

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Transkrip Wawancara I

Nama : Hermawan Setiadi Tenarli
Jabatan : Manager Marketing
Tempat : Keren Coffee
Hari dan Tanggal : Jumat, 03 Juni 2022 pkl 16.30 WIB

1. Apa strategi promosi yang dilakukan PT. Coffee Keren Internasional baik sebelum maupun saat masa pandemi Covid-19?

Sebelum : Rutin memberikan diskon atau promo sebulan 4 (empat) kali, paket bundling makanan dan minuman diskon 30%, penawaran berupa voucher setiap 5 (lima) kali pembelian gratis 2 (dua) jenis minuman di pembelian ke 6 (enam) dan berlaku kelipatan, serta mengunggah konten di media sosial Instagram terkait promosi yang ada.

Sesudah : Memperbanyak dan menaikkan diskon atau promo yang tadinya 30% namun sekarang bisa sampai 40%, ada juga diskon 20% pada item tertentu dan beli 1 (satu) dapat gratis 1 (satu). Kemudian direct marketing seperti menghubungi langsung pelanggan untuk menawarkan produk/menu, word of mouth dengan lebih aktif dan interaktif dalam mengelola media sosial Instagram, tidak hanya promosi tetapi juga membuat sorotan atas testimoni pelanggan dan menggunakan tagar.

2. Apa saja event dan program yang dilaksanakan PT. Coffee Keren Internasional untuk mendukung kegiatan promosi, sebelum maupun saat masa pandemi Covid-19?

Sebelum : Menjadi sarana kegiatan untuk beberapa acara seperti acara ulang tahun, reuni, syuting iklan dan arisan. (dilakukan Kembali setelah beberapa peraturan dilonggarkan)

Sesudah : Program yang kami adakan yaitu memberikan Lucky Angpao pada saat Hari Raya Imlek dengan minimal pembelian Rp. 80.000 mendapat 1 (satu) Lucky Angpao serta mengumumkan program ini di Instagram kami.

3. Bagaimana penjualan di PT. Coffee Keren Internasional sebelum dan di masa pandemi ini? Apakah ada perbedaan yg signifikan?

Sebelum : 6 – 8jt/hari

Sesudah : 2 – 7jt/hari naik secara bertahap seiring dengan penerapan strategi-strategi baru yang dilakukan.

4. Apakah PT. Coffee Keren Internasional melakukan inovasi selama masa pandemi Covid-19? Jika ya, bisa diceritakan inovasi apa saja yang telah dilakukan dan apakah hasilnya berdampak signifikan untuk PT. Coffee Keren Internasional.

Semenjak adanya pandemi, hampir 60% kami memperbaharui menu-menu dengan penyesuaian harga yang lebih terjangkau. Produk baru seperti bottle drink series 1-liter dan herbal drink series untuk menjaga imunitas tubuh dikala pandemi. Selain itu, ada juga menu baru takeaway mulai harga Rp. 10.000. kemudian setelah adanya kelonggaran untuk diperbolehkan dine in, outlet melakukan adaptasi dengan kapasitas 25% - 50% saja dengan protokol kesehatan yang ketat. Dan untuk menghindari adanya kontak fisik, perusahaan menyediakan metode cashless dan cashback apabila melakukan pembayaran menggunakan QR code, Shopee pay, OVO, Gopay dan lainnya dalam bertransaksi. Inovasi lain yang dilakukan dari sisi internal perusahaan yaitu memberi uang kerajinan untuk karyawan dan bonus apabila mencapai target.

5. Bagaimana cara PT. Coffee Keren Internasional dalam hal pengadaan iklan untuk memberikan penawaran menarik atas produk/menu yang baru di rilis kepada para pembeli pada masa pandemi Covid-19?

Perusahaan melakukan iklan pada TVC (Television Commercial) yang terpasang di pintu masuk sehingga pengunjung dapat melihat seluruh informasi, produk dan tawaran-tawaran menarik. Ada juga dengan memasang banner sesuai dengan promo yang sedang berlangsung. Melalui unggahan media sosial Instagram, dan broadcast message pada basis data pelanggan dengan menggunakan Whatsapp agar melakukan repeat order atau mendatangi outlet.

Transkrip Wawancara II

Nama : Dila Faradila
Jabatan : Public Relation
Tempat : Keren Coffee
Hari dan Tanggal : Kamis, 23 Juni 2022 pkl 17.00 WIB

1. Apa saja publikasi yang dilakukan PT. Coffee Keren Internasional dalam menerapkan strategi promosi kepada khalayak khususnya saat pandemi Covid-19?

PT. Coffee Keren Internasional melakukan publikasi dengan menggunakan media sosial Instagram. Melalui publikasi tersebut kami dapat berkomunikasi langsung dengan publik sekaligus memberitahukan diskon atau promo yang tersedia. Selain itu pelanggan yang datang akan dilayani dengan sangat baik sehingga kami mendapat banyak feedback positif pada akun resmi Instagram kami.

Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat publik untuk mencoba dan membeli produk, salah satunya menu baru yang kami luncurkan yaitu Mango Pomelo dan memberikan promo beli 1 (satu) gratis 1 (satu).

2. Apa saja event dan program yang dilaksanakan PT. Coffee Keren Internasional dari sisi Humas untuk mendukung kegiatan promosi saat masa pandemi Covid-19?

Semenjak pandemi Covid-19 dan adanya larangan berkumpul maka sementara segala bentuk kegiatan tidak lagi dilakukan di dalam outlet. Perusahaan kini melakukan Kerjasama dengan Production House (PH) untuk menyediakan kebutuhan food and beverage sebagai cara untuk menarik pelanggan baru dan mendorong kegiatan promosi.

3. Pelayanan atau performa seperti apa yang diterapkan pada outlet PT. Coffee Keren Internasional dalam beradaptasi saat pandemi Covid-19 untuk menciptakan kesan dan pesan positif di benak pelanggan?

Pelayanan yang diterapkan selama masa pandemi tentu berpegangan pada peraturan pemerintah yaitu menerapkan protokol kesehatan di area dine-in, seperti selalu menggunakan masker bagi pelanggan maupun karyawan. Selain itu outlet kami juga selalu melakukan penyemprotan desinfektan guna menjaga sterilisasi ruangan dan menyediakan pula untuk digunakan pelanggan sebelum dan sesudah berkunjung. Hal tersebut sebagai upaya kami dalam memberikan kenyamanan dan rasa aman bagi seluruh pelanggan.

4. Bagaimana cara PT. Coffee Keren Internasional melakukan kegiatan branding dalam membangun citra perusahaan selama masa pandemi Covid-19?

PT. Coffee Keren Internasional selalu memprioritaskan pelanggan dengan memberikan pelayan terbaik serta menjamin kualitas di setiap produk atau menu yang kami sajikan dengan cita rasa dan layanan terbaik maka dari itu menu-menu kami dapat disukai oleh pelanggan sehingga produk kami semakin banyak dikenal publik karena banyak pelanggan yang merekomendasikan kepada orang-orang terdekatnya. Tidak hanya itu dengan menjadi satu-satunya coffee shop yang ada di Kawasan landmark pluit juga menjadi nilai tambah bagi kami karena menjadi pilihan utama untuk makan siang bahkan tempat yang nyaman untuk melakukan berbagai kegiatan.

5. Apa saja kegiatan sosial atau layanan publik yang dilakukan PT. Coffee Keren Internasional selama masa pandemi Covid-19?

Kami mengunjungi Panti Asuhan, Panti Jompo dan gereja-gereja untuk membagikan makanan dan minuman gratis kepada orang-orang disana. Kegiatan ini rutin dilakukan setiap 2 bulan sekali pada salah satu panti asuhan di daerah Jakarta. Dan kegiatan lainnya seperti bagi-bagi takjil yaitu kurma dan es teh manis saat bulan Ramadhan. Tujuannya untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat, menjaga citra dan juga nama baik perusahaan serta meningkatkan rasa kepedulian antar sesama umat manusia.

6. Apa yang dilakukan Public Relation pada masa krisis seperti saat pandemi Covid-19 terjadi, yang biasanya perusahaan mengalami penurunan penjualan, produktivitas, dan masalah lainnya?

Tentunya membuat perencanaan khusus untuk media sosial sebagai salah satu cara yang dapat ditempuh dengan melakukan pendekatan yang proaktif, jujur dan transparan dalam situasi seperti ini. Misalnya memberi penjelasan untuk tidak beroperasi sementara waktu dan bagaimana kami berupaya agar tetap dapat memenuhi permintaan pelanggan.

Selain itu, kami juga aktif menjangkau para pelanggan melalui whatsapp ataupun media sosial instagram, membuat branding semaksimal mungkin agar mendapat image yang jauh lebih baik dan memperlakukan pelanggan dengan baik, terutama pada situasi menantang ini agar perusahaan akan terus berjalan dalam waktu lama.

Wawancara Dengan Narasumber





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Yeslyn Lisa
Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 03 Januari 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Katolik
Status : Belum Menikah
Kebangsaan : Indonesia
Alamat : Kp. Jaha Jl. Rambutan, RT 007 RW 011, Jatimekar,
Jatiasih, Bekasi
No. Handphone : 0896-5677-7256

TINGKAT PENDIDIKAN

2018 – 2022 : Universitas Esa Unggul Bekasi
Fakultas Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Humas
2010 – 2013 : SMA Malidar Bekasi
2007 – 2010 : SMP Negeri 030 Bekasi
2001 – 2007 : SD Negeri 018 Pekanbaru

SERTIFIKAT

Sertifikasi Humas

Oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) and Dewan Pers

Tanggal penyelesaian: 23 Mei 2022