



Transkrip Wawancara “Ethikopia Coffeabay”

1. Mas marketing komunikasi apa yang digunakan dalam promosi nya?
- di sini kita promosi cuma pake instagram aja
2. Jadi cuma instagram ?
- kalo online instagram kalo selain online kita promosi langsung ke *customer* yang datang, jadi kita bikin kayak semacam brosur yang bisa dilihat customer pas datang
3. Jadi ada dua ya?
- iya *online* sama langsung ke *customer*.
4. Kenapa pake *instagram*?
- kenapa *instagram* karna, orang-orang sekarang itu banyak yang make *instagram*, dan mereka setiap saat buka *instagram* dan mereka liat berita *update* di situ lewat *instagram* dan itu lebih cepat penyebarannya.
5. Lebih enak juga ya semua orang bisa jangkau ya?
- iya
6. Kudu banget ya Mas harus lewat *instagram*?
- Karena gini ya... semua orang dijamin sekarang udah pake *Instagram* kan. Nah tapi kita juga harus paham mana waktu yang bagus buat *upload* konten itu. Jadi gak sembarang *upload* aja. Kapanpun terus langsung *upload* aja tanpa memperhitungkan dengan cermat
7. Kenapa gak pake media sosial lainnya Mas, misal FB gitu?
- Karena untuk jaman sekarang media sosial lain itu tidak efektif, yang paling efektif menurut sekarang menurut saya ya *instagram*, karena *instagram* mendukung saya sekali untuk jadi media informasi dan promosi kepada konsumen / *customer*.
8. Ini *Instagram*nya masih dalam bentuk akun pribadi atau sudah berubah jadi akun bisnis Mas?

- Sudah. Sudah dari awal berdiri bahkan.
9. Menurut mas, Instagram dan Facebook mana yang lebih efektif buat promosi Mas?
- Instagram.
10. Apa aja sih konten yang di *upload* buat promosinya Mas?
- Tentang *special offers*, *hot meals* yang baru, *partnership*, *merchant*.
11. Kalo boleh tau nih, keuntungan apa aja yang bisa Mas dapetin setelah promosiin via Instagram? Aku gak nanya soal duitnya kok hehe.
- orderan meningkat, *brand values*, ajakan *partnership*. Yang jelas banyak yang dateng itu di luar dari target kita.
12. Maksudnya di luar target Mas?
- Karena kan targetnya kita itu mahasiswa khusus daerah utara, tapi ternyata banyak juga mahasiswa atau pelajar dari sekolah yang daerah selatan kesini. Gitu Mas
13. Nahh tadi mas sempet ngomong juga promosiin secara *offline*. Itu misalnya gimana Mas?
- Ya kalo kita lagu ada menu baru, promo terbaru kita biasanya langsung sampein ke konsumen yang dateng. Tapi kita gak bagi-bagi brosur kayak jualan rumah yak.haha. kita tawarin langsung gitu.
14. Selain dengan ngomong langsung sama konsumen yang dateng, ada lagi gak yang lain tindakan promosi secara *offline* Mas?
- belum ada.
15. Atau Mas Pandu pernah berpikir untuk bayar selebgram untuk bantu promosinya Mas?
- Pernah. Sempet. Tapi abis itu gak lagi, karena ngerasa *over budget* dan cuman ntah kenapa kok menurutku kayak belum saatnya aja, kao sering-sering terlalu boros kayaknya. kayak belum nemu aja sama selebgram yang sreg gitu hehe

16. Menurut Mas Pandu nih, ada gak sih anggaran khusus untuk promosi via *online* dan *offline*?

- Ada. Tapi gak banyak.

17. Dengan jumlah *followers* segitu, apa Mas Pandu udah puas? Atau masih pengen nambah lagi jumlah *followers*nya?

- belum dong, tapi bukan maksudnya aku gak pernah puas ya orangnya, karna bagiku dalam berbisnis atau dagang itu kita harus tetep pengen lebih atau berkembang, disanalah kita akan mencapai kesuksesan.

18. Dengan jumlah *followers* segitu, menurut Mas Pandu sudah efektif kah promosi itu?

- Menurutku sih sudah ya. Karena juga aku ada data kuantitatifnya soal seberapa efektif iklan itu atau promosi itu.

19. Bisa gak Mas aku liat data kuantitatifnya itu kalo boleh?

- Waduhhhh mohon maaf. Agak sensitive e

20. Kalo *posting* di Instagram, itu nge-*tag* akun-akun khusus kah Mas?

- Belum ada.

21. Trus ada riset ngak mas? Riset pasar?

- riset itu pasti ada, kita liat dulu promo apa ni yang pernah ada dan yang belum pernah ada

22. Ooo itu semua juga? Atau ada tim lagi?

- ooo ngak itu semua juga...
- oooo tetap semua juga yang jalan ya

23. Maksudnya itu risetnya ke kompetitor ada gak Mas?

- Kalo riset sih belum ada, kita cuma masih sekilas liat ke kompetitor aja, apa aja yang jadi nilai jual nya kompetitor lain.

24. Kalo udah dapetin hasil riset gitu, apa yang dilakuin mas untuk konten promosi atau tindakan promosinya?

- ya kita jalanin aja kalo memang sesuai dengan visi misi cafe kita, kalo gak ya kita cari ide yang lain.

25. Pernah gak riset soal rasa kopi apa yang lagi digemari konsumen?

- Wahh enggak Mas. Nanti malah ngilangin jati dirinya perusahaan dong.

26. Pernah gak riset soal konten promosi yang lebih ngena di khalayak?

- Pernah nek itu. Cuman gak secara khusus Mas. Ya sekali lewat ae.

27. Biasanya kalo riset soal apa aja yang jadi bahan riset Mas?

- Emm rasa baru yang lagi *happening*. Trus riset itu gak selamanya keluar. Lebih sering memperhatikan habitnya konsumen kalo disini itu ngapain aja. Dan biasanya konsumen itu butuh apa aja gitu. Kita coba buat dukung. Selama tidak membutuhkan modal yang lebih.

28. Nah terus untuk market yang di tuju mas?

- kalo untuk etopia sampai saat ini masih mahasiswa market yang dituju. Ya pelajar mahasiswa

29. Kalo kayak keluarga belum ya...?

- kalo keluarga sampai saat ini masih sedikit. Masih lebih banyak mahasiswa. Karna untuk kayak ngumpul, ngerjain tugas, dan lain-lain ya,

30. Dan yang dateng udah sesuai target segmenetasi belum Mas?

- Sudah. Kebanyakannya sudah. Tapi pernah ada juga sekeluarga gitu.

31. Ada gak sih mas yang respon setiap konten yang *terupload* di instagram?
- Responnya paling cuman sekedar tanya-tanya aja, cari penjelasan detail tentang konten itu. Misal, *ngeupload* tentang promo couple. Nah paling nanya-nanya soal itu. Selebihnya gak sih. Kalo untuk itu, kita punya parameter pribadi.
32. Ketika mahasiswa atau pelajar yang dateng mereka sering mengajukan saran gak untuk ethikopia Mas?
- Jarang banget. Haha. Kebanyakan terima aja gitu. Atau kalo gak sengaja aku denger, tapi kayak ngrasani gitu. Sejauh ini bagus sih *feedbacknya*
33. Terus ada faktor khusus nggak yang mempertimbangkan untuk melakukan promosi nggak mas?
- faktor kayak gimana ini? Bentar tak cariin... lewat... lewat... lewat...
34. Penghambatnya ini dalam promosi mas?
- penghambatnya itu tadi, kembali lagi ke media yang kita gunakan tadi.
35. Kalo pendukungnya mas?
- kalo pendukungnya klo mereka liat trus mereka bisa share ke teman-teman nya
36. Eee evaluasi mas ada ngak setelah promosi itu dilakukan?
- evaluasi itu ada setiap minggu evaluasi itu kita lakukan
37. Langkah yang di tempuh dalam memasang iklan, misalnya di *instagram*?
- langkahnya tadi itu ya kayak ada yang bagian foto, video *design* nah nanti kita rembukan lagi kira-kira mana yang lebih cocok. Nanti kalo ada yang di revisi perlu di revisi atau langsung bisa di *post*
38. Kalo penghambatnya ada ngak sih mas?
- kalo penghambat nya itu palingan waktu kali ya yang menjadi penghambat, di bandingkan dengan kerja kita di bar
39. Oooo jadi itu ngak di kerjakan di waktu senggang,?
- ya disela-sela waktu nge bar

