

LAMPIRAN

A. Key Informan

Nama : Selvia Dawartsi
Jabatan : Brand Manager Digital Marketing
Perusahaan : PT. Cisarua Mountain Dairy (Cimory)

1. Apakah peran/tugas dari Brand Manager Digital Marketing pada perusahaan PT Cisarua Mountain Dairy (Cimory)?

Jawab:

1. Menyusun strategi komunikasi untuk all product, baik susu maupun yogurt
2. Analisis efektifitas strategi komunikasi yang disusun dan diimplementasikan
3. Development ideas dan message untuk KOL endorsement through Youtube, Tiktok dan Instagram
4. Koordinasi dengan external (agency) untuk KOL management

2. Bagaimana cara Cimory menganalisis pasar sebelum membuat strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk brand dan produk dari Cimory?

Jawab:

1. Melihat media yang sedang trend/ hits yg sesuai dengan target market
2. Menganalisis media yg cocok dengan target market. Apakah via tvc, digital, ooh, atau activity event
3. Menganalisis marketing komunikasi yg dilakukan oleh kompetitor

3. Strategi komunikasi pemasaran apa saja dibuat oleh PT Cisarua Mountain Dairy (Cimory) dalam memasarkan produk cimory?

Jawab: Btw kl strategi komunikasi aku gak bisa share nih karena confidential. Mungkin aku share garis besarnya yaa. Saat ini, di PT Cisarua Mountain Dairy (Cimory) mory melakukan komunikasi melalui media digital, yang saat ini sedang tumbuh pesat.

4. Media Digital apa saja yang digunakan mba dalam melakukan komunikasi pemasaran?

Jawab: Youtube, Tiktok, Instagram

5. Dan promosi apa saja yang dilakukan dalam melakukan pemasaran digital dan mengenalkan produk-produk cimory ke masyarakat?

Jawab: KOL Endorsement dan Ads di digital platform

6. Berarti Digital advertising seperti Google Adsword, Youtube Ads, Instagram Ads, dll ya mba?

Jawab: Iyaa

7. Kalau pemasaran digital melalui Optimasi Mesin Pencari (SEO), Pemasaran mesin telusur (SEM) seperti pay perclick, dan Email Marketing juga ga mba?

Jawab: SEO dan SEM pernah dilakukan tapi saat ini tidak

8. Apakah strategi komunikasi pemasaran yang selama ini dilakukan oleh perusahaan, sudah mencapai target dan tujuan dari perusahaan?

Jawab: Sudah

9. Lalu, Apa yang membuat produk cimory lebih unggul dibanding dengan produk dari kompetitor dari cimory?

Jawab: Secara quality product Cimory baik. Menggunakan bahan2 pilihan dan premium, serta diolah dengan standar teknologi yang baik. Dan juga Cimory memiliki range product yang banyak dan juga varian rasa yang banyak. Selain itu, secara availability product cimory mudah di dapatkan.

10. Bagaimana cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh brand cimory untuk dijadikan sebuah peluang dalam memasarkan produk cimory?

Jawab: Dengan komunikasi yang dilakukan, akan meningkatkan brand awareness product dan juga meningkatkan trialship oleh konsumen. After trialship, dan didukung dengan kualitas product yang baik, konsumen akan repeat dalam melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk Cimory.

11. Apa yang sudah dimiliki oleh kompetitor namun belum dimiliki oleh Cimory?

Jawab: Tidak ada, dari segi komunikasi

12. Adakah peluang Kerjasama yang berpotensi yang akan dilakukan oleh cimory saat ini dengan brand brand lain untuk berkolaborasi misalnya?

Jawab: Saat ini sudah dilakukan. Salah satunya kolaborasi dengan biskuit Marie Regal, produk baru dari Cimory: Cimory UHT Milk rasa Marie Regal. Kolaborasi dengan fashion brand, melekat sejiwa. Dan Cimory terbuka dengan peluang kerjasama dengan brand lain.

13. Dan juga yg terakhir mba Faktor Eksternal apa yang dapat mengganggu eksistensi dari brand Cimory?

Jawab: Kompetitor movement. Baik dari segi product, price, availability, dan promotionnya.

B. Transkrip Wawancara Key Informan

Nama : Tasha Virginia Pitaloka

Jabatan : Brand Executive PT. Cisarua Mountain Dairy (Cimory)

Waktu Wawancara : 13 Juni 2021

Media Wawancara : Wawancara Online Via Whatsapp

Pertanyaan : Sebelumnya aku boleh makesure lagi mba, benar tdk Kalau mba di cimory di bagian brand executive mba?

