

LAMPIRAN KODING WAWANCARA

Hasil Penelitian		
Key Informan	Informan 1	Informan 2
Didi Mulyawan (Pemimpin Pengembangan Bisnis dan Marketing (Head Business Development and Marketing) aplikasi kasir YesPOS)	Mira Alima (Pemimpin Produk (Product Owner and Marketing Support) Aplikasi Kasir YesPOS)	Florita (Calon pengguna Aplikasi Kasir YesPOS yang merupakan karyawan PT. Komunitas Organik Indonesia (KOI).

A. Hasil Penelitian Mengenai Strategi *Uncertainty Reductions* (URT)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kategori
1.	Sejak kapan aplikasi yespos diluncurkan?	Bapak Didi : <i>aplikasi ini dilaunching pada tahun 2021, dan beberapa minggu setelah aplikasi ini diluncurkan terjadilah musibah pandemi covid-19 yang dimana pemerintah membuat peraturan PPKM dan banyak bisnis-bisnis seperti FnB, Retail, dan lainnya gulung tikar. Akibat masalah tersebut membuat kami tidak melakukan pemasaran atau kegiatan lain dengan publik dan kami menunda untuk melakukan pemasaran hingga pandemi covid-19</i>	Strategi Pasif

		<p><i>ini menurun, setelah semuanya membaik barulah kami melakukan pemasaran secara offline.</i></p> <p>Ibu Mira : <i>aplikasi yespos di luncurkan pada tahun 2021, dan semenjak ada covid-19 YesPOS kami tunda terlebih dahulu untuk pemasaran atau pengenalannya. Lalu setelah kasus pandemi covid-19nya mulai menurun, dan kami di minta oleh iPaymu untuk melakukan pemasaran secara offline, dari situ kami mulai melakukan pemasaran.</i></p>	<p>Strategi Pasif</p>
<p>2.</p>	<p>Selama penundaan kegiatan pemasaran ataupun kegiatan lainnya, apakah tim aplikasi kasir YesPOS tetap melakukan pemasaran atau kegiatan lain secara online seperti promosi melalui social media atau seminar online?</p>	<p>Bapak Didi : <i>selama penundaan kami tidak melakukan strategi pemasaran atau kegiatan apapun. Karena ya memang kondisinya sangat-sangat tidak memungkinkan dan tidak ada kejelasan, banyak toko yang gulung tikar, sehingga kami tidak tahu harus seperti apa untuk melakukan promosi aplikasi YesPOS ini.</i></p> <p>Ibu Mira : <i>selama penundaan kegiatan kami tidak melakukan pemasaran atau kegiatan apapun baik secara online ataupun offline, karena kondisinya waktu itu masih belum jelas dan banyak toko-toko merchant yang tutup akibat covid-19. Jadi kami belum ada ide harus</i></p>	<p>Strategi Pasif</p> <p>Strategi Pasif</p>

<p>4.</p>	<p>Setelah menyusun kembali strategi untuk mempromosikan brand awareness YesPOS di sosial media ke publik, bagaimana sih cara YesPOS melihat minat atau respon dari publik di sosial media?</p>	<p>mau transaksi offline bisa menggunakan YesPOS.</p> <p>Bapak Didi : kalau pengamatan melalui sosial media sih biasanya kita cuman melihat banyaknya viewers dan reply di DM Instagram setiap kita update story, nah itu sih lumayan banyak ya yang bertanya seperti kegiatannya dimana, berapa lama, seperti itu.</p> <p>Lalu ada juga sih yang menanyakan kaya YesPOS tuh aplikasi apa sih terus untuk dipake ke usahanya mereka bisa atau engga kaya gitu dan setiap DM atau Reply kita selalu balas ya. Kalau ada banyak pertanyaan yang sama biasanya kita buat story dan dijadiin highlight di Instagram kita. Contohnya kaya peminjaman mesin EDC nah itu banyak yang menanyakan via DM Instagram dan kita jadiin highlight di Instagram</p> <p>Ibu Mira : untuk grafik viewers dan reply story Instagram kita selalu mantau ya. Karena kita mau tau respon dan antusiasme mereka ke kita itu bagaimana mengenai produk kita dan kegiatan kita.</p> <p>Untuk reply DM di IG setiap kita update sih ada ya, dan itu selalu kita</p>	<p>Strategi Pasif</p> <p>Strategi Interaktif</p> <p>Strategi Pasif</p> <p>Strategi Interaktif</p>
-----------	---	--	---

		<p><i>jawab. Terus yang bertanya mengenai aplikasi kasir YesPOS seperti pinjaman mesin EDC itu ada juga yang DM dan itu kita jadiin highlight di Instagram @yespos.id</i></p> <p>Ibu Florita : <i>Awalnya saya sering melihat di sosial media instagram, dan selama pengamatan di Instagram saya hanya melihat saja tidak ngeDM atau komen di postingannya. Lalu saya tertarik mengenai aplikasi tersebut dan waktu itu ada pameran dan disitu ada aplikasi yespos.</i></p>	<p>Strategi Pasif</p>
<p>5.</p>	<p>Lalu untuk melihat grafik peminat yang menggunakan YesPOS, apakah YesPOS melakukan kerja sama dengan penelitian untuk diberikan kuesioner kepuasan pelanggan?</p>	<p>Bapak Didi : <i>kalau pengamatan grafik peminat yang menggunakan YesPOS sih ada ya, itu kita ada timnya sendiri untuk melihat perkembangan pada calon konsumen kita, dan kita tidak menggunakan lembaga profesional untuk melakukan riset seperti itu ya. Nah itu yang bisa lihat hanya tim admin saja yang bisa mengakses Dashboard yang dibuat pada aplikasi YesPOS. Dan kita sih tidak pernah buat semacam kuesioner untuk menilai kepuasan pelanggan ya, jadi sejauh ini hanya itu saja</i></p> <p>Ibu Mira : <i>kalau riset yang seperti itu sih kita tidak melakukan</i></p>	<p>Strategi Aktif</p>