40. Oooo disela waktu kerja ya... ooo gitu... ngak ada waktu sehabis kerja gitu?
- ya di waktu senggang bisa di sela-sela waktu kerja juga bisa
41. Ooo bebas ya..
- iya ngak ada waktu khusus nya kapan...
42. Jadi penghambatnya dari waktu. Klo penghambatnya mas?
- klo penghambatnya ya karna kita udah lama disini jadi udah saling ngerti satu sama lain
43. Terus estimasi waktu untuk menghasilkan iklan yang bagus itu berapa lama itu mas?
- kalo untuk riset itu kita butuh waktu seminggu paling lama..
44. Satu minggu itu 1 atau 2 iklan mas?
- biasanya itu kita dadakan ee, misale kita peringatan untuk 17 an, trus kita mau bikin apa ni promo 17 an, kemudian kita susun lah, dari rencana itu kita rembukan bareng, trus riset dulu abis itu baru eksekusi.
45. Berarti mengambil moment ya ? jadi milih moment terdekat trus bikin iklan gitu?
- iyaaa...
46. Kenapa memilih disini mas tempatnya?
- Ethikopia ya kenapa memilih disini tempatnya, ya karna pertama yang kita cari itu parkiran yang luas, kemudian kita cari yang jauh dari keramaian, jadi suasana sepi dan jauh dari keramaian itu menjadi keunggulan kami
47. Karna nyaman malahann ya ...
- Iya
48. Makanan favorit disini apa mas?
- masih *french fraise* yang favorit, tapi selain itu ada juga *onion grill*, semacam bakso bakar itu dia,

49. Kalo minuman?

- kalo minuman kita masih di es kopi itu ada namanya *con yellow*.

50. Itu apa mas? Perpaduan apa?

- itu perpaduan kopi sama susu, tapi kita pakenya susu evaporasi namanya... jadi evaporasi itu susu kental tidak manis. Jadi *con yellow* itu nanti rasanya; ada pahitnya ada gurihnya ada asemnya,

51. Trus kalo untuk *range* harga ?

- kalo untuk *range* harga kita ada rata-rata itu di 14.000-29.000 untuk makanannya, kalo untuk minumannya itu kita da di harga 19.000-32.000

52. Ada promo2 ngak sih?

- kalo promo ada sih kemaren itu kita baru selesai promo minuman, kita keluarin menu baru gitu di pas di kemerdekaan, ada dua minuman yang pertama itu ada konghujia dan pink marmellow, yang satunya permentsi teh dan milk shake.

53. Biasanya sebulan itu ngeluarin promo itu berapa kali mas?

- ooo ngak nentu,

54. Itu waktu nya kapan aja?

- ya waktu pingin aja

55. Adanya yang buat semacam menarik pengunjung?

- iyaaa ada *loyal card* biar bisa mengetahui berapa *customer* kita yang *loyal* setiap bulannya

56. Itu ada *free* gitu ngak mas?

- iya ada *free* setiap 3x transaksi dalam waktu seminggu

57. Yang beda servisnya dari tempat yang lain?

- kalo servis nya ya sama kayak nya ya mas dengan yang lain yang bikin beda itu tempatnya,

58. Kalo update iklan di ig itu ada waktu2 nya ngak?

- kalo untuk akhir-akhir ini kita lebih update itu ke *story* IG nya untuk fit nya itu udah jarang, lebih seringnya di *story*. Kalo dulu itu lumayan sering

59. Bukannya kalo sering *update* gitu bukannya tambah banyak yang liat ya mas?

Tapi rata-rata orang udah tau karna kita kan juga udah lama di sini, jadi udah banyak yang tau lah. Mungkin tempatnya itu lah ya yang kurang tau.



Transkrip Wawancara Sangrai Kedai Kopi

1. Bentuk kegiatan promosi yang dipake itu apa aja?
 - Pertama itu ada dua tipe, yang satu itu pasif, dua itu kanvasing, kita main di sosial media yaitu kanvasing
2. Kanvasing itu apa?
 - Kanvasing itu istilah kayak istilah *mobile* gitu
3. *Online* atau *offline*?
 - *Offline*, kanvasing itu ini
4. Ooo brosur
 - Brosur tapi ngak sembarang brosur, itu bisa dibilang kanvasing tapi kita ngak sembarang kanvasing, jadi kayak gini kalo sangrai, orang yang mau sangrai itu kayak mana sih orangnya? Seperti apa maunya sangrai? Komunitas, atau saya hubungi komunitas atau saya cari komunitas di UII misalnya komunitas MAPALAlah misalkan, ooo kita dari sangrai kedai kopi, masnya suka nongkrong *basecamenya* dimana? Ooo kita ada nih kedai kopi yang ngak jauh dari UII, tempatnya dingin, ada nuansa alam gitu, bukannya dari jam segini, entar ada makrabnya juga kalo mau sekaligus, kalo mau ngopi kita ada di sangrai kopi, kita buka sampai jam 11 malam last order, nanti kalo buat diskusi, apa-apa juga enak, jadi alhasil kita datang udah tu juga enak kita siapin brosurnya tentang sangrai, kita langsung ke orang nya kita ketemu, gitu lo, kanvasing itu ya gitu lo. Kita ketemu itu metodenya untuk pariwisata, jadi kayak kalo aku butuh kamu tu ya aku yang nyari kamu, jadi kayak sistem jemput bola, ya jadi kita yang nawarin.
5. Oo jadi kita yang nawarin ya
 - Kalo orang-orang ngak tau sangrai jadi kita nih yang dating, ini lo sangrai, ini lo aku tu punya apa aja, ada fasilitas apa aja, disana kana ada fasilitas karambol, ada karaoke *free* karaoke, trus ada fasilitas *jen green* itu kan termasuk fasilitas sangrai kan, trus ada fasilitas kartu, catur, gitar, jadi orang tu ngopi tapi dia tu nongkrong

yang suasananya dengan fasilitas kayak gitu orang tu *flashback* nostalgia, coba sekarang siapa orang yang bapak-bapak main catur, karambol. Karambol itu permainan tradisional bukan tapi dia permainan yang nostalgia gitu lo. Karambol itu jaman dulu, itu lo ada karambol, orang nongkrong sambil main karambol, dulu tu aku tu jaman SMA tu kayak gini lo main karambol nah ingat it tuh. Jadi hidup lagi tu lo kenangannya, jadi awalnya kita tu menjualnya menjual *venue*, menjual *history*, jadi kayaknya kita menjual produknya jadi mereka kesana tu apa yang mereka dapat gitu, ya itu jadi ya *flashback* nostalgia gitu, mungkin sama keluarganya gitu dulu bapaknya suka main karambol gitu jadi cerita sama anaknya gitu lo sambil main, itu tu lo belum ada segmen itu yang punya sebenarnya. Di Jogja sendirikan siapa yang ada , belum ada yang punya kayak gitu, Jogja utara ini juga ngak ada

6. Kopi klotok?

- Kan ngak ada , dia kopi klotok kan lebih presto, bukan yang minuman itu pun ngak kuat posisinya, jadi dia salahnya kopi klotok itu yang agak menyimpang itu karna dia pakek kopi klotok padahal dia itu presto. Kopi klotoknya itu menyimpang karna kopi klotok di jawa itu ya kopi yang dicampur arak cina, tapi yang mereka tau itu tu kopi yang dimasak sampai panas baget dan airnya sampai ke atas sampai tutup e bunyi klotok-klotok gitu. Dan sekarang gini ya *survey* orang ke kopi klotok yang cuma mau ngopi ada ngak

