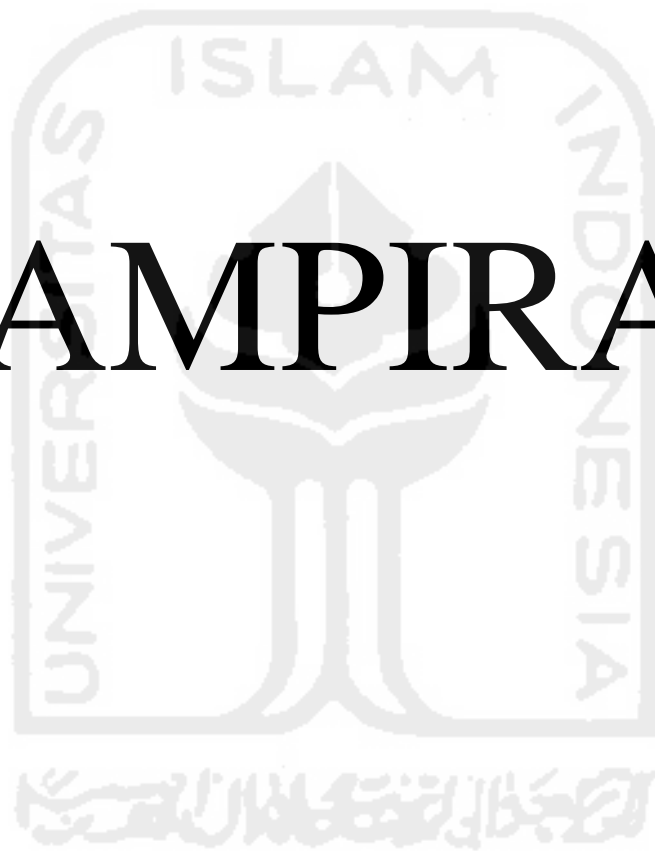


LAMPIRAN



Wawancara kepada narasumber usaha Ayam Geprek Mbok Moro

Nama narasumber : Arief Ardi Nugroho (bapak Auf)
 Jabatan : (*Owner dan General Manager*)
 Hari, Tanggal wawancara : Rabu 27 Juli 2016
 Tempat Wawancara : Kantor Ayam Geprek Mbok Moro

Daftar pertanyaan wawancara

1. Kapan dan bagaimana sejarah berdirinya usaha Ayam Geprek Mbok Moro (profil)?
 Jawaban : Berdirinya Ayam Geprek Mbok Moro berdiri pada tanggal 03 Maret 2013
2. Bagaimana visi dan misi Ayam Geprek Mbok Moro?
 Jawaban :Menyaingi KfC, dengan terus berkembangnya Ayam Geprek Mbok Moro
3. Bagaimana penerapan fungsi manajemen (PODC) pada usaha Ayam Geprek Mbok Moro?
 Jawaban :
 - a. Perencanaan dilakukan dengan terencana, sesuai dengan rumusan strategi atau tujuan yang telah di tentukan oleh Ayam Geprek Mbok Moro.
 - b. *Organizing* dilakukannya dengan bersama sama yang dipimpin oleh *general manager* untuk mengetahui jobdes dan tanggung jawab dari setiap bagian maupun karyawan, meningkatkan kualitas personal dan team atau manajemen bersinergi dalam mencapai target.
 - c. *Directing* pengarahan dilakukan oleh manajer dan memberi contoh yang baik kepada semua karyawan, itu akan memberi pengaruh yang positif kepada semua karyawan, pengaruh pengarahan dari manajer dan karyawan lama terhadap karyawan tergolong masih baru sangat efektif membantu kegiatan manajemen meningkatkan efektifitas tujuan suatu target Ayam Geprek Mbok Moro.
 - d. *controlling* pengawasan memang selalu dilakukan oleh manajer akan tetapi itu semua menjadi tanggung jawab semua manajemen atau karyawan.