		<p>kerjasama gitu ya dengan lembaga profesional atau penelitian untuk menilai kita terkait aplikasi kasir YesPOS, dan kita juga sejauh ini sih tidak pernah melakukan kuesioner kepada calon konsumen sebagai bahan kepuasan pelanggan. Kita disini cuman menggunakan admin yang melihat grafik seberapa banyak yang pakai YesPOS, terus apakah ada penurunan gitu-gitu. Itu juga yang bisa akses Dashboard nya hanya admin aja, tidak bisa orang lain.</p> <p>Ibu Florita : selama saya pakai aplikasi kasir YesPOS sih Bapak Didi ataupun tim YesPOS lainnya tidak pernah ya memberikan kami semacam kuesioner untuk penilaian kepuasan kami. Biasanya mereka cuman bertanya bagaimana apakah ada kendala selama pemakaian di event atau dimana gitu. Itu doang sih kak tidak ada kuesioner seperti itu</p>	<p>Strategi Aktif</p> <p>Strategi Aktif</p>
<p>6.</p>	<p>Bagaimana cara YesPOS memberitahu atau mengajak calon pengguna YesPOS kalau YesPOS mengadakan atau ikut berpartisipasi pada sebuah acara?</p>	<p>Bapak Didi : biasanya kalau kita ngadain pameran ataupun kalau kita mau ikut partisipasi pameran, itu biasanya kita infoin atau ajak ke calon pelanggan kita lewat Gmail dan juga Whatsapp. Nanti setelah di list siapa aja yang mau, nanti kita</p>	<p>Strategi Interaktif</p>

		<p><i>lakukan zoom meeting buat membahas teknisnya seperti apa dan lain sebagainya. Lalu untuk kegiatan lain selain pameran gitu sih kita belum pernah ya, karena ini kan kita baru ya jadinya belum ada agenda untuk ngadain kegiatan lain selain pemasaran pameran</i></p> <p>Ibu Mira : <i>sejauh ini sih kita belum pernah ya melakukan kegiatan lain selain pemasaran atau promosi. Dan sampai saat ini sih kita selalu ngadain atau ikut pameran, dan itu kita selalu infokan atau ajak mereka melalui Whatsapp dan juga Gmail, nanti setelah itu kita lakukan Zoom atau Google Meet buat detail kegiatannya</i></p> <p>Ibu Florita : <i>sejauh ini sih saya ataupun rekan saya tidak pernah ya mendapatkan informasi ajakan buat ikut acara selain pameran, tapi waktu awal sebelum saya menggunakan aplikasi kasi kasir YesPOS kalau acara kaya gitu saya selalu dapat infonya lewat Whatsapp ataupun Gmail ya. Nah nanti kalo kita berminat ntar kita gmeet atau zoom buat info lebih lengkapnya.</i></p>	<p>Strategi Interaktif</p> <p>Strategi Interaktif</p>
<p>7.</p>	<p>Pernahkah YesPOS bertanya kepada para pelaku UMKM</p>	<p>Bapak Didi : <i>untuk door to door sih kita tidak melakukan itu ya untuk</i></p>	<p>Strategi Aktif</p>

secara langsung seperti door to door apakah mereka sudah memakai aplikasi kasir? Sebagai bentuk YesPOS untuk mengenal lebih dalam calon penggunanya.

mempromosikan atau memperkenalkan YesPOS ke UMKM. Tapi biasanya itu kita kalau ada setiap pameran, baik saat kita lagi berada di pameran tersebut maupun pameran lain yang kita sengaja datengin. Nah dari pameran tersebutlah kita bertanya ke para UMKM tersebut, apakah mereka sudah pernah memakai aplikasi kasir atau belum, dan dari situ juga sih kita tawarin untuk menggunakan aplikasi kasir YesPOS dan juga kita minta kontaknya untuk nawarin seperti ada free trail, terus kalau ada event pameran kita Gmail, Whatsapp, Zoom Meet seperti itu sih.

Ibu Mira : *kalau door to door sih kita tidak pernah ya, paling sih kita lebih seringnya kalau ada pameran, entah itu pameran yang lagi kita ikuti atau pameran yang emang sengaja kita datengin. Dari situ kita nawarin dan iseng tanya-tanya aja, nah biasanya dari situ juga kita minta kontak-kontak mereka buat promosiin, bertanya-tanya ke mereka seperti sebelumnya kalau bertransaksi pakai apa dan lain sebagainya.*

B. Hasil Penelitian Mengenai Strategi Marketing Public Relations (MPR)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kategori
1.	Apakah calon pengguna yespos sudah sesuai target?	<p>Bapak Didi : <i>karena kita baru bangkit lagi dan membuat ulang strategi pemasarannya termasuk target calon pengguna, itu sudah mencapai target ya karena kan target kita itu untuk FnB, retail, rental, barbershop dan lainnya jadi sudah sesuai target yang kita inginkan.</i></p> <p><i>Untuk para merchant pun sudah banyak yang request ke kami untuk pinjam mesin EDC sebagai media transaksinya. Jadi target calon pengguna sudah sesuai dengan yang kita harapkan.</i></p> <p>Ibu Mira : <i>kalau untuk target calon pengguna sudah mulai mencapai ya, kebanyakan itu calon penggunanya pemilik bisnis yang memerlukan EDC transaksi offline, karena yespos mensupport dan menyediakan EDC transaksi offlinenya juga serta kita sudah memberikan mesin EDC kepada merchant di bidang FnB, sewa rental kendaraan, dan juga digital.</i></p>	Strategi Pass

2.

Adakah kendala melakukan pemasaran YesPOS?

Bapak Didi : kalau kendala lebih banyak complain mengenai teknisi ya, cuman itu bisa kita handle. Selain masalah teknisi itu ada permasalahan mengenai transisi, dimana para merchant yang tadinya menggunakan aplikasi kasir moka pos lalu beralih ke kami, jadi mereka sering bertanya mengenai ini bagaimana fiturnya, Dashboard nya kalau untuk ini dibagian mana seperti itu. Terus kami kan sempat menunda promosi YesPOS ke public akibat covid-19 ya.

Paling yang saat ini kami fokuskan sih ya brand awareness dan juga public trust bagaimana caranya supaya mereka tuh percaya dan mengenal bahwa aplikasi kasir ini ada loh dan mudah digunakan.

