berkomunikasi dengan pelanggan dalam rangka meningkatkan brand awareness Black Campaign Coffee?

Jawab: instagram dan facebook

2) Mengapa memilih media tersebut?

Jawab: Karena media tersebut mudah di akses untuk semua kalangan dan semua orang

4. Evaluasi

1) Bagaimana jumlah hasil dari strategi meningkatkan brand awareness Black Campaign Coffee?

Jawab: hasilnya cukup memuaskan, karena banyak feedback dari pelanggan tersebut

2) Apakah ada kendala yang dialami dalam melakukan strategi?

Jawab: kendalanya seperti kurangnya fasilitas yang tidak memuaskan bagi pelanggan

3) Setelah melakukan evaluasi apakah ada kelemahan dari strategi yang dilakukan oleh PT Crescenda Sukses Perdana?

Jawab: kami kurang memperkenalkan produk kami secara tidak langsung contohnya promo