

## LAMPIRAN 1 : KUESIONER PENELITIAN



### RUMUSAN *BLUE OCEAN STRATEGY* SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN YANG KOMPETITIF DALAM BIDANG BISNIS KEDAI KOPI

#### KUESIONER

*Assalamualaikum. Wr. Wb.*

Saya Fajri Syauqi Mahasiswa Universitas Islam Indonesia sedang melakukan penelitian mengenai “Studi Rancangan Alternatif Strategi Samudera Biru di **Kedai Kopi Merapi** dan **Filosofi Kopi Jogja** dalam upaya meningkatkan kinerja secara kompetitif untuk memenangkan persaingan bisnis di bidang usaha *coffee shop*. Untuk memenuhi data penelitian ini, Saya mengharapkan partisipasi Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan baik dan benar. Saya menjamin kerahasiaan data saudara/i. Atas partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum. Wr. Wb.*

#### IDENTITAS RESPONDEN

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Usia :  
Pekerjaan :

Apakah anda mengetahui dan pernah membeli produk di Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja?

**A. Ya**

**B. Tidak**

## PERTANYAAN KUESIONER

Berikan tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat pada pertanyaan di bawah ini.

### Keterangan :

KB : Kurang Baik                      CB : Cukup Baik  
 B : Baik                                      SB : Sangat Baik

No	FAKTOR KEPUASAN	KEDAI KOPI MERAPI				FILOSOFI KOPI JOGJA			
		KB	B	CB	SB	KB	B	CB	SB
1	Bagaimana <b>harga produk</b> yang ada di Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja								
2	Bagaimana <b>warna kemasan</b> produk di Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja								
3	Bagaimana <b>kemudahan informasi</b> dari produk di Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja								
4	Bagaimana <b>ciri khas produk</b> di Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja								
5	Bagaimana <b>kualitas produk</b> Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja								
6	Bagaimana <b>merek (branding)</b> dari Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja								
7	Bagaimana <b>promosi produk</b> yang dilakukan oleh Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja								
8	Bagaimana <b>kualitas pelayanan</b> yang diberikan oleh Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja								
9	Apakah <b>harga</b> produk di Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja <b>sudah sesuai dengan kualitasnya</b>								
10	Bagaimana <b>garansi produk</b> yang diberikan oleh Kedai Kopi Merapi dan Filosofi Kopi Jogja								

**LAMPIRAN 2 : HASIL REKAPITULASI  
REKAPITULASI DATA INPUT (KEDAI KOPI MERAPI)**

Jumlah Responden	VARIABEL PENELITIAN									
	Harga Terjangkau	Warna Kemasan	Kemudahan Informasi	Produk Memiliki Ciri Khas	Kualitas Produk	Branding (Merek)	Promosi Produk	Kualitas Pelayanan	Harga Sesuai Kualitas	Garansi Produk
1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3
2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3
3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4
4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
6	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4
7	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
8	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
11	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
12	3	4	2	2	3	2	3	3	2	3
13	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3
14	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
15	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3
16	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3
17	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
18	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3
19	2	3	2	2	3	3	3	2	4	3
20	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3

**LANJUTAN REKAPITULASI DATA INPUT (KEDAI KOPI MERAPI)**

Jumlah Responden	VARIABEL PENELITIAN									
	Harga Terjangkau	Warna Kemasan	Kemudahan Informasi	Produk Memiliki Ciri Khas	Kualitas Produk	Branding (Merek)	Promosi Produk	Kualitas Pelayanan	Harga Sesuai Kualitas	Garansi Produk
21	4	3	3	2	2	3	3	4	3	2
22	2	3	2	3	3	2	2	2	4	3
23	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3
24	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3
25	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4
26	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
27	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3
28	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3
29	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3
30	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2
31	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3
32	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3
33	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3
34	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3
35	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3
36	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
37	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2
38	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3
39	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3
40	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3
41	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3