4. Apakah produk yang di jual merupakan produk yang dihasilkan sendiri atau dari pihak lain?
Jawaban :Produk yang dijual merupakan Produk yang dihasilkan sendiri, pengelolaan daging ayam di kelola oleh Ayam Geprek Mbok Moro sendiri.
5. Bagaimanakah minat pasar terhadap produk?
Jawaban :Berkembang, bertambah sedikit demi sedikit, selama ini minat masih dalam kategori baik, aman.
6. Bagaimanakah usaha Ayam Geprek Mbok Moro untuk menanggulangi persaingan? Jawaban :Dalam prinsip Ayam Geprek Mbok Moro tidak ada pesaing , akan tetapi dijadikan partner dalam berwirausaha.
7. Bagaimana service atau pelayanan yang di berikan Ayam Geprek Mbok Moro ini terhadap konsumen?
Jawaban :Ditanamkan oleh *general manager* kepada pelayan Dalam menangani, melayani Konsumen seperti keluarganya sendiri, jadi perumpamaan kosumen tidak hanya layaknya seorang pembeli saja, sepenuh hati, munculnya dari dalam hati
8. Bagaimanakah usaha Ayam Geprek Mbok Moro dalam menjaga dan mempertahankan kepercayaan konsumen dan karyawan untuk keberlangsungan kegiatan usahanya? Jawaban :Mempunyai produk yang khas Ayam Geprek Mbok Moro, membuat konsumen merasa nyaman, untuk karyawan dalam mempertahankan salah satunya tidak membedakan sesama karyawan, membuat karyawan nyaman sesama karyawan
9. Siapakah pasar sasarannya?
Jawaban :Seluruh masyarakat menengah ke atas maupun menengah kebawah (Mahasiswa, masyarakat setempat, dan pendatang luar kota)
10. Bagaimana penerapan marketing mixnya (*product, place price, promotion*) ?
Jawaban : produk : produk yang ditawarkan punya khas Ayam Geprek Mbok Moro itu sendiri. Place: menempatkan outlet sesestrategis mungkin. Price: kesesuaian harga dengan standar produk yang dihasilkan Ayam Geprek Mbok Moro. Promotion: sederhana saja, online seperti website, instagram dan twitter. (untuk jejaring social twitter muncul dari permintaan konsumen, dan kemudian dikasih oleh kosumen.
11. Bagaimana sistem pengawasan di usaha Ayam Geprek Mbok Moro?
Jawaban :Diajarkannya bahwa system pengawasan di Ayam Geprek Mbok Moro kejujuran yang haqiqi dan semua yang mengawasi ini semua adalah Allah swt, dan akan dipertanggung jawabkan kelak kepada yang Maha Kuasa.

12. Bagaimana konsep dan strategi pemasaran yang di terapkan oleh Ayam Geprek Mbok Moro dalam kegiatan pemasarannya? Jawaban dari mulut ketelinga
13. Alat alat apa saja yang digunakan oleh Ayam Geprek Mbok Moro dalam melakukan pemasarannya?
Jawaban :Contact person untuk menghubungi pemesanan, jejaring sosial
14. Bagaimana cara usaha Ayam Geprek Mbok Moro dalam menarik simpati konsumen? Dari berbagai menunya , tahap penyajian, terjangkaunya harga dan inovasinya
15. Apakah keuntungan usaha pada Ayam Geprek Mbok Moro selalu meningkat pada setiap bulannya?
Jawaban :Jikalau disimpulkan dari perharinya masih naik turun akan tetapi jika disimpulkan dari laporan keuangan dalam perbulan Alhamdulillah meningkat.
16. Apakah usaha Ayam Geprek Mbok Moro melakukan kegiatan produksi dengan biaya yang efisien dan meningkatkan produktivitasnya? Dengan pembuatan produksi yang dikeloa sendiri maka perusahaan bisa memperkirakan besar kecilnya biaya yang dikeluarkan, dengan kesesuaian kualitas produk Ayam Geprek Mbok Moro.
17. Bagaimana usaha Ayam Geprek Mbok Moro ini mampu bertahan di tengah persaingan pasar?
Jawaban: Selalu mempertahankan ciri khas yang dipunyai Ayam Geprek Mbok Moro dan terus berinovasi dalam berkembangnya usaha
18. Apakah karyawan pada Ayam Geprek Mbok Moro selalu memberikan pelayanan kepada konsumen dengan ramah dan sopan santun?
Jawaban :Sudah menjadi kewajiban kami (Ayam Geprek Mbok Moro)
19. Apakah kepuasan konsumen menjadi salah satu prioritas utama pada usaha Ayam Geprek Mbok Moro dalam menjalankan usahanya?
Jawaban :Kepuasan Jelas menjadi salah satu acuan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dalam menjalankan usahanya
20. Seperti apa bentuk dari peran pengadaan pembentukan manajemen pemasaran pada keberhasilan usaha Ayam Geprek Mbok Moro? 1. Bertambahnya cabang atau outlate Ayam Geprek Mbok Moro. 2. Hutang dari pemilik Ayam Geprek Mbok Moro telah terbayar atau terselesaikan semua dengan cepat(setelah mendapatkan keuntungan) . 3. Ayam Geprek Mbok Moro lebih siap untuk melangkah kedepan atau lebih siap dalam menghadapi pada masa yang akan datang

Wawancara Kepada Konsumen Ayam Geprek Mbok Moro

Identitas Diri

Nama Responden : Raras Ary Andriani
 Status : Mahasiswi (Mercu Buana Yogyakarta)
 Hari, Tanggal wawancara : Jum'at 17 Februari 2017
 Agama : Islam
 Asal : Sleman, Yogyakarta