7. Ngak ada tuh

- Ngak ada toh, Orang ke kopi klotok mesti makan, ngak ada kan segment yang masih kuat disitu jadi orang yang ngopi tu bukan sekedar kesana tu buat e.. produknya tapi eksperien atau penagalaman yang dia dapat gitu lo dominannya kesitu. Jadi makanya sangrai itu belum rame banget, karna kalo rame banget kan aku menjual produk, nah kalo sekarang itu aku promosinya dengan cara sekarang yang ada, aku lebihnya ke itu. Istilahnya ya itu pengalaman yang di dapat. Kayak sekarang jualan kopi dimana-mana juga ada ya kan. Aku jual wedang, wedang di kopi pakem juga ada, wedangan tapi wedang beda-beda kan ya. Jadi kesana tu aku pingin wedang ini bukan,tapi kesana tu aku kangen suasananya nih. Dari, kalo dari media itu kan kalo kanvasing ya dia aku mainnya di bukan endorsing kayak tak masukin instagram pesona jogja, instagram pariwisata, karna kedai kopi gue itu termasuk

destinasi wisata sebetulnya. Ya jadi kayak kampung labasan karna kampung labasan itu ya konsepnya itu kayak tadi iklan about mater and culture. Jadi orang ke sana bukan untuk minum doing tetapi untuk belajar, untuk wisata alam, untuk mengenang apa to jogja? Apa to yang ada di utara tu? Oo ada merapi.. gitu lo nah itu kan suatu yang pengalaman yang tak jual sama nah konsep itu tak bawa ke sangrai. Makanya kemaren itu tak masukin di JavaFoodee, pesona jogja, dan kalo media aku main di google, rating nya tak naikin, yang paling sering mantauinnya ya paling sebulan, seminggu sekali lah. itu tu kayak di server gitu lah *facebook add*, karna kalo kita cari itu tu lebih spesifik orangnya. Kamu iklan di *facebook* kamu bisa lempar di *facebook add* atau *instagram* atau *youtube* misalkan. Kamu buka google trus muncul iklan itu tu dari *facebook add* ya dia lempar ada pilihan dan dia lebih *segmented*, jadi bisa kamu tembakin oo iklan ku pingin di Jogja utara misalkan di Jogja utara sekitaran 30 km dari titik sangrai sekitarnya, oo untuk umur berapa sih, ooo biasanya anak muda oo aku mau ambil sasarannya anak muda ni, itu biasanya ada nobar sebulan itu tgl 17 sampai 25 misalkan tak *setting* seperti itu. trus orang nya , orangnya *interest* atau apa sih. Ini *interest* nya olahraga, bola, kopi, jadi entar orang kan pasti isi data trus orang yang punya *facebook* ini kan nanti isi data, *facebook add* itu kan udah kerja sama dengan google dia bisa dengan sistem itu jadi mudah dengan sistem itu. Aku itu udah tak pasang iklan dah tak enter itu jam beberapa itu juga bisa di stel juga. Sekitaran 30 km semua android itu akan dapat iklan itu secara bersamaan. Nah itu kalo untuk sosial media *facebook* itu yang paling utama. *Instagram* itu yang lebih ke cuma iklan dan memperkenalkan diri jadi ngak menarik menurut ku lo. Jadi kamu cuma *selling* produk kopi ya kan? Kalo sekarang orang baca deskripsi siapa sih orang yang mau baca po. Karna deskripsi panjang sekarang orang kalo tanya sangrai itu apa kelebihanannya e ini, ini ,ini, tak tulis . tapi klo di *instagram* lebih ke fotokan. Fotokan ngak mungkin menjabarkan itu semua di kolom itu orang ngak akan baca gitu lo. Kalo *instagram* aku lebih ke foto supaya menarik, tapi a lo untuk aku yang menarik orang. Ayok to aku pake *facebook*, karna dia lebih fesifik, jadi orang yang ngak tertarik pula tertarik kopi. Iya kayak kemaren aku pake *event* bola karna yang terdekat itu tapi kalo ada *event* lain itu ya aku cari komunitas. Aku juga lewat *facebook add* juga tapi orang lebih suka kalo kamu kontak aku trus kita langsung ketemu kan lebih enak. Lebih ada ketertarikan oh ya.karna kita udah ketemu. Nah itu tadi bedanya pasif dan media.

8. Trus yang melakukan itu siapa yang promosinya?

- Aku,

9. Kamu sendiri

- Aku ada dua, kan aku marketing dan *owner*, kalo untuk sangrai lo. Aku menjabat sebagai marketing. karna aku bergerak sendiri. Aku ngak ada tim marketingnya. Ada satu lagi itu namanya Mbak Anggie dia bagian marketingnya resort dan resto jadi dia ngak ngurusin sangrai.

10. Kalo tim ngak ada?

- Tim ? tim apa ni?

11. Tim promosi ?

- Ooo tim promosi selama ini masih sendiri, bisa tak *handle* sendiri, dikarenakan segmenku kan sekedar itu dengan adanya sangrai yang masih sebagai *resort*. Cuma segitu sebagai fasilitas aku tu untuk aku mempromosikan ya sangrai it masih bisa tak *handle* sendiri gitu lo
- Beda kondisi lo kalo aku yang promosiin resto, eh *sorry* resort ada resto, ada paket tour ada paket edukasi nah itu butuh tim. Makanya besok itu kita butuh tim karna it tu kan mencakup banyak jadi butuh tim karena banyak ketemu orang kalo ini aku kan masih lingkupnya kecil jadi aku yang masih bisa ketemu ya nanti siang aku ketemu komunitas ini trus sorenya ketemu komunitas ini.aku masih bisa gerak sendiri. Kalo ada karyawan kan jam operasional.ya kan jadi ya ada aku di sangrai.sangrai itu bisa buka bisa bergerak.

12. Trus ada ini ngak, riset pasar?

- Ooo riset pasar ya jelas, ya itu tadi. Eee tadinya aku mau pake nama *coffeeshop*.

13. Bajra: kopi shop? Sangrai *coffeeshop*.

- Iyaaa
- Tapi setelah di reset, dari nama *coffeeshop* sendiri itu dia itu karna *coffeeshop*, fokusnya ke kopi ya itu ke kopi tok, kopi doang dan itu dia mempelajari dan mendalami kopi. Nah klo di aku ada dua *coffeeshop*, *coffeeshop* itu sampai benar-

benar detail kalo bicara kopi kan banyak itu bramasi lah tugu, ini harus pake metode ini lah, ini harus pake mesin sprai lah ntar espresonya di campur ini lah. Makanya dia dibilang *coffeeshop*. Kalo aku jual kopi tok ngak gerak sangrai,

14. Iya

- Iya kan, dengan suasana seperti ini, dingin orang yang suka kopi maksudnya dengan tempat yang seperti itu yakan sangrai kan udah cukup atas ya di tempat seperti itu suasana seperti itu. Yang orang mau cuma ngopi tok itu lo menurutku jarang. Jadi kalo menurut ku kayak wedangan juga gitu lo. Kalo di tempat ku lain kamu bisa cek, kalo orang wedangan itu sacetan karna cepet dan cari aman tapi kalo untuk cita rasa beda .bahan yang tak pake ya kalo di aku jahenya tak rebus dulu, tak bakar dulu, tak cuci dulu gitu lo. itu makanya kalo ada pesanan ya ngak bisa cepet.karna kita pake bahan yang *fresh* alami yang mateng kita petik, yg mateng kita potong, kita bersihin, kita kasih air masak, kita kasih gula kalo pingin manis. Tapi ya kita pake buah asli jadi kita ngak main di esens lagi. bukan esens pewarna dan pemanis lagi.