**LANJUTAN REKAPITULASI DATA INPUT (KEDAI KOPI MERAPI)**

Jumlah Responden	VARIABEL PENELITIAN									
	Harga Terjangkau	Warna Kemasan	Kemudahan Informasi	Produk Memiliki Ciri Khas	Kualitas Produk	Branding (Merek)	Promosi Produk	Kualitas Pelayanan	Harga Sesuai Kualitas	Garansi Produk
42	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4
43	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
44	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3
45	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
46	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4
47	1	2	1	2	2	4	4	4	4	4
48	4	3	2	4	3	2	3	3	4	4
49	3	3	1	4	2	4	4	4	3	4
50	2	1	4	3	3	3	3	4	3	3
51	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4
52	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4
53	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3
54	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4
55	2	1	2	3	3	2	3	3	3	3
56	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3
57	2	1	3	2	4	3	4	4	2	4
58	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4
59	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2
60	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3
61	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3
62	3	4	4	3	3	2	4	3	4	3

**LANJUTAN REKAPITULASI DATA INPUT (KEDAI KOPI MERAPI)**

Jumlah Responden	VARIABEL PENELITIAN									
	Harga Terjangkau	Warna Kemasan	Kemudahan Informasi	Produk Memiliki Ciri Khas	Kualitas Produk	Branding (Merek)	Promosi Produk	Kualitas Pelayanan	Harga Sesuai Kualitas	Garansi Produk
<b>63</b>	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
<b>64</b>	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4
<b>65</b>	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3
<b>66</b>	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3
<b>67</b>	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3
<b>68</b>	4	2	3	3	3	3	2	4	4	4
<b>69</b>	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3
<b>70</b>	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
<b>71</b>	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
<b>72</b>	3	4	2	2	3	2	3	3	2	3
<b>73</b>	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3
<b>74</b>	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
<b>75</b>	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3
<b>76</b>	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3
<b>77</b>	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
<b>78</b>	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3
<b>79</b>	2	3	2	2	3	3	3	2	4	3
<b>80</b>	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
<b>Jumlah Total</b>	<b>226</b>	<b>220</b>	<b>212</b>	<b>223</b>	<b>221</b>	<b>217</b>	<b>231</b>	<b>236</b>	<b>237</b>	<b>256</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>2.8</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>2.8</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>2.9</b>	<b>3.0</b>	<b>3.0</b>	<b>3.2</b>







Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	25.66	10.454	<b>.374</b>	.590	.715
X2	25.74	10.652	<b>.240</b>	.329	.741
X3	25.84	9.606	<b>.511</b>	.322	.692
X4	25.70	9.959	<b>.505</b>	.375	.694
X5	25.72	11.063	<b>.292</b>	.186	.726
X6	25.77	10.455	<b>.367</b>	.292	.716
X7	25.60	10.901	<b>.324</b>	.321	.722
X8	25.54	9.999	<b>.491</b>	.615	.697
X9	25.52	10.328	<b>.363</b>	.339	.717
X10	25.29	10.461	<b>.522</b>	.312	.698

#### LAMPIRAN 4 : HASIL UJI RELIABILITAS KEDAI KOPI MERAPI

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.0</b>

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
<b>.733</b>	.740	10

## LAMPIRAN 5 : HASIL REKAPITULASI

## REKAPITULASI DATA INPUT (FILOSOFI KOPI JOGJA)

Jumlah Responden	VARIABEL PENELITIAN									
	Harga Terjangkau	Warna Kemasan	Kemudahan Informasi	Produk Memiliki Ciri Khas	Kualitas Produk	Merek ( <i>Branding</i> )	Promosi Produk	Kualitas Pelayanan	Harga Sesuai Kualitas	Garansi Produk
1	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3
2	2	1	3	2	4	3	4	4	2	4
3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4
4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2
5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
6	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
9	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
10	3	4	2	2	3	2	3	3	2	3
11	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
12	3	4	2	2	3	2	3	3	2	3
13	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3
14	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
15	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3
16	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3
17	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
18	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3
19	2	3	2	2	3	3	3	2	4	3
20	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
21	4	3	3	2	2	3	3	4	3	2