Ibu Mira : kendalanya ada, pertama adalah sekarang kebanyakan bisnis-bisnis seperti FnB, retail, dll sudah menggunakan aplikasi transaksi mereka masing-masing seperti moka pos, mereka perlu menyesuaikan lagi calon penggunaan aplikasi kasirnya dari aplikasi kasir yang lama ke

Strategi Pull

		<p>yang baru. Dan alasan mereka beralih itu karena ada beberapa hal yang kurang puas pada fitur-fitur aplikasi kasir yang sebelumnya, kemudian mereka mencoba untuk beralih ke yespos. Kedua adalah meyakinkan kembali public trust, karena kami sudah cukup lama tidak aktif. Maka kita harus terus berusaha untuk membuat public trust kepada yespos.</p>	
<p>3.</p>	<p>Apakah ada kerjasama dengan yang lain selain dengan merchant?</p>	<p>Bapak Didi : untuk kerjasama, pastinya kita bekerjasama dengan bank ya karena ini kan berhubungan dengan financial ya, makanya kita bekerjasama dengan Bank yang ada di Indonesia, seperti Bank Indonesia, Bank Mandiri, Bank Mega, Bank BCA dan juga bank daerah seperti Bank Bali, dan lain-lain. Selain itu, kita juga bekerja sama dengan pemilik penyedia mesin EDC. Hal ini dikarenakan banyaknya permintaan para Merchant yang menginginkan mesin EDC untuk bertransaksi offline di toko-toko bisnisnya.</p> <p>Ibu Mira : kerjasama lainnya kita bekerja sama dengan pihak</p>	<p>Strategi Pass</p>

		<p><i>penyedia EDC, karena EDCnya bukan milik kita dengan membeli mesin EDC, tetapi kita menyewa mesin EDC ke pihak penyedia EDC untuk dipinjamkan ke merchant kita yang membutuhkan mesin EDC.</i></p>	
4.	Apa sajakah media pemasaran yang digunakan untuk bersaing dengan kompetitor?	<p>Bapak Didi : <i>media pemasaran yang kami gunakan itu ada 2, yaitu social media dan juga event.</i></p> <p><i>Untuk social media itu kami menggunakan Instagram dan Facebook, dan yang menghandle social media itu Ibu Mira selaku owner YesPOS dan juga marketing supportnya YesPOS.</i></p> <p><i>Lalu untuk event yang handle itu saya dan biasanya itu acara-acara pameran yang sering kami lakukan. Pada eventseperti pameran ini, kami benar – benar manfaatkannya untuk memperkenalkan dan mengedukasi kepada calon calon pengguna secara langsung mengenai apa itu aplikasi kasir YesPOS, bagaimana, dan keuntungan dari calon penggunaan layanan aplikasi kasir YesPOS</i></p>	<p>Strategi Pull</p> <p>Strategi Pull</p>

		<p>Ibu Mira : kalau sekarang kami menggunakan di social media dan juga event, kalo untuk social media kita menggunakan Facebook dan Instagram, kalau event itu pameran seperti pameran Franchise ataupun FnB.</p>	
5.	<p>Apakah media pemasaran tersebut sangat membantu untuk mempromosikan YesPOS?</p>	<p>Bapak Didi : menurut saya sangat membantu ya, karena kan zaman sekarang sudah mulai canggih ya jadi untuk sosial media sangat membantu buat membangun brand awareness YesPOS dengan cara kita selalu update mengenai kegiatan ataupun lainnya pada postingan story instagram, reply dm instagram, grafik viewers dan lain-lain,. Lalu untuk event juga sangat-sangat membantu sekali, apalagi setelah covid-19 mulai menurun dan sudah mulai bisa untuk mengadakan acara-acara seperti pameran, itu sangat membantu sekali buat kami mempromosikan aplikasi kasir YesPOS secara langsung. Apalagi aplikasi kasir ini kan sudah cukup lama di release namun harus tertunda mempromosikannya, lalu dengan menurunnya kasus covid-19 dan</p>	<p>Strategi Pull</p>

		<p>sudah bisa mengadakan pameran mempermudah kami untuk mempromosikan dengan menjelaskan secara rinci, detail, mendemostrasikan secara langsung kepada public</p> <p>Ibu Mira : tentunya sangat membantu ya, seperti di event itu sangat membantu kita untuk menjelaskan secara langsung kepada publik bagaimana cara bertransaksi menggunakan aplikasi kasir YesPOS, dan menjelaskan fitur dan layanan lainnya sedangkan kalau di social media sangat berguna untuk membangun brand awarenessnya itu dengan cara kita selalu posting kegiatan yang kita ikuti atau yang kita adain, terus kita juga ngeliat grafik viewers bagaimana, kita juga respon dm-dm yang masuk ke kita</p>	
6.	Apakah strategi ini efektif dalam melakukan pemasaran aplikasi kasir YesPOS?	<p>Bapak Didi : menurut saya keduanya sama-sama efektif ya, untuk setiap event seperti pameran kita bisa ketemu langsung dengan client, bicara secara face to face antara tim YesPOS dengan calon calon pengguna kami. Nah dari kegiatan pameran seperti itulah</p>	Strategi Pull

		<p>mereka lebih banyak bertanya mengenai fitur-fiturnya, pelayanannya, dan lain sebagainya. Lalu untuk sosial media instagram itu juga efektif untuk melihat respon followers kita mengenai postingan yang selalu kita update di instagram seperti mereka menanyakan kegiatan yang diselenggarakan itu dimana, lalu untuk pengajuan mesin EDC bisa atau tidak, dan lainnya.</p> <p>Ibu Mira : tentunya keduanya sangat membantu ya, seperti di event itu sangat membantu kita untuk menjelaskan secara langsung kepada publik bagaimana cara bertransaksi menggunakan aplikasi kasir YesPOS, dan menjelaskan fitur dan layanan lainnya secara langsung sehingga para client mudah paham mengenai aplikasi kasir YesPOS. Untuk sosial media kita gunakan untuk liat respon pada followers kita.</p>	
7.	Adakah strategi pemasaran lainnya yang dilakukan tim YesPOS untuk memperkenalkan aplikasi kasir ini kepada	Bapak Didi : pemasaran lain selain event dan juga social media sih kita tidak ada ya, paling kalau untuk mengunjungi toko merchant	Strategi Push

pelanggan? Seperti mengadakan seminar atau dengan cara tim YesPOS datang secara langsung ke toko-toko mereka atau mendatangi pameran secara sengaja.

itu kalau mereka request ke kami buat diperlihatkan atau didemonstrasikan bagaimana cara pemakaiannya segala macam. Itu juga kalau mereka sudah benar-benar tertarik dan deal, baru kami datang ke toko merchant yang request untuk didemonstrasikan. Tapi kalau mendatangi pameran secara sengaja itu kita lakuin, nah itu biasanya kita sengaja atau iseng bertanya ke mereka apakah mereka sudah pernah memakai aplikasi kasir atau belum, dan dari situ juga sih kita tawarin untuk menggunakan aplikasi kasir YesPOS dan juga kita minta kontaknya untuk nawarin seperti ada free trail, terus kalau ada event pameran kita Gmail, Whatsapp, Zoom Meet seperti itu

Ibu Mira : untuk pemasaran secara door-to-door sih kita tidak menggunakan metode pemasaran tersebut ya, karena itu sangat memakan waktu yang lama. Paling kalau untuk ke toko langsung itu setelah mereka sudah deal dengan kami baru kami turun langsung ke tokonya mereka untuk