Jawab: iya aku sebagai brand executive di Cimory

Pertanyaan : Okai mbaa baik, boleh di jelaskan mba kegiatan apa saja yg di lakukan oleh divisi tsb mba?

Jawab: Brand Executive di Cimory sama seperti Marketing Communication, kita melakukan komunikasi eksternal di platform digital. untuk saat ini kami fokusnya melalui platform Tiktok & Youtube

Pertanyaan : Mba boleh di jelaskan mba kegiatan apa saja yg ada di lakukan oleh divisi brand executive mba?

Jawab: Brand executive memiliki tanggung jawab untuk membantu brand manager. Dimana brand manager di Cimory memiliki tugas yang berbeda-beda, seperti handle product yang sesuai dengan target marketnya (mulai dari membuat inovai product hingga bagaimana cara mempromosikan product tersebut atau yang biasa disebut product launching dan untuk posisi saya, membantu brand manager dalam bidang digital marketing.

Pertanyaan : okai baik mba, apakah peran/tugas dari Brand Executive pada perusahaan PT Cisarua Mountain Dairy (Cimory)?

Jawab: Untuk diposisi saya, yakni Brand Executive yang focus di bidang digital marketing, tugas saya adalah melakukan strategi komunikasi lewat platform digital untuk meningkatkan brand awareness masyarakat terhadap product Cimory, mulai dari membuat plan hingga melaksanakannya.

Pertanyaan : lalu untuk menjalankan tugasnya Brand Executive memiliki strategi komunikasi pemasaran, apa saja strategi Brand Executive pada perusahaan PT Cisarua Mountain Dairy (Cimory)?

Jawab: Strategi komunikasi yang dilakukan saat ini adalah melakukan campaign secara berkala lewat platform social media. Tidak hanya itu, kami juga mencoba untuk berkolaborasi dengan brand-brand local di Indonesia, seperti kopi wolu, everplate dan komunitas olahraga.

Pertanyaan : Lalu bagaimana positioning dari Cimory terhadap para competitor dari cimory sendiri mba?

Jawab: Positioning yang kami lakukan terhadap competitor adalah dengan melihat trend & kebutuhan masyarakat yang saat ini dibutuhkan. Seperti misalnya, product Cimory Yogurt Squeeze merupakan salah satu product unggulan kami di bidang yogurt. Kami melihat kebutuhan masyarakat yang ingin nyemil sehat tanpa perlu repot-repot membutuhkan alat makan. Daris inilah kami membuat sebuah inovasi melalui packaging yang praktis.

Pertanyaan : okai baik mba, lalu promosi apa yang dilakukan dalam mengenalkan produk-produk cimory ke masyarakat?

Jawab: Sejauh ini, promosi yang kami lakukan melalui platform digital, seperti Instagram, Youtube, dan Tiktok.

Pertanyaan : Apakah ada Media digital lain yg digunakan untuk promosi? selain youtube dan sosial media.

Jawab: Tidak ada, hanya di platform digital seperti yang disebutkan

Pertanyaan : okai baik mba, lalu apa yang menjadikan tujuan perusahaan dalam membuat campaign digital?

Jawab: Tujuan membuat campaign digital adalah untuk meningkatkan brand awareness terhadap product-product Cimory. Kami ingin mengedukasi masyarakat bahwa susu & yogurt merupakan suatu penunjang nutrisi yang berperan penting bagi tubuh kita.

Pertanyaan : lalu, Strategi Marketing Digital apa yang dilakukan guna untuk mencapai tujuan dan target dari perusahaan?

Jawab: Melakukan komunikasi secara berkala melalui digital platform. Untuk membuat strategi komunikasi yang baru, kami pasti akan menganalisa strategi sebelumnya. Mencari tau strategi komunikasi yang cocok dan sesuai dengan target market.

Pertanyaan : lalu apakah ada taktik khusus yang dilakukan guna untuk menjalankan strategi marketing digital pada PT. Cisarua Mountain Dairy (Cimory)?

Jawab: Untuk taktik khusus, kami melakukan strategi komunikasi dengan mengikuti yang saat ini sedang trend, dari sinilah kita mulai menganalisa sampai akhirnya terbuat sebuah campaign.