**LANJUTAN REKAPITULASI DATA INPUT (FILOSOFI KOPI JOGJA)**

Jumlah Responden	VARIABEL PENELITIAN									
	Harga Terjangkau	Warna Kemasan	Kemudahan Informasi	Produk Memiliki Ciri Khas	Kualitas Produk	Merek ( <i>Branding</i> )	Promosi Produk	Kualitas Pelayanan	Harga Sesuai Kualitas	Garansi Produk
22	2	3	2	3	3	2	2	2	4	3
23	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3
24	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3
25	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4
26	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
27	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3
28	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3
29	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3
30	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2
31	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3
32	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3
33	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3
34	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3
35	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3
36	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
37	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2
38	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3
39	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3
40	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3
41	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3
42	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4

**LANJUTAN REKAPITULASI DATA INPUT (FILOSOFI KOPI JOGJA)**

Jumlah Responden	VARIABEL PENELITIAN									
	Harga Terjangkau	Warna Kemasan	Kemudahan Informasi	Produk Memiliki Ciri Khas	Kualitas Produk	Merek ( <i>Branding</i> )	Promosi Produk	Kualitas Pelayanan	Harga Sesuai Kualitas	Garansi Produk
43	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
44	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3
45	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
46	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4
47	1	2	1	2	2	4	4	4	4	4
48	4	3	2	4	3	2	3	3	4	4
49	3	3	1	4	2	4	4	4	3	4
50	2	1	4	3	3	3	3	4	3	3
51	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4
52	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3
53	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3
54	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4
55	2	1	2	3	3	2	3	3	3	3
56	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3
57	2	1	3	2	4	3	4	4	2	4
58	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4
59	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2
60	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3
61	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3
62	3	4	4	3	3	2	4	3	4	3
63	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4

**LANJUTAN REKAPITULASI DATA INPUT (FILOSOFI KOPI JOGJA)**

Jumlah Responden	VARIABEL PENELITIAN									
	Harga Terjangkau	Warna Kemasan	Kemudahan Informasi	Produk Memiliki Ciri Khas	Kualitas Produk	Merek ( <i>Branding</i> )	Promosi Produk	Kualitas Pelayanan	Harga Sesuai Kualitas	Garansi Produk
<b>64</b>	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4
<b>65</b>	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3
<b>66</b>	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3
<b>67</b>	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3
<b>68</b>	4	2	3	3	3	3	2	4	4	4
<b>69</b>	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3
<b>70</b>	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
<b>71</b>	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
<b>72</b>	3	4	2	2	3	2	3	3	2	3
<b>73</b>	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3
<b>74</b>	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3
<b>75</b>	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3
<b>76</b>	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3
<b>77</b>	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3
<b>78</b>	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
<b>79</b>	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
<b>80</b>	3	4	2	2	3	2	3	3	2	3
<b>Jumlah Total</b>	<b>222</b>	<b>216</b>	<b>209</b>	<b>215</b>	<b>220</b>	<b>214</b>	<b>225</b>	<b>234</b>	<b>231</b>	<b>255</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>2.6</b>	<b>2.7</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>2.8</b>	<b>2.9</b>	<b>2.9</b>	<b>3.2</b>



## LANJUTAN HASIL UJI VALIDITAS FILOSOFI KOPI JOGJA

		Correlations										
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	Skor_Total
X10	Pearson Correlation	.202	.100	.266*	.382**	.306**	.252*	.366**	.371**	.225*	1	.592**
	Sig. (2-tailed)	.073	.376	.017	.000	.006	.024	.001	.001	.045		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Skor_Total	Pearson Correlation	.556**	.475**	.618**	.645**	.526**	.484**	.426**	.654**	.555**	.592**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	25.24	10.994	<b>.416</b>	.572	.719
X2	25.31	10.977	<b>.268</b>	.380	.748
X3	25.40	10.496	<b>.475</b>	.326	.709
X4	25.33	10.475	<b>.516</b>	.450	.703
X5	25.26	11.209	<b>.388</b>	.292	.723
X6	25.34	11.290	<b>.328</b>	.271	.732
X7	25.20	11.706	<b>.283</b>	.421	.737
X8	25.09	10.486	<b>.531</b>	.663	.702
X9	25.13	10.794	<b>.396</b>	.383	.722
X10	24.83	11.159	<b>.484</b>	.306	.713