		<p><i>mendemonstrasikan caranya seperti apa dan lainnya. Terus kalau dating ke pameran secara mendadak atau disengaja sih itu kita lakuin ya, dari situ kita nawarin dan iseng tanya-tanya aja, nah biasanya dari situ juga kita minta kontak-kontak mereka buat promosiin, bertanya-tanya ke mereka seperti sebelumnya kalau bertransaksi pakai apa dan lain sebagainya.</i></p>	
<p>8.</p>	<p>Apa yang YesPOS lakukan dalam meningkatkan pelayanan? Seperti jikalau YesPOS mengadakan sebuah event, dengan cara seperti apa yespos mengundang atau memberitahukan kepada calon penggunanya untuk berpartisipasi.</p>	<p>Bapak Didi : <i>biasanya kalau kita ngadain pameran ataupun kalau kita mau ikut partisipasi pameran, itu biasanya kita infoin calon pelanggan kita lewat Gmail dan juga Whatsapp. Nanti setelah di list siapa aja yang mau, setelah itu kita lakukan zoom meeting buat membahas teknisnya seperti apa dan lain sebagainya. Lalu untuk seperti calon pelanggan yang bertanya mengenai kelanjutan penggunaan aplikasi kasir YesPOS ataupun ada problem lain, itu kami berikan kontak nomer person bagian marketing ataupun marketing support, dan juga E-mail kepada calon pelanggan. Selain itu juga pada</i></p>	<p>Strategi Pull</p>

saat pameran, kita juga membagikan brosur kepada pengunjung pameran, merchant-merchant, dan pengusaha UMKM disekitaran pameran.

Ibu Mira : *iya betul, biasanya kita waktu saat pameran, kita membagikan brosur kepada pengunjung pameran, merchant-merchant, dan pengusaha UMKM disekitaran pameran. Tidak lupa juga kasih nomer kontak kita ke calon pengguna via gmail, zoom meeting itu kalau kita ngadain pameran ataupun kalau kita mau ikut partisipasi pameran, itu biasanya kita infor calon pelanggan kita lewat Gmail dan juga Whatsapp. Setelah mereka tertarik dan mau untuk bergabung baru kita list dan kita kasih link zoom meetnya untuk kelanjutannya*

Ibu Florita : *waktu awal itu saya datang ke boothnya untuk bertanya-tanya mengenai aplikasi kasir tersebut, saya juga di kasih brosurnya juga, disitu juga ada kontak person untuk dihubungi kalau kita mau bertanya lebih mendalam.*

9.	<p>Apakah YesPOS pernah mengadakan sebuah Talkshow atau penggunaan Influencer dalam promosi di sosial media?</p>	<p>Bapak Didi : <i>untuk saat ini sih acara yang kita adakan baru pameran, dan dipameran itu kita melakukan pemasaran. Namun pada penggunaan influencer atau artis di sosial media kita ga pakai, cuman untuk talkshow itu masih dalam proses dan akan diselenggarakan sekitar bulan Agustus 2023.</i></p> <p>Ibu Mira : <i>selama ini sih kita baru mengadakan pameran dalam pemasaran, cuman kalau acara seperti talkshow itu masih dalam proses dan itu diselenggarakan di bulan Agustus 2023, lokasinya itu Bali atau ga di Jakarta. Lalu untuk penggunaan influencer pada konten sosial media, itu kita belum pakai.</i></p>	<p>Strategi Pass</p>
----	--	---	-----------------------------

LAMPIRAN HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Key Informan - **Didi Mulyawan** (Pemimpin Pengembangan Bisnis dan Marketing (*Head Business Development and Marketing*) aplikasi kasir YesPOS), Informan 1 - **Mira Alima** (Pemimpin Produk (*Product Owner and Marketing Support*) Aplikasi Kasir YesPOS), dan Informan 2 – **Florita** (Calon pengguna Aplikasi Kasir YesPOS yang merupakan karyawan PT. Komunitas Organik Indonesia (KOI).

1. Apa posisi Ibu Mira dan Bapak Didi di iPaymu, khususnya di YesPOS ?

Bapak Didi : posisi saya di iPaymu terutama di YesPOS adalah sebagai Kepala Pengembangan Bisnis dan Marketing, fokus saya menghandle strategi pemasaran yang akan digunakan YesPOS terutama pemasaran offline seperti pameran

Ibu Mira : disini saya sebagai owner yespos dan juga marketing support, saya menghandle YesPOS bagian Gmail, Whatsapp, dan juga Social Media YesPOS.

2. Sejak kapan aplikasi yespos diluncurkan?

Bapak Didi : aplikasi ini dilaunching pada tahun 2021, dan beberapa minggu setelah aplikasi ini diluncurkan terjadilah musibah pandemi covid-19 yang dimana pemerintah membuat peraturan PPKM dan banyak bisnis-bisnis seperti FnB, Retail, dan lainnya gulung tikar. Akibat masalah tersebut membuat kami tidak melakukan pemasaran atau kegiatan lain dengan publik dan kami menunda untuk melakukan pemasaran hingga pandemi covid-19 ini menurun, setelah semuanya membaik barulah kami melakukan pemasaran secara offline.

Ibu Mira : aplikasi yespos di luncurkan pada tahun 2021, dan semenjak ada covid-19 YesPOS kami tunda terlebih dahulu untuk pemasaran atau pengenalannya. Lalu setelah kasus pandemi covid-19nya mulai menurun, dan kami di minta oleh iPaymu untuk melakukan pemasaran secara offline, dari situ kami mulai melakukan pemasaran.

3. Selama penundaan kegiatan pemasaran ataupun kegiatan lainnya, apakah tim aplikasi kasir YesPOS tetap melakukan pemasaran atau kegiatan lain secara online seperti promosi melalui social media atau seminar online?

Bapak Didi : *selama penundaan kami tidak melakukan strategi pemasaran atau kegiatan apapun. Karena ya memang kondisinya sangat-sangat tidak memungkinkan dan tidak ada kejelasan, banyak toko yang gulung tikar, sehingga kami tidak tahu harus seperti apa untuk melakukan promosi aplikasi YesPOS ini.*

Ibu Mira : *selama penundaan kegiatan kami tidak melakukan pemasaran atau kegiatan apapun baik secara online ataupun offline, karena kondisinya waktu itu masih belum jelas dan banyak toko-toko merchant yang tutup akibat covid-19. Jadi kami belum ada ide harus seperti apa bentuk pemasarannya, harus menjelaskannya bagaimana, situasi dan kondisi yang belum jelas seperti itu.*

4. Setelah covid mereda dan yespos mulai bangkit lagi untuk melakukan pemasaran atau kegiatan lain, apakah yespos membuat strategi baru untuk melakukan pemasaran atau kegiatan lainnya kepada publik?