15. Trus marketnya?

- Riset itu tadi, mainan harga aku juga *search* juga sekarang nek dengan konsepku ini ada kopi ijo diatas warung ijo sari ijo. Mbah ganis

16. Mbah ganis itu yg jual sate itu kan ya.

- Iyaaa. Karna dia juga menjadi salah satu icon jogja di Jogja utara. Ya Mbah Ganis, warung ijo, tempat ku (sangrai) kopi merapi. Tapi mereka itu punya segmennya sendiri-sendiri. Segmen Mbah Ganis seperti apa? Dia lebih ke pada tempat makan kalo kopi terapi dia kopi-kopinya kuat dia ngidupin ini local. Kopi merapi kan kelebihanannya satu kan biji kopi yang di daerah utara dan itu struktur tanahnya itu ada vulkaniknya. Dan itu minumannya mereka saschetan semuanya nah itu yang beda dengan saya. Jadi kan beda-beda segmennya.

17. Marketnya itu tadi ya? Mahasiswa?

- Iyaaaa mahasiswa, tapi lebih ke komunitas, komunitas apapun itu, soalnya ada bapak-bapak juga ada pemuda, mahasiswa,ada SMA, SMP juga mereka sering

bikin acara di situ jadi ngak hanya yang suka kopi semua bisa masuk. Yang banyak segmen itu di Jogja utara. Kayak misalkan sepeda *mountain running* mereka selalu di daerah atas misalnya mahasiswa makrab ya larinya ke Jogja utara trus selain itu juga aku tu kelebihannyatu di tengah-tengah. Mau ke atas kujauhan. Orang pingin tempat yang nyaman jauh dari keramaian. Tapi ngak terlalu jauh dari jalan.walaupun ngga terlalu dekat jalan juga jadi tempatnya strategis. Nah segmenku tu di situ

18. Ada faktor khusus ngak untuk mempertimbangkan promosi penjualan?

- Ada , kalo pertimbangan aku ngomong sama ayahku, trus sekarang itu udah ada GM juga, seperti masukan, klo ada menu baru kayaknya, kalo promosi aku manfaatin moment yang sebentar lagi apa? Ini masuk bulan Agustus bulan liburan jadi yang tak kejar warga jadi kalo mahasiswa pada mudik semua jadi ada pertimbangan khusus yang aku mempertimbangkan promosi. Yang mau di promosiinnya apa ya disesuaikan dengan materi yang tak buat itu cuma untuk promosi yang *event* yang bentar lagi yang lagi *happening* kalo musim liburan ya aku ke warga yang bapak-bapak ya domisili Jogja yang kerja di luar. Yang liburan dijogja bawa keluarganya trus merek pingin nyari tempat kopi yang suasana ini dan terus dia bisa nostalgia dengan permainan-permainannya, ya sesuai lah sama moment nya.

19. Jadi ngejar *event* yang paling dekat ya

- Tahun baru, tahun baru apa gitu

20. Trus ada penghambatnya ngak? Faktor penghambatnya?

- Kalo faktor penghambat, kalo penghambat sih, ngak sih biasanya ngak ada, Cuma biasanya sih harus nyesuaiin dengan *budget* aja, *budget* untuk trus promosi kalo *event* itu berdekatan, aku ngak bisa ni promosi *event* ini nah aku bisa promosi *event* yang ini ni gitu toh, karena udah tak *range* gitu lo jadi misalnya ada *event* yang cukup besar *budget* tak alirin kesana dulu semua, abis itu udah tak alirin trus ada *event* lagi yang jaraknya dekat itu kan ngak bisa gerak, gitu lo, karena *budget*nya udah habis. Biasanya *budget* sih.

21. *Budget*

- Iyaaa

22. Kalo faktor pendukung nya? Faktor pendukung untuk promosi lancar gitu apa?

- Faktor pelancar gimana gitu?

23. *Moment* gitu?

- Ya it utu faktor pendukungnya itu ya moment itu, nah kalo penghambat itu yang nggak ada karna Alhamdulillah lancar-lancar aja.
- Kalo faktor pendukung ya itu tadi moment, temen sama komunitas, kan aku masuk ke komunitas kreatif jogja

24. Oooo itu kalo pendukung ya?

- Iyaaa, faktor pendukung itu sebagian besar itu, kebanyakan ya itu kita bergerak di bidang jasa, nah faktor pendukung dari komunitas itu ya karena kita bergerak 75% itu di jasa kayak Hedar yang ngomong orang Jawa, ada yang Mas Dadat JavaFoodee yang punya instagram itu tadi, kita minta tolong, tolong bantuin promo. Itu kan nggak bayar misalnya itu kan kita cuma bantu temen ooo itu tolong dong ini di iklannin, ooo di iklanin. Ooo aku lagi cari komunitas ni kamu punya nggak ni komunitas apa, nah itu kayak gitu tu lo, tukar informasi nah itu faktor pendukung

25. Trus kalo evaluasi?

- Evaluasi, kalo evaluasi sih biasanya selama ini evaluasi dari marketingnya tau dari proposional?

26. Evaluasi dari promosinya?

- Promosi? Evaluasi yang jelas itu, sering banget iklan yang nggak tepat sasaran, ya itu proses belajar ya, tapi itu ya sekarang udah paham. Iklan di instagram itu ternyata ada jam nya, jam khusus yang kalo, bukan khusus sih jam tertentu yang kalo iklan itu kalo malam yang diliat orang lebih banyak ya itu walaupun sama-sama di liat tapi kan beda, sama usaha, sama biaya tapi beda hasil, Cuma masalah waktu apalagi yang di *instagram*, di *facebook add*, sering banget aku salah, salah sasaran. kayak gini ni jam segini umur segini, tapi entar kan bisa dilihat hasil

interaksi nya. kamu jangkau berapa orang ya kan. lah kok dikit padahal aku dah ngeluarin biaya besar

27. Misalnya aku kan ngeluarin biaya 60 ribu nah dengan segitu dia bisa jangkau berapa orang gitu kan? Nah itu sampai target ngak?

- Target apa dulu nih?

28. Target orang? Misalnya 6000 atau 10000?

- Dulu itu pernah nggak sampai target, jadi misalnya 50.000 itu aku patokannya 5000 orang dalam waktu seminggu, nah itu bisa dibilang nggak nyampe jadi mubazir gitu, nah itu dia kita butuh waktu. Dan di *facebook add* itu aja kita butuh waktu untuk mempeajari butuh seusaha mungkin kita untuk belajar, nah kalo pun kita mau pasang metode yang sama tapi hasilnya beda. Jadi kita coba nih hari ini jam segini trus jam segini lagi nah itu kita *survey* terus ooh.. jam sekian yang paling banyak, ooo jam sekian yang paling efektif, ooo iklan seperti ini yang paling banyak di minati. jadi kita liat, biasanya video sih. Video lebih berpengaruh dari pada foto. Nah itu kan harus dicoba-coba terus dan itu juga kan perlu mengeluarkan biaya
- Misalnya kayak kemaren udah tak titipin misal saya ngincarnya anak UGM anak fakultas ekonomi, itu tak titipi di anak fakultas Ekonomi dalam jangka 10 km aja karna aku ngincarnya anak ekonomi, jam nya pas iklan ku muncul disaat.