Pertanyaan : lalu selain menjual secara offline, apakah cimory menjual produk-produk cimory secara online seperti pada e-commerce, website ataupun media sosial?

Jawab: Selain offline, kami juga menjual product-product kami melalui Miss Cimory dan juga e-commerce. Miss Cimory merupakan para wanita yang melayani penjualan langsung dari rumah ke rumah untuk produk-produk Cimory dari Cimory Yogurt Drink sampai Cimory Fresh Milk.

Pertanyaan : oh miss cimory itu berarti kyk seles gitu ya mba?

Jawab: hmm dibilang sales kurang tepat, mirip kayak lady yakut.. kamu tau kah? , nah Miss Cimory itu dia dateng ke rumah kalau ada pemesanan ajaa

Pertanyaan : lalu untuk Campaign digital apa yang paling terbaru launching baru-baru ini ya mba?

Jawab: Saat ini kami sedang melakukan campaign untuk launching product terbaru kami Cimory UHT Milk rasa Marie Biskuit. Tidak hanya itu, kami juga melakukan campaign untuk product Squeeze dan Cimory UHT Milk lainnya. Bulan kemarin kita juga ada hashtag Challenge di tiktok.

Pertanyaan : campaign tersebut di pasang pada media digital dimana saja ya mba Kalau boleh tau? selain tiktok yg mba sebutkan di atas.

Jawab: Di youtube & instagram kami juga menjalani campaignnya dengan influencer marketing maupun Ads

Pertanyaan : berarti Sosial media yang digunakan sebagai media pemasaran secara digital yaitu intagram tiktok youtube, facebook ada atau tidak mba? atau mungkin twitter mba.

Jawab: ngga ada, justru kita tahun ini aktifnya di Youtube dan Tiktok aja. instagram juga baru mulai2 ini

Pertanyaan : Kalau boleh tau jenis content apa saja sih mba yg di buat untuk youtube mba?

Jawab: Content di youtube biasanya kita partnership dengan influencer marketing. kita juga sedang aktif, dengan google ads

Pertanyaan : bisa di jelasin mba Kalau partnership dengan influencer marketing itu seperti apa maksudnya? kayak endorsment gitu bukan mba?

Jawab: kerjasama dengan Platformnya mereka, seperti misalkan di video kita kerjasama tap in & full review

Pertanyaan : oh kyk misal berkerja sama kyk kemarin aku liat di videonya nex carlos gitu ya mba?

Jawab: iya betul kayak gitu hehe

Pertanyaan : okai mba lalu apakah cimory melakukan pemasaran digital melalui Optimasi Mesin Pencari (SEO) dan Pemasaran mesin telusur (SEM) seperti pay perclick?

Jawab: untuk saat ini, kami belum melakukan SEO maupun SEM

Pertanyaan : lalu Kalau email marketing mba?

Jawab: samaa, email marketing kami juga belum melakukannya

Pertanyaan : ohiya okai mba, kan tadi mba bilang melakukan periklanan digital melalui google ads nah Kalau youtube ads ada atau nggak mba?

Jawab: oh ya, maaf google ads yang ku maksud tadi youtube ads 🙏

youtube ads sama tiktok ads saat ini kita sedang meakukannya

udah on going selama 2 bulan

Pertanyaan : Kalau instagram ads pernah juga ga mba?

Jawab: instagram ads juga baru jalan hehe maaf baru inget

Pertanyaan : okai baik mba, lalu pernah ga mba membuat content bertema giveaway gitu mba? atau endorsment ke akun instagram influencer gitu mba?

Jawab: pernahh, kemarin saat launching product terbaru kami, Cimory UHT Mil Marie Regal kita mengadakan giveaway khusus untuk 10 comment terbaik di instagram. dan untuk endorsement instagram influencer juga sebenarnya kami pernah jalan dengan beauty influencer di awal tahun. Untuk saat ini, kita sedang jalan dengan instagram foodies

Pertanyaan : okai baik mba. lalu yg terakhir nih mba. Apakah strategi komunikasi pemasaran yang selama ini dilakukan oleh perusahaan ataupun divi brand executive sendiri, sudah mencapai target atau tujuan dari perusahaan?

Jawab: Alhamdulillah sudah mencapai target dan tujuan. Ini terlihat dari feedback masyarakat, baik melalui socmed & juga email ke marketing kami

Pertanyaan : Bagaimana cara anda membujuk calon konsumen agar tertarik hingga akhirnya sampai membeli produk dari Cimory?