Bapak Didi : *pastinya ada, karena kan kami juga melihat ya perkembangan kondisinya seperti apa. Maka dari itu kami membuat strategi baru untuk mempromosikan aplikasi kasir YesPOS ini kepada public. Salah satu fokusnya adalah brand awareness aplikasi kasir kepada khalayak publik. Dan juga kami melakukan pengamatan grafik peminat dengan tim kami, dimana kita buat Dashboard grafik di dalam aplikasi kasir YesPOS, Dashboard tersebut hanya bisa diakses oleh tim kami (Pengembangan Bisnis & Marketing)*

Ibu Mira : *strategi baru tentu ada, Karena kan kami sudah cukup lama tidak aktif ya, maka dari itu kita fokus menaikkan kembali brand awarenessnya dan juga kita melihat grafik perkembangan lewat Dashboard YesPOS yang dibuat dan hanya bisa di akses oleh tim kami. Dan kebanyakan merchant-merchant yang di dapat juga dari iPaymu, jadi kalau ada merchant-merchant yang mau transaksi offline bisa menggunakan YesPOS.*

5. Setelah menyusun kembali strategi untuk mempromosikan brand awareness YesPOS di sosial media ke publik, bagaimana sih cara YesPOS melihat minat atau respon dari publik di sosial media?

Bapak Didi : *kalau pengamatan melalui sosial media sih biasanya kita cuman melihat banyaknya viewers dan reply di DM Instagram setiap kita update story, nah itu sih lumayan banyak ya yang bertanya seperti kegiatannya dimana, berapa lama, seperti itu. Lalu ada juga*

sih yang menanyakan kaya YesPOS tuh aplikasi apa sih terus untuk dipake ke usahanya mereka bisa atau engga kaya gitu dan setiap DM atau Reply kita selalu balas ya. Kalau ada banyak pertanyaan yang sama biasanya kita buat story dan dijadiin highlight di Instagram kita. Contohnya kaya peminjaman mesin EDC nah itu banyak yang menanyakan via DM Instagram dan kita jadiin highlight di Instagram

Ibu Mira : *untuk grafik viewers dan reply story Instagram kita selalu mantau ya. Karena kita mau tau respon dan antusiasme mereka ke kita itu bagaimana mengenai produk kita dan kegiatan kita. Untuk reply DM di IG setiap kita update sih ada ya, dan itu selalu kita jawab. Terus yang bertanya mengenai aplikasi kasir YesPOS seperti pinjaman mesin EDC itu ada juga yang DM dan itu kita jadiin highlight di Instagram @yespos.id*

Ibu Florita : *Awalnya saya sering melihat di sosial media instagram, dan selama pengamatan di Instagram saya hanya melihat saja tidak ngeDM atau komen di postingannya. Lalu saya tertarik mengenai aplikasi tersebut dan waktu itu ada pameran dan disitu ada aplikasi yespos.*

6. Lalu untuk melihat grafik peminat yang menggunakan YesPOS, apakah YesPOS melakukan kerja sama dengan penelitian untuk diberikan kuesioner kepuasan pelanggan?

Bapak Didi : *kalau pengamatan grafik peminat yang menggunakan YesPOS sih ada ya, itu kita ada timnya sendiri untuk melihat perkembangan pada calon konsumen kita, dan kita tidak menggunakan lembaga profesional untuk melakukan riset seperti itu ya. Nah itu yang bisa lihat hanya tim admin saja yang bisa mengakses Dashboard yang dibuat pada aplikasi YesPOS. Dan kita sih tidak pernah buat semacam kuesioner untuk menilai kepuasan pelanggan ya, jadi sejauh ini hanya itu saja*

Ibu Mira : *kalau riset yang seperti itu sih kita tidak melakukan kerjasama gitu ya dengan lembaga profesional atau penelitian untuk menilai kita terkait aplikasi kasir YesPOS, dan kita juga sejauh ini sih tidak pernah melakukan kuesioner kepada calon konsumen sebagai bahan kepuasan pelanggan. Kita disini cuman menggunakan admin yang melihat grafik seberapa banyak yang pakai YesPOS, terus apakah ada penurunan gitu-gitu. Itu juga yang bisa akses Dashboard nya hanya admin aja, tidak bisa orang lain.*

Ibu Florita : *selama saya pakai aplikasi kasir YesPOS sih Bapak Didi ataupun tim YesPOS lainnya tidak pernah ya memberikan kami semacam kuesioner untuk penilaian kepuasan kami.*

Biasanya mereka cuman bertanya bagaimana apakah ada kendala selama pemakaian di event atau dimana gitu. Itu doang sih kak tidak ada kuesioner seperti itu

7. Bagaimana cara YesPOS memberitahu atau mengajak calon pengguna YesPOS kalau YesPOS mengadakan atau ikut berpartisipasi pada sebuah acara?

Bapak Didi : *biasanya kalau kita ngadain pameran ataupun kalau kita mau ikut partisipasi pameran, itu biasanya kita infoin atau ajak ke calon pelanggan kita lewat Gmail dan juga Whatsapp. Nanti setelah di list siapa aja yang mau, nanti kita lakukan zoom meeting buat membahas teknisnya seperti apa dan lain sebagainya. Lalu untuk kegiatan lain selain pameran gitu sih kita belum pernah ya, karena ini kan kita baru ya jadinya belum ada agenda untuk ngadain kegiatan lain selain pemasaran pameran*

Ibu Mira : *sejauh ini sih kita belum pernah ya melakukan kegiatan lain selain pemasaran atau promosi. Dan sampai saat ini sih kita selalu ngadain atau ikut pameran, dan itu kita selalu infoin atau ajak mereka melalui Whatsapp dan juga Gmail, nanti setelah itu kita lakukan Zoom atau Google Meet buat detail kegiatannya*

Ibu Florita : *sejauh ini sih saya ataupun rekan saya tidak pernah ya mendapatkan informasi ajakan buat ikut acara selain pameran, tapi waktu awal sebelum saya menggunakan aplikasi kasir YesPOS kalau acara kaya gitu saya selalu dapat infonya lewat Whatsapp ataupun Gmail ya. Nah nanti kalo kita berminat ntar kita gmeet atau zoom buat info lebih lengkapnya.*

8. Pernahkah YesPOS bertanya kepada para pelaku UMKM secara langsung seperti door to door apakah mereka sudah memakai aplikasi kasir? Sebagai bentuk YesPOS untuk mengenal lebih dalam calon penggunanya.