29. Kok bisa beda?

- Karna pasarnya, Jangka waktu iklan ku tu muncul aku *set* disaat mereka itu masih kuliah, ngak nyampe jadinya, kan informasinya,

30. Ada indikator khusus ngak promosi ini sukses, trus ini belum, trus ini gimana?

- ooo kalo indikator sukses yang jelas, kalo kita nyasanya komunitas itu bisa kita liat langsung, kita bisa liat orang nya, ketemu langsung kalo kita ngak datang kita ngak sukses, jadi ya didatengin sih kayak gitu. Itu kalo yang pasif, tapi kalo kita iklan yang lewat media itu kita ngak bisa itu ngak ada indikator sukses. Jadi suksesnya itu cuma target. Target yang bisa kita *set* misalkan 5000 orang yang mau aku tentukan ya itu tergolong sukses tapi misalkan *settingan* nya salah trus ngak sampai target nah itu ngak sukses. Tapi yang paling keliatan itu yang model kanvasing kita kan kita ketemu orang nya langsung kita ketemu ini ini, besok saya kesana bawa anggota saya ooo niyaaa

iyaaa kalo orang nya nggak muncul nggak sukses kita. Iyaaaa kan bisa dilihat langsung. Jadi nggak bisa dibedain dia yg emang pingin pergi kesana sama dia liat iklanmu trus pingin ke sana. Tapi kalo yang kanvasing itu pasti karna kita ketemu *face to face*, nah itu lah kelebihan kanvasing karna *face to face*. Kita bisa data orangnya namanya ini saat dia nggak datang kan wah... ini berarti belum ni besok tak coba lagi. Tak sapa lagi bulan depan. Halo mas apa kabarnya, kapan nih main kesini, bisa untuk *next target* berikutnya. Tapi kalo iklan kamu nerima iklan ku, jadi sekali kamu nerima iklan ku kamu belum kesana. Trus bulan depan aku pasang iklan ku lagi, belum tentu kamu liat iklan ku lagi. Karna kan itu *random*, bisa aja waktu itu aku *setting* nya untuk 5000 orang. Nah itu diatas 5000 ya berarti udah cukup 5000 orang.nah klo aku *setting* 10.000 baru kamu kena, tapi kalo *face to face* kan ini lo orangnya belum kesini ni kan tau. Tak catet, besok tak sapa lagi ooo ya mas kapan kesini lagi itu bisa...

31. Kalo untuk periklanan langkah yang di bentuk untuk awal membuat iklan itu gimana?
- ooo bikin konten, bikin konten biasanya satu kan konsep, nah trus masuk ke *design*, *dessign* tu foto mau di apain, *design* grafis kan abis itu masuk ke informasi jadi itu kan tema *design* informasi abis itu kan
32. Ada penghambatnya ngak?
- Penghambatnya itu ada penghambatnya itu design karna aku nggak bisa *design* karna masih sendiri kan jadi aku nggak bisa *correl*, nggak bisa edit foto yang mau di kasih tulisan ini yang mau di gabungin nah itu tu aku nggak bisa. Edit video itu tu aku nggak bisa jadi aku tu masih yang nyerahin ini tu ke orang lain. Tapi kontrol nya masih aku yang pegang kayak tadi. Di iklan karna aku sendiri yang gerak jadi kalo aku nggak gerak ya tau nggak bakalan ngiklan, tapi kalo ini di *design* ini kontrolnya di orang lain mas e... aku nggak bisa gerak kalo orang lain itu nggak gerak. Ya kan biasanya itu aku minta tolong temen. Temen bisanya tolong dong bikin iklan misalkan iklan lebaran trus ooo iya iyaa ya... tapi aku butuhe sekarang e... ooo kalo sekarang nggak bisa kalo dua hari lagi gimana? Nah kalo gitu kan aku ya nggak bisa gerak dong. Jadi kadang penyampaiannya telat kadang iklannya. Biasanya iklan konten itu jadi biasanya seminggu sebelum hari H kan tiap hari itu kita selaku pasang iklan yang terus berulang ulang... kalo kamu mau pasang iklan hari ini jadi nya hari ini ya besok kamu pasang iklannya ya nggak maksimal. Penghambat yang paling sering itu ya itu... dan foto, karna kalo bikin konten kan biasanya harus ada foto atau gambar. Nah kalo foto itu kan harus

yang artistik kan nah aku minta tolong temen ku ini nah kan jasa lagi uang lagi. Kalo ngak ada *budget*, *budget* nya belum keluar bulan ini ya ngak bisa gerak. Ngak bisa sewa tukang foto yang jadi fotografernya.

33. Faktor pendukung nya?

- contohnya? Em... kalo faktor penghambat nya itu tadi karna orang lain tapi kalo pendukungnya temen jadi kalo penghambatnya ya karna aku ngak bisa sendiri.

34. Ini jadi faktor utama ya untuk promosi ?

- Ya jelas

35. Nah kalo untuk estimasi waktu?

- seminggu itu sekali, jadi hari ini buat lusa itu harus udah jadi.

36. Jadi isi kontennya iklannya itu gimana?

- biasanya itu ya isi kontennya itu iklannya itu lebih ke kualitas isinya gitu jadi lebih ke kualitas jadi isinya itu lebih ke bercerita, jadi kaya ada permainan tradisionalnya ada karambol, jadi yang kesini itu biasanya ngepost yang bernostalgia, jadi yang di post orang main karambol klo di sangrai ya, ya disini kana da karambolnya jadi orang pas liat iklannya oo disini itu juga kedai kopi. Secara tidak langsung kan orang liat wih ada karambol e tempat ngopi. Jadi yang dijual itu pengalaman yang difoto itu fasilitasnya bukan kopinya. Jadi ada 3 kamarnya aktivitasnya dan makanannya.

37. Kalo di media isinya apa?

- lebih ke aktivitas sama fasilitas sih biasanya

38. Kalo kata –kata untuk mengajak gitu ada ngak?

- Kalo untuk kata-katanya itu tempat nongkrong di Jogja utara eh tempat ngopi deh di Jogja utara. Jadi gimana caranya sangrai itu kuat di daerah Jogja utara.

Transkrip Wawancara
Dinda Adintya Pengunjung (FPSB UII, semester 8)
“Ethikopia Coffeabay”

1. Seberapa sering anda datang ke tempat ini?
 - Wahhh sering banget mas. Paling gak sih dalam seminggu dua kali Mas
2. Pada hari apa anda sering berkunjung ke tempat ini?
 - Kalau aku sih, lebih milih *weekdays* Mas. Karena nek *weekend* rame banget. Ya antara senin sampe jumat
3. Dengan siapa anda biasanya datang ke tempat ini?
 - Kadang pacar kadang temen hehe
4. Apa yang biasanya anda lakukan?
 - Keseringannya ngerjaain TA-ku Mas. Tapi nek ada tugas diskusi ya sering kesini juga sih
5. Bagaimana pendapat anda dengan *coffeeshop* ini?
 - Ya kayak biasane *coffeeshop* aja sih Mas. Nek di nilai dalam angka ya 8 lah. Tempatnya jauh sih dari rumah hehe.
6. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini?
 - Emmmm apa ya. Yang paling utama karna sepi sih. Walaupun terkadang rame juga. Tapi.... keseringannya sepi. Terus karna kondusif juga. Pembagian tempatnya jelas. Mana yang buat ngobrol, mana yang buat kerja. Njuk ada makanannya juga
7. Bagaimana pelayanannya?
 - So far... so good sih. So so lah heheh
8. Menurut anda, adakah kekurangan dari tempat ini yang harus dibenahi?
 - Hargane makin lama makin mahal hehe. Njuk terkadang internetnya lola gitu. Makanannya lebih di banyakin. Nek dari sisi pelayanan sih, kurang ramah terkadang.
9. Pernah gak sih kesini gegara adanya iklan promo dari sini?
 - Emmm gak tertalu sih. Juga keseringan malah gak tau kalo mereka lagi ada promo. Pas kesini baru tau.
10. Menurutmu, baik gak usaha mereka untuk ngepromosiin diri mereka supaya pada banyak yang dateng gitu?
 - Sejauh yang aku tau sih sudah bagus kok. Kan balik lagi mereka gak bisa ngejangkau banyaknya pihak. Karena gak semuanya orang mau kesini to mas. Seleranya juga kan beda.