### LAMPIRAN 7 : HASIL UJI RELIABILITAS FILOSOFI KOPI JOGJA

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
<b>Total</b>		<b>80</b>	<b>100.0</b>

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
<b>.742</b>	<b>.750</b>	<b>10</b>



## LAMPIRAN 8 : KUESIONER LANJUTAN (STRATEGI USULAN)

### KEDAI KOPI MERAPI

#### PERTANYAAN TINGKAT HARAPAN

Berikan tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat pada pertanyaan di bawah ini.

#### Keterangan :

KB : Kurang Baik                      CB : Cukup Baik

B : Baik                                      SB : Sangat Baik

No	PERTANYAAN	KEDAI KOPI MERAPI			
		KB	B	CB	SB
1	Seberapa penting <b>tabel rasa kopi</b> terhadap promosi produk di Kedai Kopi Merapi				
2	Seberapa penting <b>varian produk kopi</b> dalam memperkuat merek ( <i>branding</i> ) di Kedai Kopi Merapi				
3	Seberapa penting diperlukannya <b>sekolah barista</b> bagi pemula dalam meningkatkan pengetahuan konsumen untuk mengolah kopi di Kedai Kopi Merapi				

**LAMPIRAN 9 : HASIL REKAPITULASI KUESIONER LANJUTAN (USULAN STRATEGI)**

**TINGKAT HARAPAN RESPONDEN PADA KEDAI KOPI MERAPI**

<b>Jumlah Responden</b>	<b>Tabel Rasa Kopi</b>	<b>Varian Kopi</b>	<b>Sekolah Barista bagi Pemula</b>
1	4	4	3
2	3	4	4
3	4	3	3
4	4	4	4
5	3	3	4
6	4	4	4
7	3	3	3
8	4	4	4
9	3	3	3
10	4	4	4
11	3	4	4
12	4	4	3
13	3	4	4
14	4	3	4
15	4	4	3
16	4	4	4
17	2	4	4
18	4	4	4
19	4	3	4
20	2	3	3
21	4	4	3
22	3	4	4
23	3	3	4
24	4	4	4
25	3	4	4
26	3	3	2
27	4	4	4
28	4	3	3
29	3	4	3
30	4	4	4
31	3	4	3
32	3	3	4
33	4	4	2
34	2	4	4
35	4	4	3

**LANJUTAN HASIL REKAPITULASI KUESIONER LANJUTAN (USULAN STRATEGI)**

<b>Jumlah Responden</b>	<b>Tabel Rasa Kopi</b>	<b>Varian Kopi</b>	<b>Sekolah Barista bagi Pemula</b>
36	2	3	4
37	3	4	3
38	3	3	4
39	4	4	4
40	3	3	3
41	3	4	4
42	4	3	3
43	4	4	4
44	3	4	3
45	3	2	4
46	4	4	4
47	3	4	3
48	4	3	4
49	2	4	4
50	4	3	3
51	3	4	3
52	4	4	3
53	3	2	4
54	4	4	4
55	3	3	4
56	3	4	3
57	4	3	4
58	4	4	3
59	4	4	4
60	3	4	4
61	3	4	4
62	4	3	3
63	4	4	4
64	3	4	3
65	3	2	4
66	4	4	4
67	3	4	3
68	4	3	4
69	2	4	4
70	4	3	3