Bapak Didi : *untuk door to door sih kita tidak melakukan itu ya untuk mempromosikan atau memperkenalkan YesPOS ke UMKM. Tapi biasanya itu kita kalau ada setiap pameran, baik saat kita lagi berada di pameran tersebut maupun pameran lain yang kita sengaja datengin. Nah dari pameran tersebutlah kita bertanya ke para UMKM tersebut, apakah mereka sudah pernah memakai aplikasi kasir atau belum, dan dari situ juga sih kita tawarin untuk menggunakan aplikasi kasir YesPOS dan juga kita minta kontaknya untuk nawarin seperti ada free trail, terus kalau ada event pameran kita Gmail, Whatsapp, Zoom Meet seperti itu sih.*

Ibu Mira : *kalau door to door sih kita tidak pernah ya, paling sih kita lebih seringnya kalau ada pameran, entah itu pameran yang lagi kita ikuti atau pameran yang emang sengaja kita datengin. Dari situ kita nawarin dan iseng tanya-tanya aja, nah biasanya dari situ juga kita minta kontak-kontak mereka buat promosiin, bertanya-tanya ke mereka seperti sebelumnya kalau bertransaksi pakai apa dan lain sebagainya.*

9. Apakah calon pengguna yespos sudah sesuai target?

Bapak Didi : *karena kita baru bangkit lagi dan membuat ulang strateginya termasuk target calon pengguna, itu sudah mencapai target ya karena kan target kita itu untuk FnB, retail, rental, barbershop dan lainnya jadi sudah sesuai target yang kita inginkan. Untuk para merchant pun sudah banyak yang request ke kami untuk pinjam mesin EDC sebagai media transaksinya. Jadi target calon pengguna sudah sesuai dengan yang kita harapkan.*

Ibu Mira : *kalau untuk target calon pengguna sudah mulai mencapai ya, kebanyakan itu calon penggunanya pemilik bisnis yang memerlukan EDC transaksi offline, karena yespos mensupport dan menyediakan EDC transaksi offlinenya juga serta kita sudah memberikan mesin EDC kepada merchant di bidang FnB, sewa rental kendaraan, dan juga digital.*

10. Adakah kendala melakukan pemasaran YesPOS?

Bapak Didi : *kalau kendala lebih banyak complain mengenai teknisi ya, cuman itu bisa kita handle. Selain masalah teknisi itu ada permasalahan mengenai transisi, dimana para merchant yang tadinya menggunakan aplikasi kasir moka pos lalu beralih ke kami, jadi mereka sering bertanya mengenai ini bagaimana fiturnya, Dashboard nya kalau untuk ini dibagian mana seperti itu. Terus kami kan sempat menunda promosi YesPOS ke public akibat covid-19 ya. Paling yang saat ini kami fokuskan sih ya brand awareness dan juga public trust bagaimana caranya supaya mereka tuh percaya dan mengenal bahwa aplikasi kasir ini ada loh dan mudah digunakan.*

Ibu Mira : *kendalanya ada, pertama adalah sekarang kebanyakan bisnis-bisnis seperti FnB, retail, dll sudah menggunakan aplikasi transaksi mereka masing-masing seperti moka pos, mereka perlu menyesuaikan lagi calon penggunaan aplikasi kasirnya dari aplikasi kasir yang lama ke yang baru. Dan alasan mereka beralih itu karena ada beberapa hal yang kurang puas pada fitur-fitur aplikasi kasir yang sebelumnya, kemudian mereka mencoba untuk beralih ke*

yespos. Kedua adalah meyakinkan kembali public trust, karena kami sudah cukup lama tidak aktif. Maka kita harus terus berusaha untuk membuat public trust kepada yespos.

11. Apakah ada kerjasama dengan yang lain selain dengan merchant?

Bapak Didi : untuk kerjasama, pastinya kita bekerjasama dengan bank ya karena ini kan berhubungan dengan financial ya, makanya kita bekerjasama dengan Bank yang ada di Indonesia, seperti Bank Indonesia, Bank Mandiri, Bank Mega, Bank BCA dan juga bank daerah seperti Bank Bali, dan lain-lain. Selain itu, kita juga bekerja sama dengan pemilik penyedia mesin EDC. Hal ini dikarenakan banyaknya permintaan para Merchant yang menginginkan mesin EDC untuk bertransaksi offline di toko-toko bisnisnya.

Ibu Mira : kerjasama lainnya kita bekerja sama dengan pihak penyedia EDC, karena EDCnya bukan milik kita dengan membeli mesin EDC, tetapi kita menyewa mesin EDC ke pihak penyedia EDC untuk dipinjamkan ke merchant kita yang membutuhkan mesin EDC.

12. Apa sajakah media pemasaran yang digunakan untuk bersaing dengan kompetitor?

Bapak Didi : media pemasaran yang kami gunakan itu ada 2, yaitu social media dan juga event. Untuk social media itu kami menggunakan Instagram dan Facebook, dan yang handle social media itu Ibu Mira selaku owner YesPOS dan juga marketing supportnya YesPOS. Lalu untuk event yang handle itu saya dan biasanya itu acara-acara pameran yang sering kami lakukan. Pada event seperti pameran ini, kami benar – benar manfaatkannya untuk memperkenalkan dan mengedukasi kepada calon calon pengguna secara langsung mengenai apa itu aplikasi kasir YesPOS, bagaimana, dan keuntungan dari calon penggunaan layanan aplikasi kasir YesPOS

Ibu Mira : kalau sekarang kami menggunakan di social media dan juga event, kalo untuk social media kita menggunakan Facebook dan Instagram, kalau event itu pameran seperti pameran Franchise ataupun FnB.