Daftar Pertanyaan Wawancara

21. kenapa anda membeli di Ayam Geprek Mbok Moro?
 Jawaban : Karena memiliki rasa rasa yang berbeda dengan rasa gurih pedas dan tekstur yang lembut
22. Dari mana anda mengetahui Ayam Geprek Mbok Moro?
 Jawaban : Saya mengetahui dari Internet dan rekomendasi teman teman
23. Bagaimana harga dari produk Ayam Geprek Mbok Moro ?
 Jawaban : Harganya terjangkau dan pas dengan kantong mahasiswi seperti saya
24. Bagaimana posisi tempat outlate dari Ayam Geprek Mbok Moro ?
 Jawaban : Mudah dijangkau
25. Bagaimana kesesuaian produk Ayam Geprek Mbok Moro dengan tawaran yang diberikannya ?
 Jawaban : produk sesuai dengan promosi yang ditawarkan
26. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Ayam Geprek Mbok Moro ?
 Jawaban : pelayanan pegawai sangat ramah dan cekatan
27. Berapa kali anda membeli produk dari Ayam Geprek Mbok Moro dalam satu bulan terakhir ?
 Jawaban : 6 kali dalam sebulan terakhir

Wawancara Kepada Konsumen Ayam Geprek Mbok Moro

Identitas Diri

Nama Responden : Laili Mustofa
Status : Mahasiswa (Universitas Ahmad Dahlan)
Hari, Tanggal wawancara : Jum'at 17 Februari 2017
Agama : Islam
Asal : Palembang

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. kenapa anda membeli di Ayam Geprek Mbok Moro?
Jawaban : karena enak
2. Dari mana anda mengetahui Ayam Geprek Mbok Moro?
Jawaban : Dari teman
3. Bagaimana harga dari produk Ayam Geprek Mbok Moro ?
Jawaban : harganya terjangkau
4. Bagaimana posisi tempat outlate dari Ayam Geprek Mbok Moro ?
Jawaban : cukup strategis
5. Bagaimana kesesuaian produk Ayam Geprek Mbok Moro dengan tawaran yang diberikannya ?
Jawaban : sesuai dengan apa yang ditawarkan
6. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Ayam Geprek Mbok Moro ?
Jawaban : pelayanan sopan santun
7. Berapa kali anda membeli produk dari Ayam Geprek Mbok Moro dalam satu bulan terakhir ?
Jawaban : 5 kali

Wawancara Kepada Konsumen Ayam Geprek Mbok Moro

Identitas Diri

Nama Responden : Fela Septiani
Status : Mahasiswi (Universitas Ahmad Dahlan)
Hari, Tanggal wawancara : Jum'at 17 Februari 2017
Agama : Islam
Asal : Padang

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. kenapa anda membeli di Ayam Geprek Mbok Moro?
Jawaban : suka Ayam geprek
2. Dari mana anda mengetahui Ayam Geprek Mbok Moro?
Jawaban : Dari teman
3. Bagaimana harga dari produk Ayam Geprek Mbok Moro ?
Jawaban : sesuai dengan citrasanya
4. Bagaimana posisi tempat outlate dari Ayam Geprek Mbok Moro ?
Jawaban : mudah di temukan “samping jalan”
5. Bagaimana kesesuaian produk Ayam Geprek Mbok Moro dengan tawaran yang diberikannya ?
Jawaban : Tawaran kualitas produk sesuai
6. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Ayam Geprek Mbok Moro ?
Jawaban :ramah
7. Berapa kali anda membeli produk dari Ayam Geprek Mbok Moro dalam satu bulan terakhir ?
Jawaban :4 kali

Wawancara Kepada Konsumen Ayam Geprek Mbok Moro

Identitas Diri

Nama Responden : Muhammad Ndaru
Status : Bekerja
Hari, Tanggal wawancara : Jum'at 17 Februari 2017
Agama : Islam
Asal : Yogyakarta

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. kenapa anda membeli di Ayam Geprek Mbok Moro?
Jawaban : pernah iseng mencoba 1 kali dan ketagihan
2. Dari mana anda mengetahui Ayam Geprek Mbok Moro?
Jawaban : karena saya sering lewat jalan depan jalan jadi penasaran
3. Bagaimana harga dari produk Ayam Geprek Mbok Moro ?
Jawaban : harga sesuai dengan apa yang disajikan
4. Bagaimana posisi tempat outlate dari Ayam Geprek Mbok Moro ?
Jawaban : strategis , karena berada di jalan yang ramai
5. Bagaimana kesesuaian produk Ayam Geprek Mbok Moro dengan tawaran yang diberikannya ?
Jawaban : produk dari rasa sesuai dengan apaa yang di tawarkan
6. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Ayam Geprek Mbok Moro ?
Jawaban : murah senyum, ramah
7. Berapa kali anda membeli produk dari Ayam Geprek Mbok Moro dalam satu bulan terakhir ?
Jawaban : 3 kali

Lampiran foto Dokumentasi

Foto dokumentasi penelitian Ayam Geprek Mbok Moro



Foto bersama bapak Arief Ardi Nugraha.



Inframe “Arief Ardi Nugraha (owner, General Manager) dan Muhamad Awaludin”

Rumah Produksi Ayam Geprek Mbok Moro



Kantor Ayam Geprek Mbok Moro (Mereka Menyebutnya Playroom)



Ruang Kantor



Beberapa pegawai dalam Rumah Produksi



Narsis bersama team produksi