**Transkrip Wawancara Pengunjung Aditya Pramana Wijaya (FTSP UII, semester 5)
“Ethikopia Coffeabay”**

1. Seberapa sering anda datang ke tempat ini?
 - Emmmm baru pertama kali ni Mas
2. Pada hari apa anda sering berkunjung ke tempat ini?
 - Karena ini baru pertama kali, ya baru hari ini aja Mas
3. Dengan siapa anda biasanya datang ke tempat ini?
 - Ini sama temen-temen Mas
4. Apa yang biasanya anda lakukan?
 - Kebetulan karena temen rumahnya deket sini, ngajakin kesini buat kerjain proyek tugas ini. Cuman ngerjain tugas aja sih
5. Bagaimana pendapat anda dengan *coffeeshop* ini?
 - Di luar dugaan banget hahaha. Karena tempatnyakan jauh dari keramaian ya Mas tapi bagus kok. Semuanya di fasilitasi. Rasanya juga enak
6. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini?
 - Karena nurut ama temen aja wkwkw
7. Bagaimana pelayanannya?
 - Oke. Ramah kayak pada umumnya aja
8. Menurut anda, adakah kekurangan dari tempat ini yang harus dibenahi?
 - Emmmmmmmm gak ada sih Mas
9. Pernah gak sih kesini gegara adanya iklan promo dari sini?
 - Belum pernah sih mas karena ini yang pertama kali hehe
10. Menurutmu, baik gak usaha mereka untuk ngepromosiin diri mereka supaya pada banyak yang dateng gitu?
 - Emmm menurutku sih udah ok kok. Ya sesuai dengan target yang mereka inginkan mungkin.

**Transkrip Wawancara Pengunjung Ayu Mustika (FTI UGM, semester 9)
“Ethikopia Coffeabay”**

1. Seberapa sering anda datang ke tempat ini?
 - Wahhh sering banget Kak. Hampir tiap hari wkwkw. Rumahku cuman deket sini aja soalnya. Hehe
2. Pada hari apa anda sering berkunjung ke tempat ini?
 - Kecuali hari minggu sih. Dan sabtu. Tapi kalo lagi mood juga bakalan kesini juga disalah satu hari itu. Wkwkkw
3. Dengan siapa anda biasanya datang ke tempat ini?
 - Hhehehe pengen tau banget sih.. ihhh kepo. Wkwkw. Gak ga, bercanda aja kak. Sama temen-temen sih seringnya.
4. Apa yang biasanya anda lakukan?
 - Kebiasannya sih nugas atau ngeskripsi. Tapi keseringanya sih malah gabut ama temen-temen nongkrong aja gitu.
5. Bagaimana pendapat anda dengan *coffeeshop* ini?
 - Sama sih secara keseluruhan sama *coffeeshop* lainnya. Cuman aku ngeras nilai plusnya karna deket sama rumahku aja. Minuman dan makanannya juga enak. Pas sama kantonglah harganya. Tapi kalo lagi rame, rame banget. Sumpek jadinya.
6. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini?
 - Deket dari rumah wkwkw. Karna aku tuh orangnya males kemana-mana kalo jauh dikit sama rumahku. Trus enak juga sih *vibes* dan *good ambience* juga menurutku.
7. Bagaimana pelayanannya?
 - *Overall* bagus. Cuman kalo ada barista atau staff baru suka agak jutek gitu. Cenderung lebih judes sih.
8. Menurut anda, adakah kekurangan dari tempat ini yang harus dibenahi?
 - Ehmmm gak ada sih Kak. Mungkin kalo ada rejeki lebih bisa memperluas tempat. Banyakin *sharing tablenya* biar kalo ada banyak yang mau diskusi, dapet tempat gitu.
9. Pernah gak sih kesini gegara adanya iklan promo dari sini?
 - Pasti dong. Wkwkw. Dan seringnya mantengin dari IG-nya. Kalo gak, info dari temen gitu.

10. Menurutmu, baik gak usaha mereka untuk ngepromosiin diri mereka supaya pada banyak yang datang gitu?
- Sudah sih mas. Sudah cukup banget. Cuman sih kalo mau memperluas jangkauan ya harus promosi lebih keras lagi aja

**Transkrip Wawancara Pengunjung Kevin Saputra (FK UII, semester 4)
“Ethikopi Coffebay Yogyakarta”**

1. Seberapa sering anda datang ke tempat ini?
 - Waduh gak sering sih Kak. Cuman sekali kali aja. Paling sebulan sekali aja. Kalo lagi ada kebutuhan dan mood aja sih
2. Pada hari apa anda sering berkunjung ke tempat ini?
 - *Weekend* terkadang. Kalo gak sabtu ya minggu gitu.
3. Dengan siapa anda biasanya datang ke tempat ini?
 - Temen-temen kak.
4. Apa yang biasanya anda lakukan?
 - Kumpul aja kak. Ngobrol. Nongkrong aja gitu.
5. Bagaimana pendapat anda dengan *coffeeshop* ini?
 - Emmm enak sih. Tapi kurang luas. Nahh buat yang ngobrol tuh dikit banget. Lebih tepatnya sempit bagi aku. Parkirannya aja yang luas. Wkwk
6. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini?
 - Jujur kalo aku sih gak begitu srek sih tempatnya. Cumant terkadang anak-anak ngajaknya kesini. Nurut aja sama mereka.
7. Bagaimana pelayanannya?
 - Okelah kalo menruutku. Standarnya orang melayani.
8. Menurut anda, adakah kekurangan dari tempat ini yang harus dibenahi?
 - Tempatnya di perluas
9. Pernah gak sih kesini gegara adanya iklan promo dari sini?
 - Yoi cuui. Wkwkwk. Biasanya anak-anak sih yang ngingetin kalo lagi ada promo.
10. Menurutmu, baik gak usaha mereka untuk ngepromosiin diri mereka supaya pada banyak yang datang gitu?
 - Baguslah. Cukup. Ya kayak *coffeshop-coffeshop* yang lainnya.

Transkrip Wawancara Nurhayati Clara Prabawati (FMIPA UII, Semester 3)
“Ethikopia Coffeabay Yogyakarta”

1. Seberapa sering anda datang ke tempat ini?
 - Lumayan sering kok kak
2. Pada hari apa anda sering berkunjung ke tempat ini?
 - Kalo gak senin ato rabu gitu. Pas kuliahku agak longgar
3. Dengan siapa anda biasanya datang ke tempat ini?
 - Kadang temen. Kadang pacar hehe. Tergantung butuhnya mau ngapain dulu.
4. Apa yang biasanya anda lakukan?
 - Keseringannya belajar kalo mau ujian gitu. Ato cuman buat kerjain tugas aja.
5. Bagaimana pendapat anda dengan *coffeeshop* ini?
 - Bagus. Luas. Cukup untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa yang keseringannya dateng ke *coffeeshop* buat ngerjain tugas.
6. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini?
 - Pertama tuh karna diajakin ama pacar. Terus ngerasa tempatnya asik walo agak jauh dari kota. Tapi bagus kok. Enak banget kopinya kak.
7. Bagaimana pelayanannya?
 - Bagus kok kak. Perlu ditingkatkan lagi aja. Karena keseringannya kalo ada staff baru gitu agak jutek hehe.
8. Menurut anda, adakah kekurangan dari tempat ini yang harus dibenahi?
 - Menruutku gak ada kak. Udah cukup banget.
9. Pernah gak sih kesini gegara adanya iklan promo dari sini?
 - Hmmm kalo itu sering banget. Kan mahasiswa yak. Wkwkk.
10. Menurutmu, baik gak usaha mereka untuk ngepromosiin diri mereka supaya pada banyak yang dateng gitu?
 - Cukup kok. Bila perlu ditingkatkan lagi. Apalagi kalo lagi banyak-banyaknya promo gitu hehe.

Transkrip Wawancara Andi Prasetyo (Atmajaya Arsitektur, Semester 5)

“Sangrai Kedai Kopi Yogyakarta”

11. Seberapa sering anda datang ke tempat ini?

- Akhir-akhir ini sering sih Mas. Karena aku masih nyari inspirasi buat proyek bangun *coffeeshop* juga di Rembang

12. Pada hari apa anda sering berkunjung ke tempat ini?

- Hampir tiap hari Mas. Karena rekan kerjaku rumahnya dekat Grasia situ. Juga kebetulan rumahku deke juga dari sini.