Jawab: Saat ini kami hanya melakukan persuasi brand awareness lewat platform digital. Dari sana kami meningkatkan komunikasi mulai dari sisi kandungan nutrisi & rasanya. Karena kami percaya jika masyarakat tau kandungan apa saja yg terdapat pada product, mereka akan lebih percaya diri untuk terus menurut membelinya.

Pertanyaan : Dalam melakukan pemasaran tentu sering kali di lakukannya segmentasi agar lebih terarah, segmentasi pasar seperti apa pada PT. Cisarua Mountain Dairy (Cimory)?

Jawab: Sesuai dengan target product Cimory, setiap product Cimory memiliki segmentasi pasar yang berbeda-beda. Seperti Squeeze dan Cimory UHT Milk ditujukan untuk teens & adult. Selain itu, kami juga melihat kebutuhan pasar yang saat ini sedang trend atau yang diperlukan oleh masyarakat Indonesia. Karena kami ingin meningkatkan kebiasaan konsumsi susu & yogurt mulai dari kelas bawah hingga atas.

Pertanyaan : Bagaimana cara yang di lakukan oleh cimory agar calon konsumen dapat terus mengingat brand atau produk produk dari cimory sendiri? Karena kadang calon konsumen pun sering lupa denga napa yang mereka lihat.

Jawab: Dengan melakukan brand awareness secara berkala melalui social media. Message yang terdapat pada Campaign, kami gunakan berulang kali dengan occasion yang berbeda-beda sehingga terbentuk message yang akan mengingatkan selalu pada product Cimory.

Pertanyaan : Apakah Campaign-campaign yang selama ini di buat untuk promosi agar menarik calon konsumen efektif dan berpengaruh? Jika iya pengaruhnya seperti apa? Dan apakah ada tujuan lain selain menarik calon konsumen?

Jawab: Sejauh ini, campaign yang sudah berjalan efektif dan menarik calon konsumen. Ini terlihat dari peningkatan sales serta feedback positive melalui review & mouth to mouth yang di post oleh konsumen. Selain itu, tujuan kami juga ingin meningkatkan kebiasaan konsumsi susu & yogurt pada masyarakat Indonesia. Seperti yang kita ketahui, tingkat konsumsisusu & yogurt di Indonesia sangat rendah.

Pertanyaan : Seberapa sering konsumen membagikan pengalaman mengenai produk dari cimory yang sudah mereka rasakan?

Jawab: Cukup sering, hal ini terlihat dari banyaknya konsumen yang review di social media secara cuma-cuma

Pertanyaan : Dalam membuat promosi berupa campaign pada sosial media, apakah ada beberapa calon konsumen yang me-repost atau men-share ulang dari campaign tersebut?

Jawab: Ada beberapa yang share ulang campaign tersebut, salah satu contohnya adalah saat product launching Cimory UHT Milk rasa Marie Biscuit. Konsumen share ulang konten product launching di social media mereka tentang bagaimana rasanya.

Pertanyaan : Apa yang membedakan cimory dengan perusahaan susu lainnya yang ada di Indonesia?

Jawab: Cimory Indonesia merupakan perusahaan local yang bergerak di bidang susu & yogurt. Salah satu yang membedakan Cimory dengan perusahaan susu lainnya adalah semua product Cimory dibuat dengan susu sapi segar pilihan. Cimory UHT Milk merupakan susu UHT pertama di Indonesia yang memiliki rasa

paling banyak. Tak hanya itu, Cimory Yogurt Squeeze merupakan yogurt dengan packaging pouch pertama di Indonesia.

Informan (Sales / Miss Cimory)

Nama: Rika

Jabatan: Miss Cimory (Sales Cimory)

Tanggal Wawancara: 05 Agustus 2021

Tempat: Perumahan Puri Gading

Sudah berapa lama anda bekerja menjadi Miss Cimory?

Jawab: saya sih masih baru mba, sekitar satu bulan setengah-an kerja jadi miss cimory

Bisa anda jelaskan apa saja job desk dari Miss Cimory?

Jawab: Saya sih jualan door to door langsung ke pelanggan, dari rumah ke rumah, jadi Kalau ada pelanggan yang mau beli cimory bisa langsung kontak ke saya nanti saya langsung anterin ke rumah.

