

## TRANSKRIP WAWANCARA

### Transkrip Wawancara Wirausaha Mandiri Magelang

Narasumber : Bapak Supadi Prasetyo

Jabatan : Kadiv. Usaha dan Hubungan Pelanggan

Tanggal Wawancara: 23 Oktober 2016

#### 1. Ceritakan bagaimana atau strategi dalam mengelola usaha?

“Nah jadi kan kita sederhana dan memanfaatkan tenaga yang ada. Jadi di bagian pemasaran, pelanggan dan produksi. Kita lebih berfokus pada produksi untuk mengelola wirausaha ini. Nah untuk produksi, itu tidak bisa diletakkan disini (gudang penempatan barang siap jual) karna produksi kita besar, tapi di tempat yang dekat dengan bahan baku. Maka dari itu dipecah menjadi 5 tempat produksi. Satu tempat produksi tak mesti, tapi berkisar 6-4 orang per tempat produksi. Tempatnya di sekitar Borobudur, 10 KM dari Blabak, Mungkid, Magelang. dan ada tanggung jawabnya masing-masing nah untuk itu dilakukan oleh Pak Maryoto. Beliau yang menghandle pemantauan.

Ketela yang kita produksi ketela jenis sumatera yang usianya 10-12 bulan, tidak boleh dekat dengan pohon besar karna mineral dan rasanya pahit dan juga masukin ke kulkas gede agar awet dan jaga-jaga. Karna kan ketelanya harus melewati proses gethuk. Proses produksi tersebut kendalanya cuma satu, cuaca. Kalau hujan terus menerus, singkongnya susah panen dan matang, alhasil gak gurih dan renyah seperti fokus kita kepada pelanggan. Bisa sih dipaksakan tapi kuantitasnya sedikit dan gak bisa make to stock.

Nah, karna kita banyak juga membutuhkan SDM dalam hal penebangan dan lain sebagainya, jadi beberapa tim produksi itu mencari delegasi orang lain kerabat untuk melakukan penebangan, pengelolaan setelah itu putus hubungan dengan membayar mereka. Pemain besar banyak kan mencari bahan baku, nah keuntungan dan kekuatan kita kita sudah bekerja sama dengan petani. Petani tadi kita berikan upah tanam, jadi sebelum mereka tanam kita memberikan biaya tanam supaya mereka tetap ke kita, tidak menyerahkan ke pemain besar.

Daya ungkit dongkrak juga. Jadi seperti ini, saya ketemu satu orang dan dia punya sembilan mini market, berarti itu mempercepat dari distribusi saya. Dideketin saja, dikomunikasikan bagaimana biar produk ini bisa masuk. Otomatis kan bisa menjangkau banyak pelanggan juga. Dan juga saya pake sistem prospek. Ketemu orang saya prospek. Prospek disini bukan merugikan, tapi menguntungkan satu sama lainnya. Trus juga ini pengecekan rutin ke tim produksi dalam hal produksi keripik gethuk. Intinya produksi harus jalan meskipun tidak sesuai kuota dan barang harus on display atau selalu hadir.

Mungkin itu saja gambaran umumnya, ke depannya mungkin strategi yang akan kita lakukan dalam hal pengembangan melalui inovasi rasa. Jadi kan ini masih rasa original, besok-besok bisa rasa lain kayak di pasaran. Dan juga inovasi packaging. Untuk mematenkan belum ada, karena ini basisnya gak untuk dibesarkan kayak korporat melainkan bisa mmbantu memberdayakan masyarakat sekitar”.