13. Dengan siapa anda biasanya datang ke tempat ini?

- Sama tim proyek. Rame-rame gitu.

14. Apa yang biasanya anda lakukan?

- Ngerjain proyek itu sih Mas sama tim

15. Bagaimana pendapat anda dengan *coffeeshop* ini?

- Nyaman banget dengan *good ambience*. Alam gitu. I love nature. Berasa tenang banget.

16. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini?

- Kalo aku pribadi karena ngeliat *portfolio* yang berasa nyaman banget buat nugas. Juga karena kebetulan deket juga dari rumah.

17. Bagaimana pelayanannya?

- *Service excellent*. aku suka dengan pelayanannya.

18. Menurut anda, adakah kekurangan dari tempat ini yang harus dibenahi?

- Gak ada Mas. Sudah bagus dan pas banget dengan konsepnya.

19. Pernah gak sih kesini gegara adanya iklan promo dari sini?

- Hehhe belum pernah sih.

20. Menurutmu, baik gak usaha mereka untuk ngepromosiin diri mereka supaya pada banyak yang dateng gitu?

- Sudah bagus banget. Aku rasa tinggal di tingkatkan terus aja.

Transkrip Wawancara Adintya Pramewari (FTSP UII, Semester 7)

“Sangrai Kedai Kopi Yogyakarta”

1. Seberapa sering anda datang ke tempat ini?

- Emmm baru pertama sih ini.

2. Pada hari apa anda sering berkunjung ke tempat ini?

- Heheh ini baru pertama mas.

3. Dengan siapa anda biasanya datang ke tempat ini?

- Ini sama pacar Mas

4. Apa yang biasanya anda lakukan?

- Ini cuman nongkrong aja sih. Cari suasana baru aja.

5. Bagaimana pendapat anda dengan *coffeeshop* ini?

- Bagus kok.. beda dari yang lainnya.

6. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini?

- Karena konsepnya alam. Lagi bosan banget sama konsep yang gitu-gitu aja hehe.

7. Bagaimana pelayanannya?

- Udah bagus banget sih. Sesuai sama harganya. Hehe.

8. Menurut anda, adakah kekurangan dari tempat ini yang harus dibenahi?

- Agak sedikit jauh dari kota. Tapi ya gak papa. Kan konsepnya emang begitu.
9. Pernah gak sih kesini gegara adanya iklan promo dari sini?
- Gak pernah
10. Menurutmu, baik gak usaha mereka untuk ngepromosiin diri mereka supaya pada banyak yang dateng gitu?
- Bagus. Ditingkatin dikit lagi aja. Biar tambah rame.

Transkrip Wawancara Joni Kusumawardhani (Atmajaya Arsitek, Semester 8)

“Sangrai Kedai Kopi Yogyakarta”

1. Seberapa sering anda datang ke tempat ini?
 - Hampir tiap hari hahaha
2. Pada hari apa anda sering berkunjung ke tempat ini?
 - Nyari sepinya yang gak begitu sumpek sih, senin sampe Jumat
3. Dengan siapa anda biasanya datang ke tempat ini?
 - Kadang sendiri Kak. Kadang ama temen
4. Apa yang biasanya anda lakukan?
 - Ngarap TA wkwkw. Sekaligus cari inspirasi. Tapi juga sering nongkrong juga sama anak-anak.
5. Bagaimana pendapat anda dengan *coffeeshop* ini?
 - Wes lumayanlah. Konsepnya beda gitu. Apik.
6. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini?
 - Konsep alamnya Kak. Mesti sepi nek jauh seko kota ngene. Aku butuh sepi ben iso fokus njuk dapet wangsit hahaha

7. Bagaimana pelayanannya?
 - Wahhhh apik banget. Rasah di takon Kak. Ramah banget.
8. Menurut anda, adakah kekurangan dari tempat ini yang harus dibenahi?
 - Gak ono blas wes... apik banget.
9. Pernah gak sih kesini gegara adanya iklan promo dari sini?
 - Wahhhhh ojo ditakon. Hoo no mestine. Lah aku kan adis. Anak diskon hehehe
10. Menurutmu, baik gak usaha mereka untuk ngepromosiin diri mereka supaya pada banyak yang dateng gitu?
 - Wes bagus kok. Pas. Tepat sasaran

Transkrip Wawancara Raditya Joditya Sitanggung (Arsitek UII, Semester 4)

“Sangrai Kedai Kopi Yogyakarta”

1. Seberapa sering anda datang ke tempat ini?
 - Baru ini aja Mas
2. Pada hari apa anda sering berkunjung ke tempat ini?
 - Ini yang pertama Mas
3. Dengan siapa anda biasanya datang ke tempat ini?
 - Ini sama temen Mas
4. Apa yang biasanya anda lakukan?
 - Nongkrong aja sih ini hehe
5. Bagaimana pendapat anda dengan *coffeeshop* ini?
 - Lumayanlah. Gak jelek-jelek amat

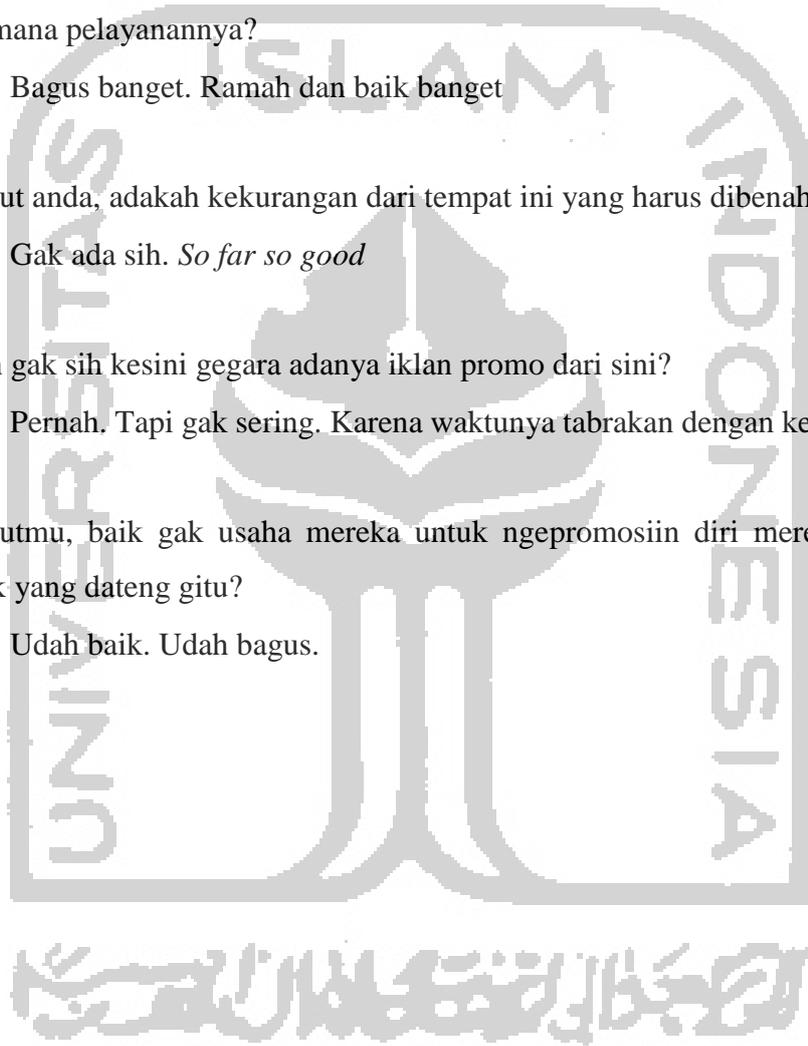
6. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini?
 - Kemare tuh diomongin temen kalo ada tempat bagus mirip kopi klotok gitu. Ya buat foto-foto aja sih
7. Bagaimana pelayanannya?
 - Udah bagus
8. Menurut anda, adakah kekurangan dari tempat ini yang harus dibenahi?
 - Emmmm kayak gak ada sih
9. Pernah gak sih kesini gegara adanya iklan promo dari sini?
 - Belum pernah Mas. Kan ini yang pertama kali.
10. Menurutmu, baik gak usaha mereka untuk ngepromosiin diri mereka supaya pada banyak yang dateng gitu?
 - Udah baik kok.