**LANJUTAN HASIL REKAPITULASI KUESIONER LANJUTAN (USULAN STRATEGI)**

<b>Jumlah Responden</b>	<b>Tabel Rasa Kopi</b>	<b>Varian Kopi</b>	<b>Sekolah Barista bagi Pemula</b>
71	3	4	3
72	4	4	3
73	3	3	4
74	4	4	4
75	3	4	4
76	3	3	2
77	4	3	3
78	4	4	4
79	3	3	4
80	4	4	4
<b>Jumlah Total</b>	<b>274</b>	<b>288</b>	<b>285</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>3.4</b>	<b>3.6</b>	<b>3.6</b>

**LAMPIRAN 10 : DOKUMENTASI FOTO PELAKSANAAN PENELITIAN**

Keterangan : Foto Bersama dengan *Owner* Kedai Kopi



Keterangan : Aktivitas Wawancara dengan *Owner* Kedai Kopi Merapi



**Keterangan : Situasi dan Kondisi Kedai Kopi Merapi**

**LAMPIRAN 10 : TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PEMILIK KEDAI KOPI MERAPI BAPAK SUMIJO**

Peneliti : *Kapan Kedai Kopi Merapi berdiri?*

Bpk. Sumijo : *Kedai Kopi Merapi berdiri pada tahun 2010, setelah erupsi besar Merapi.*

Peneliti : *Bagaimana sejarah berdirinya Kedai Kopi Merapi?*

Bpk. Sumijo : *Kedai Kopi Merapi pada awalnya bernama Kedai Kopi Petung karena lokasinya berada di dusun Petung, Kepuharjo, Cangkringan. Awal berdirinya kedai kopi Merapi ini karena adanya erupsi Merapi tahun 2010 silam yang menyebabkan perkebunan kopi milik masyarakat sekitar lereng Merapi porak-poranda sehingga mengalami gagal panen. Dari kejadian tersebut membuat warga dusun Petung mulai berpikir untuk menggerakkan usaha kedai kopi ini.*

Peneliti : *Apa keunikan dari Kedai Kopi Merapi ini?*

Bpk. Sumijo : *Keunikan Kedai Kopi Merapi ini adalah karena berdiri di atas material sisa erupsi Gunung Merapi. Perabotnya juga berasal dari sisa erupsi Merapi. Selain itu kedai kopi Merapi juga menerapkan konsep tradisional mulai dari bangunan, menu yang ditawarkan hingga pengolahan biji kopi menggunakan cara-cara tradisional.*

Peneliti : *Jenis kopi apa saja yang disajikan di Kedai Kopi Merapi?*

Bpk. Sumijo : *Kopi Robusta dan Arabica.*

Peneliti : *Siapa pemasoknya?*

Bpk. Sumijo : *Warga sekitar.*

Peneliti : *Selain kopi apa yang disediakan oleh Kedai Kopi Merapi?*

Bpk. Sumijo : *Ada jajanan tradisional seperti tempe goreng, pisang goreng, dan kacang rebus.*

Peneliti : *Bagaimana pemasaran Kedai Kopi Merapi selama ini?*

Bpk. Sumijo : *Pemasaran dilakukan secara penjualan langsung dan secara online, baik dengan gojek maupun penjualan kopi kemasan di toko-toko online.*

Peneliti : *Bagaimana perkembangan Kedai Kopi Merapi?*

Bpk. Sumijo : *Bagus. Lumayan berkembang. Bahkan pernah ikut festival pariwisata tingkat nasional mewakili Kabupaten Sleman.*

Peneliti : *Berapa karyawan yang bekerja di Kedai Kopi Merapi?*

Bpk. Sumijo : *Ada 10 karyawan dan semuanya warga dusun ini.*

Peneliti : *Apa visi dan misi dari Kedai Kopi Merapi ini?*

Bpk. Sumijo : *Visinya adalah menjadikan kopi merapi menjadi kopi terbaik dan terkenal di seluruh dunia. Misinya memberikan pelayanan yang baik dan ramah dan memasyarakatkan kopi merapi.*