**2. Siapa saja konsumen maupun pelanggan tetap? Boleh berupa representatif (disertakan nama-nama dan industri mereka)**

“Kalau ngomongin customer dan konsumen ya, tingkatan customer. Saya itu melihat customer saya itu dari beberapa review yang udah saya lihat. Reseller atau sales saya itu saya anggap pelanggan saya lho. Contohnya begini, ada beberapa dari mereka itu mengajak teman sesamanya untuk menjadi reseller juga, mereka memuji produk criping gethuk ini, padahal saya tidak ada menyuruh, nah otomatis kan itu mereka sudah puas dan saya juga senang yah. Nah kalau mereka puas, padahal tidak saya suruh, berarti target dan pendekatan yang saya lakukan sudah tepat. Bagaimana orang loyal dengan kita, dia harus diuntungkan. Bagaimana orang mau bekerja sama dengan kita, dia nyaman. Target yang saya jangkau atau orang yang saya berdayakan itu dari kaum menengah ke bawah, biar dapet uang tambahan juga mereka.

Datanya siapa saja itu banyak sih, tidak terdata secara rinci karena manajemen masih awut-awutan. Tapi setidaknya Bu Tutut bisa kasih tau beberapa. Trus juga dari sales dan reseller, karena mereka yang komunikasi langsung. Mereka jualan, saya mah enggak ke lapangan. Nanti tanyakan langsung”.

**3. Apa saja bentuk-bentuk manajemen hubungan pelanggan yang telah, sedang dan maupun yang akan dilakukan?**

“Jadi begini mas, pelanggan dan fokus usaha saya itu sebenarnya berkesinambungan. Produk harus tersedia, produk yang ditukar ketika kadaluwarsa dan juga harus selalu komunikasi intens terkait masalah apapun. Secara saya menganggap pelanggan saya tidak hanya jangkauan dari yang lain-lain, tapi sales dan reseller itu juga saya anggap sebagai pelanggan saya.

Jadi sebelum berjualan, pagi-pagi ada sharing-sharing sebelum selling-selling. Maksudnya begini, Duduk santai dengan para sales di pagi hari, dengan menyuguhkan kopi, sarapan, menanyakan berbagai hal terkait dengan bentuk penjualan. Itu yang pertama.

Yang kedua, saya mengambil arahan kepada mereka untuk menuliskan beberapa target penjualan dalam seminggu. Karena itu untuk lebih memotivasi mereka semakin gencar berjualan dan juga tau dimana peluang dan tantangan toko atau konsumen mana saja yang bisa dijangkau.

Trus yang ketiga bonus, udah secara otomatis kan itu. Bonus biaya pengambilan, semisal ngambil sekian yang awalnya sekian saya kurangi harganya 10-15 %, seperti itu. Tapi saya kirim sms sebelum mereka datang biar lebih surprise dan bikin senang gitu, kayak ‘selamat bonus anda sekian’. Biar mereka nyaman, puas, loyal, makin semangat ngambil dan nyebarinnya.

Trus yang ke-empat, saya datang ke pelanggan saya ya mungkin yang bisa dijangkau saja dekat dari rumah sekitaran Magelang. Nanyain gimana kabar, bersilaturahmi saja sambil ngobrol santai. Itu setiap 3 hari sekali.

Diberikan santunan semacam sembako tiap 3 bulan sekali kepada para sales. Ada program tabungan. Jadi terima tabungan. Misalnya kayak ganti ban, ganti oli mereka

bisa pake duit itu untuk keperluan mendadak lainnya. Jadi kayak penyimpanan tanpa fee kayak bank bank kan ada biaya administrasi, kalau ini enggak. Jadi sewaktu-waktu bisa diambil. Tabungan hari raya juga. Dengan cara-cara itu mereka bisa mendapatkan aset di kebutuhan mendadak ataupun keperluan yang diinginkan”.

**4. Apakah bentuk manajemen hubungan pelanggan tersebut dapat dikatakan berbeda dan efisien?**

“Harus berbeda lah, nah kita berbeda. Nah itu ntah rasa, bentuk, yang penting diferensiasi produk yang nantinya akan terkomunikasikan sendiri kepada konsumen maupun pelanggan. Nah kesempatan saya disini adalah disini gak ada yang memproduksi ini. Yang lain gak ada yang produksi gethuk, paling singkong irisan yang keras itu. Itupun sering mengalami kesulitan ambil bahan baku, dan mereka pemain kecil-kecil. Kita disini meskipun kadang cuaca kendalanya, tapi kita masih bisa produksi walau diluar target biasanya yang penting bisa display dulu. Nah bentuk itu menurut saya sudah efisien karena produk jalan, pelanggan sales reseller masih bisa back up, kompetitor berhenti produksi.