Transkrip Wawancara Tedho Yusuf (Tek.Lingkungan UIL, Semester 7)

“Sangrai Kedai Kopi Yogyakarta”

1. Seberapa sering anda datang ke tempat ini?
 - Gak begitu sering sih. Cuman ya terkadang kesini kalo bosan sama daerah kota
2. Pada hari apa anda sering berkunjung ke tempat ini?
 - Biasanya sih *weekdays*
3. Dengan siapa anda biasanya datang ke tempat ini?
 - Sama temen-temen
4. Apa yang biasanya anda lakukan?
 - Nognkrong.. kalo pengen maen maenan jadul ya kesini. Kalo pengen dapetin konsep alam ya kesini

5. Bagaimana pendapat anda dengan *coffeeshop* ini?
 - Bagus kok. Beda dari yang lain.
6. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini?
 - Bentuknya yang jadul dan nyediain semua masa tempo dulu. Jadi bisa nginget jaman masih kecil
7. Bagaimana pelayanannya?
 - Bagus banget. Ramah dan baik banget
8. Menurut anda, adakah kekurangan dari tempat ini yang harus dibenahi?
 - Gak ada sih. *So far so good*
9. Pernah gak sih kesini gegara adanya iklan promo dari sini?
 - Pernah. Tapi gak sering. Karena waktunya tabrakan dengan kebutuhan lainnya.
10. Menurutmu, baik gak usaha mereka untuk ngepromosiin diri mereka supaya pada banyak yang dateng gitu?
 - Udah baik. Udah bagus.



**RANCANGAN DRAFT OBSERVASI
SKRIPSI**

“Strategi Komunikasi Pemasaran pada Ethikopia *Coffeabay* dan Sangrai Kedai Kopi dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung”

A. Ethikopia *Coffeabay* Yogyakarta

No.	Dimensi	Penjelasan	Implementasi dan Data Di Lapangan
1.	Ruang	1. Ruang Ethikopia <i>Coffeabay</i> Area <i>smoking</i> dan <i>hangout</i> serta <i>working space</i> dari Ethikopia <i>Coffeabay</i> Bentuk gedung Ethikopia <i>Coffeabay</i>	1. Sangat baik, sangat bersih dengan interior yang bagus. <i>Good ambience</i> 2. Terbagi dengan jelas dan tegas. Secara umum dan garis besar telah digunakan sebagaimana mestinya. 3. Biasa, <i>not vintage</i> dan juga tidak modern. Namun di design secara khusus untuk sesuai fungsi dari awalnya juga. Bentuk ruko di modifikasi dengan sedemikian rupa agar dapat menjadi <i>coworking space</i> pada umumnya.
2.	Aktor dan pelaku	1. Staff dari humas Ethikopia <i>Coffeabay</i> 2. <i>Store Manajer</i> dari Ethikopia <i>Coffeabay</i>	1. Total berjumlah sebelas orang di luar petugas parkir. Dikarenakan petugas parkir di luar internal mereka. Ramah dan punya kemampuan komunikasi untuk pelayanan diatas rata-rata 2. <i>Well management, coordinated</i> , ramah, supel, gampang diajak berkomunikasi.
3.	Aktivitas	1. Perilaku Informan 2. Tindakan informan 3. Interaksi informan 4. Bentuk komunikasi informan	1. Sangat bersahabat, sabar, tidak menutup-nutupi informasi, dan terbuka 2. Penuh dengan keceriaan, membuat peneliti nyaman untuk berinteraksi serta berkomunikasi dengannya. 3. Sangat bersahabat. 4. <i>On poin</i> namun penuh dengan penjelasan yang detail.
4.	Objek	1. benda-benda yang ada di lokasi penelitian 2. tata letak barang yang ada di lokasi penelitian	1. tidak berlebihan sama seperti mendukung <i>design</i> interior yang sudah ditentukan 2. baik, sangat pas dengan kebutuuhan dari <i>design interior</i> yang ada 3. sangat bagus dan tertata rapi. Mengedapankan visual yang cantik dan menimbulkan efek nyaman

		3. tata letak ruang dan interior yang ada dilokasi penelitian	
5.	Tindakan	Tindakan-tindakan tunggal yang informan lakukan, baik tindakan yang direncanakan ataupun yang tidak direncanakan.	Hanya merokok sambil menyimak pertanyaan. Memberikan jawaban dengan detail dan tidak susah untuk di mengerti
6.	Peristiwa	Serangkaian peristiwa yang terjadi. Baik penting atau tidak penting. Terencana dan tidak terencana	Pada hari wawancara, sedang terjadi perkumpulan anak motor Ducati. Jadi sangat ramai. Kebetulan juga malam minggu.
7.	Perasaan	Emosi yang dimiliki informan	sangat stabil dan penuh keceriaan. Tidak bersikap menutup-nutupi informasi

B. Sangrai Kedai Kopi

No.	Dimensi	Penjelasan	Implementasi dan Data Di Lapangan
1.	Ruang	1. Ruang Sangrai Kedai Kopi Area <i>smoking</i> dan <i>hangout</i> serta <i>working space</i> dari Sangrai Kedai Kopi Bentuk gedung Sangrai Kedai Kopi	1. Sangat baik, sangat bersih. <i>Good ambience</i> 2. Secara umum dan garis besar dan digunakan sebagaimana mestinya. 3. Biasa. Namun di design secara khusus untuk sesuai fungsi dari awalnya juga
2.	Aktor dan pelaku	1, Staff dari Sangrai Kedai Kopi 2. <i>Store Manajer</i> dari Sangrai Kedai Kopi	1. Total berjumlah tiga orang di luar parkir. Dikarenakan parkir di luar internal mereka. Ramah dan punya kemampuan komunikasi untuk pelayanan diatas rata-rata 2. <i>Well management, coordinated</i> , ramah, supel, gampang diajak ngobrol dan berkomunikasi.
3.	Aktivitas	1. Perilaku Informan 2. Tindakan informan 3. Interaksi informan 4. Bentuk komunikasi informan	1. Sangat bersahabat, sabar, tidak menutup-nutupi informasi, dan sangat terbuka 2. Penuh dengan keceriaan, membuat peneliti nyaman untuk berinteraksi serta berkomunikasi dengan si narasumbernya. 3. Baik. Bersahabat. 4. <i>On poin</i> namun penuh dengan penjelasan yang detail.
4.	Objek	1. benda-benda yang ada di lokasi penelitian 2. tata letak barang yang ada di lokasi penelitian 3. tata letak ruang dan interior yang ada dilokasi penelitian	1. tidak berlebihan 2. baik, sangat pas dengan kebutuhan dari <i>design interior</i> yang ada 3. sangat bagus dan tertata rapi. Menimbulkan efek nyaman
5.	Tindakan	Tindakan-tindakan tunggal yang informan lakukan, baik tindakan yang direncanakan ataupun yang tidak direncanakan.	Hanya merokok sambil menyimak pertanyaan. Memberikan jawaban dengan detail. Berusaha membuat si pewawancara mengerti dengan jelas apa yang sedang dijelaskan

6.	Peristiwa	Serangkaian peristiwa yang terjadi. Baik penting atau tidak penting. Terencana dan tidak terencana	Pada hari wawancara, sedang terjadi perkumpulan komunitas sepeda gunung. Jadi ramai..
7.	Perasaan	Emosi yang dimiliki informan	sangat stabil dan penuh keceriaan. Tidak bersikap menutup-nutupi informasi