13. Apakah media pemasaran tersebut sangat membantu untuk mempromosikan YesPOS?

Bapak Didi : menurut saya sangat membantu ya, karena kan zaman sekarang sudah mulai canggih ya jadi untuk sosial media sangat membantu buat membangun brand awareness YesPOS dengan cara kita selalu update mengenai kegiatan ataupun lainnya pada postingan

story instagram, reply dm instagram, grafik viewers dan lain-lain. Lalu untuk event juga sangat-sangat membantu sekali, apalagi setelah covid-19 mulai menurun dan sudah mulai bisa untuk mengadakan acara-acara seperti pameran, itu sangat membantu sekali buat kami mempromosikan aplikasi kasir YesPOS secara langsung. Apalagi aplikasi kasir ini kan sudah cukup lama di release namun harus tertunda mempromosikannya, lalu dengan menurunnya kasus covid-19 dan sudah bisa mengadakan pameran mempermudah kami untuk mempromosikan dengan menjelaskan secara rinci, detail, mendemostrasikan secara langsung kepada public

Ibu Mira : *tentunya sangat membantu ya, seperti di event itu sangat membantu kita untuk menjelaskan secara langsung kepada publik bagaimana cara bertransaksi menggunakan aplikasi kasir YesPOS, dan menjelaskan fitur dan layanan lainnya sedangkan kalau di social media sangat berguna untuk membangun brand awarenessnya itu dengan cara kita selalu posting kegiatan yang kita ikuti atau yang kita adain, terus kita juga ngeliat grafik viewers bagaimana, kita juga respon dm-dm yang masuk ke kita*

14. Apakah strategi ini efektif dalam melakukan pemasaran aplikasi kasir YesPOS?

Bapak Didi : *menurut saya keduanya sama-sama efektif ya, untuk setiap event seperti pameran kita bisa ketemu langsung dengan client, bicara secara face to face antara tim YesPOS dengan calon calon pengguna kami. Nah dari kegiatan pameran seperti itulah mereka lebih banyak bertanya mengenai fitur-fiturnya, pelayanannya, dan lain sebagainya. Lalu untuk sosial media instagram itu juga efektif untuk melihat respon followers kita mengenai postingan yang selalu kita update di instagram seperti mereka menanyakan kegiatan yang diselenggarakan itu dimana, lalu untuk pengajuan mesin EDC bisa atau tidak, dan lainnya.*

Ibu Mira : *tentunya keduanya sangat membantu ya, seperti di event itu sangat membantu kita untuk menjelaskan secara langsung kepada publik bagaimana cara bertransaksi menggunakan aplikasi kasir YesPOS, dan menjelaskan fitur dan layanan lainnya secara langsung sehingga para client mudah paham mengenai aplikasi kasir YesPOS. Untuk sosial media kita gunakan untuk liat respon pada followers kita.*

15. Adakah strategi pemasaran lainnya yang dilakukan tim YesPOS untuk memperkenalkan aplikasi kasir ini kepada pelanggan? Seperti mengadakan seminar atau dengan cara tim YesPOS datang secara langsung ke toko-toko mereka atau mendatangi pameran secara sengaja.

Bapak Didi : *pemasaran lain selain event dan juga social media sih kita tidak ada ya, paling kalau untuk mengunjungi toko merchant itu kalau mereka request ke kami buat diperlihatkan atau didemonstrasikan bagaimana cara pemakaiannya segala macam. Itu juga kalau mereka sudah benar-benar tertarik dan deal, baru kami datang ke toko merchant yang request untuk di demonstrasikan. Tapi kalau mendatangi pameran secara sengaja itu kita lakuin, nah itu biasanya kita sengaja atau iseng bertanya ke mereka apakah mereka sudah pernah memakai aplikasi kasir atau belum, dan dari situ juga sih kita tawarin untuk menggunakan aplikasi kasir YesPOS dan juga kita minta kontaknya untuk nawarin seperti ada free trail, terus kalau ada event pameran kita Gmail, Whatsapp, Zoom Meet seperti itu*

Ibu Mira : *untuk pemasaran secara door-to-door sih kita tidak menggunakan metode pemasaran tersebut ya, karena itu sangat memakan waktu yang lama. Paling kalau untuk ke toko langsung itu setelah mereka sudah deal dengan kami baru kami turun langsung ke tokonya mereka untuk mendemonstrasikan caranya seperti apa dan lainnya. Terus kalau dating ke pameran secara mendadak atau disengaja sih itu kita lakuin ya, dari situ kita nawarin dan iseng tanya-tanya aja, nah biasanya dari situ juga kita minta kontak-kontak mereka buat promosiin, bertanya-tanya ke mereka seperti sebelumnya kalau bertransaksi pakai apa dan lain sebagainya.*

16. Apa yang YesPOS lakukan dalam meningkatkan pelayanan? Seperti jikalau YesPOS mengadakan sebuah event, dengan cara seperti apa yespos mengundang atau memberitahukan kepada calon penggunanya untuk berpartisipasi.

Bapak Didi : *biasanya kalau kita ngadain pameran ataupun kalau kita mau ikut partisipasi pameran, itu biasanya kita infoin calon pelanggan kita lewat Gmail dan juga Whatsapp. Nanti setelah di list siapa aja yang mau, setelah itu kita lakukan zoom meeting buat membahas teknisnya seperti apa dan lain sebagainya. Lalu untuk seperti calon pelanggan yang bertanya mengenai kelanjutan penggunaan aplikasi kasir YesPOS ataupun ada problem lain, itu kami berikan kontak nomer person bagian marketing ataupun marketing support, dan juga E-mail kepada calon pelanggan. Selain itu juga pada saat pameran, kita juga membagikan brosur kepada pengunjung pameran, merchant-merchant, dan pengusaha UMKM disekitaran pameran.*

Ibu Mira : *iya betul, biasanya kita waktu saat pameran, kita membagikan brosur kepada pengunjung pameran, merchant-merchant, dan pengusaha UMKM disekitaran pameran. Tidak lupa juga kasih nomer kontak kita ke calon pengguna via gmail, zoom meeting itu kalau kita ngadain pameran ataupun kalau kita mau ikut partisipasi pameran, itu biasanya kita infor calon pelanggan kita lewat Gmail dan juga Whatsapp. Setelah mereka tertarik dan mau untuk bergabung baru kita list dan kita kasih link zoom meetnya untuk kelanjutannya*

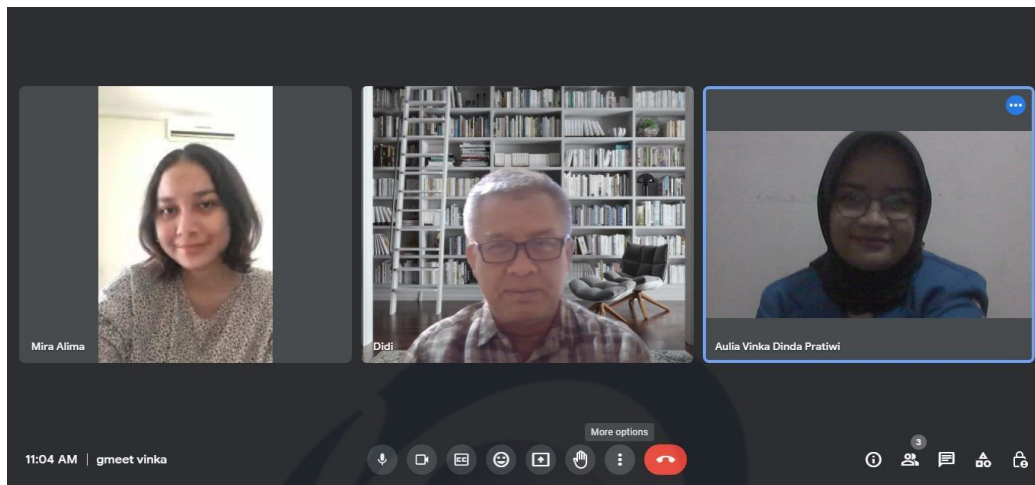
Ibu Florita : *waktu awal itu saya datang ke boothnya untuk bertanya-tanya mengenai aplikasi kasir tersebut, saya juga di kasih brosurnya juga, disitu juga ada kontak person untuk dihubungi kalau kita mau bertanya lebih mendalam.*