Bagaimana bentuk promosi penjualan yang dilakukan dalam memasarkan produk-produk cimory yang anda jual?

Jawab: Kalau saya sih biasa promosi di whatsapp, Instagram dan facebook. Tapi paling sering sih whatsapp. Kayak ngepromosiin yang paket paket promo murah yang model kayak hampers gitu. Kan lumayan tuh satu paket harganya 100.000 free botol. Jadi lumayan bisa mengikat pelanggan baru juga.

Siapa target dan sasarannya?

Jawab: Kalau kami (miss cimory) tidak di targetkan tapi paling tidak kami bisa ke rumah rumah, ke warung, ke pasar, tempat tempat umum atau kantor. Tapi Kalau saya sih lebih kr rumah rumah.

Segmen mana saja yang dituju dalam melakukan promosi penjualan?

Jawab: sebenarnya untuk produk cimory sendiri sih bisa untuk segala usia bahkan anak kecil umur 2 -3 tahun udah bisa mengonsumsi cimory terus buat segala usia sih dari anak kecil sampai dewasa bisa jadi, saya lebih promosiin ke rumah rumah yang untuk di konsumsi keluarga.

Apakah anda menggunakan promosi pada media digital atau sosial media dalam memasarkan produk cimory?

Jawab: iyaa karna untuk jaman seperti sekarang sangat penting untuk promosi di media digital seperti sosial media, tapi Kalau saya sih lebih ke door to doornya mba.

Pada media digital apa anda melakukan promosi? Apakah milik anda pribadi, komunitas, atau perusahaan?

Jawab: sosial media pribadi pada whatsapp, Instagram facebook pribadi. Sama paling bagi kartu nama yang ada nomer whatsapp saya.

Barapa kali dalam sebulan anda mempromosikan produk cimory yang anda jual pada platform digital?

Jawab: kami dalam sehari 2 kali, Kalau di Instagram pas ada promo-promo menarik aja sih,.

Apakah promosi yang anda lakukan pada media digital efektif untuk menarik calon konsumen untuk membeli? Atau mendapatkan update stok yang ada?

Jawab: iya suka, Kalau misalnya saya bikin status, atau Kalau saya sih pakai sistem broadcast message ke kontak kontak pelanggan saya di whatsapp. Kayak pagi sama sore pokoknya dua kali sehari.

Apakah anda melakukan promosi dengan metode direct marketing seperti mem-broadcast penawaran mengenai produk yang anda jual kepada pelanggan?

Jawab: iya, yang tadi sehari dua kali.

Apakah anda selalu memberikan testimoni penjualan anda untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang anda tawarkan?

Jawab: Kalau itu sih jarang, karna lagi pandemic gini jadi biasanya pelanggan tuh buru-buru habis beli dan bayar langsung selesai, Kalau dulu iya. Tapi Kalau sekarang paling paket aja sih mba misal mba beli paket promo nah saya biasanya laporin ke atasan berupa fotonya. Karna testimosi juga bisa memikat pelanggan mba, karna diskon nya terus banyak yang beli, jadi orang yang liat ikutan beli.

Apakah ada dari pelanggan anda, ada pernah membagikan pengalamannya Kalau sebelum membeli produk cimory kepada anda ia mencari informasi terlebih dahulu pada sosial media maupun pada media digital lainnya?

Jawab: pernah ada sih mba, waktu itu Kalau gasalah ada pelanggan saya yang pesen produk terbaru cimory yang frash milk regal katanya dia liat di internet. Tapi karna stok disaya ga ready jadi saya bilang belum ada mungkin bisa pre-order.

Bagaimana respon pelanggan saat anda mengupdate mengenai produk yang anda jual pada media digital ataupun sosial media?

Jawab: ada sih, biasanya sih mereka langsung ada respon buat ngebeli paling cuma nanya udah ready atau belum terus udah langsung pesen sih biasanya. Apalagi Kalau ada promo yang menarik sih mba.

Apakah pelanggan anda men-share atau me-review produk cimory yang di beli dari anda?

Jawab: ada sih, alhamdulillah banyak misalnya kayak saya nawarin ibu kontrakan terus ibu kontrakan ada grup arisan dimana nah terus nanti nge-share disitu atau missal kakak saya punya grup apa nanti dia share di grup itu. Jadi yang tadinya kakak saya yang beli nanti yang lain juga ikut beli, walaupun ga banyak missal 2 atau 3 orang tapi lumayan mba ada.