17. Apakah YesPOS pernah mengadakan sebuah Talkshow atau penggunaan Influencer dalam promosi di sosial media?

Bapak Didi : *untuk saat ini sih acara yang kita adakan baru pameran, dan dipameran itu kita melakukan pemasaran. Namun pada penggunaan influencer atau artis di sosial media kita ga pakai, cuman untuk talkshow itu masih dalam proses dan akan diselenggarakan sekitar bulan Agustus 2023.*

Ibu Mira : *selama ini sih kita baru mengadakan pameran dalam pemasaran, cuman kalau acara seperti talkshow itu masih dalam proses dan itu diselenggarakan di bulan Agustus 2023, lokasinya itu Bali atau ga di Jakarta. Lalu untuk penggunaan influencer pada konten sosial media, itu kita belum pakai.*

LAMPIRAN FOTO DOKUMENTASI



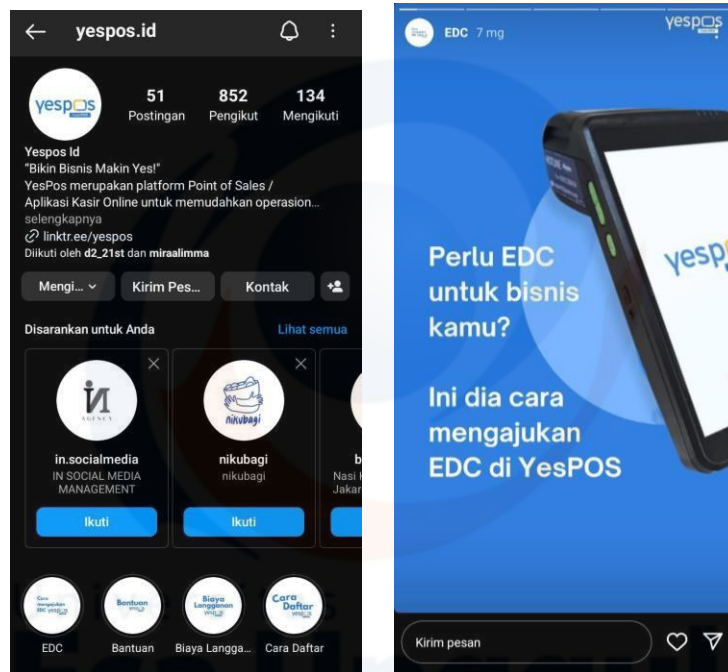
Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Didi Mulyawan - Key Informan dan Ibu Mira Alima - Informan 1 melalui Gmeet



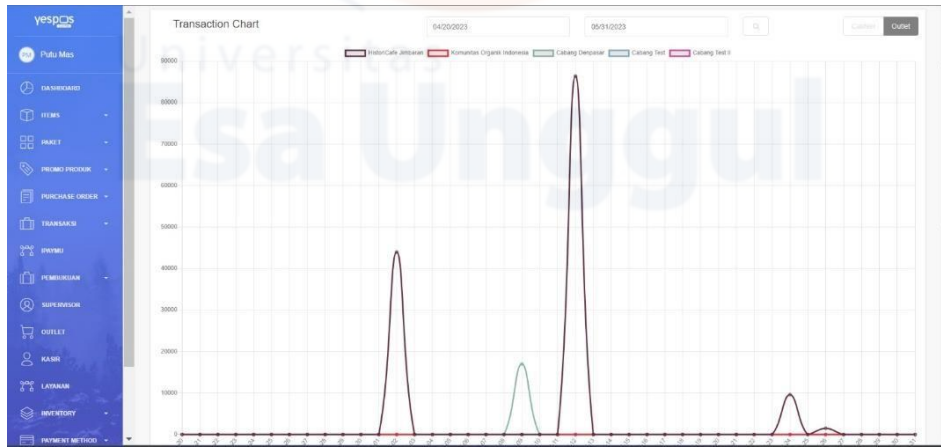
Dokumentasi Wawancara Ibu Florita sebagai Informan 2 dengan Peneliti



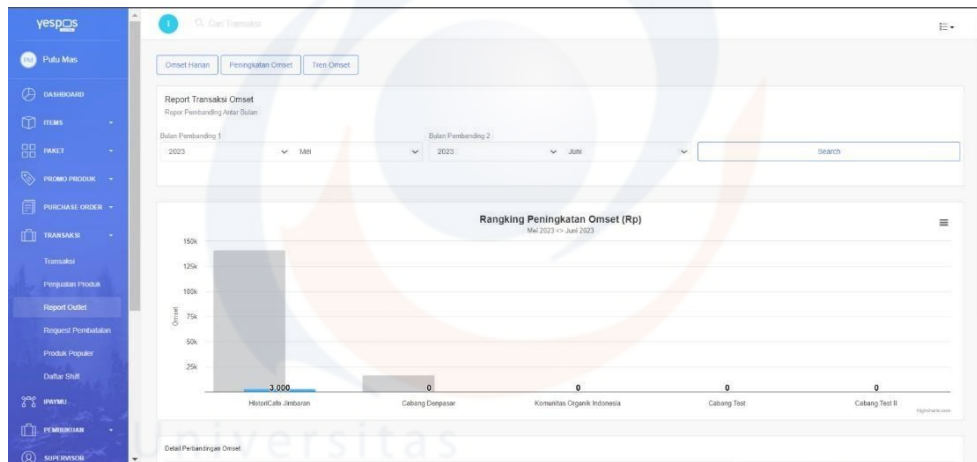
Dokumentasi Situasi Pameran Organic, Green & Healthy Expo



Dokumentasi Instagram YesPOS dan Contoh Highlight



Dokumentasi Dashboard Grafik Aplikasi Kasir YesPOS



Dokumentasi Dashboard Report Transaksi Aplikasi Kasir YesPOS