**5. Apakah mempersiapkan budget khusus dalam melakukan bentuk-bentuk manajemen hubungan pelanggan? Jika iya, berapa dan efisien?**

“Biaya kondisional saja, seperti biaya sarapan, sembako, bonus barang atau produksi, dan hal-hal yang berkaitan. Paling budget back up bisnis. Kalau lagi laba harus bangun aset, harus ada cadangan dana untuk bisnis maupun biaya program loyalitas. Baik dana, tenaga sales dan produksi”.

**6. Apa alasan yang mendorong perlunya melakukan manajemen hubungan pelanggan? Bagaimana mengukur keberhasilan dan kegagalan?**

“Supaya produk berkelanjutan dan bisa memberdayakan banyak orang. Keberhasilan dan kegagalan diukur dari permintaan dan kemudian alur kas masuk (cash flow). Uang merupakan tolak ukur. Jika alur kas masuk meningkat, maka cara-cara atau program hubungan pelanggan yang dilakukan telah tepat, baik dari segi komunikasi distribusi dan lain sebagainya. Kepuasan itu otomatis. Ketika mereka diuntungkan, puas, dan nyaman, mereka bisa melakukan apa saja untuk kita. Jadi semuanya itu berasal dari satu kata, yakni service. Kalau service oke, semuanya lancar”.

**7. Apakah memiliki kriteria pelanggan dalam hal interaksi dan bagaimana dampaknya pada income usaha?**

“Diketahui proses berjalan. Pelanggan yang dimiliki banyak diketahui oleh para reseller bukan dengan produsen utama. Secara gambaran umum yang diketahui, pelanggan memiliki atau memberikan gambaran yang positif itu kayak (enak, gurih, renyah, tidak pahit, tidak cepat lempem). Dan ada juga pelanggan yang mengkritisi dengan alasan membangun (produk yang gampang remuk karena pada saat proses pengiriman dibanting-banting, karena produk merupakan produk yang bersifat

renyah atau sales main focus. Kenapa produk tidak dijual mentah, karena produk tidak dapat dikeringkan, cita rasa yang tidak enak jika dikeringkan”.

**8. Apa faktor pendukung dan penghambat secara keseluruhan baik dalam mengelola usaha maupun manajemen hubungan dengan pelanggan?**

“Pendukung: mungkin dari segi diferensiasi produk kan dari produk yang mengkomunikasikan kepada konsumen dan pelanggan. Produk dengan cita rasa seperti kita udah dikenali dan konsumen tau. Nah karena fokus ketahanan pelanggannya ke sales dan reseller juga makanya timbullah kesinambungan. Kesukaan akan produk, cita rasa yang familiar memudahkan dalam menjangkau pelanggan yang mana dapat menembus semua kalangan dan status sosial. Memudahkan para sales atau reseller juga

Penghambat: Mungkin ada di sistem packing yang manual. Uang untuk membeli kemasan dalam bentuk yang besar. Solusinya tawarin kemasan yang mini.”

## **Transkrip Wawancara Wirausaha Mandiri Magelang**

**Narasumber : Ibu Tutut Widyastuti**

**Jabatan : Pemasaran**

**Tanggal Wawancara : 6 Desember 2016**

### **1. Ceritakan sejarah singkat dan fokus profit usaha**

“Komunitas Wirausaha Mandiri merupakan sebuah kepedulian kepada petani singkong. Dimana petani singkong yang kebanyakan berada di Magelang, Jawa Tengah memiliki kendala dalam menjualkan panen singkong mereka. Kendala umumnya yakni singkong mereka dibeli dengan harga yang rendah sekali. Dengan proses panen yang lumayan susah dan butuh tenaga yang ekstra, singkong-singkong tersebut hanya diberi harga Rp. 1000/ Kg. Bahkan pernah Rp. 700/ Kg dan itu sangat tidak menjamin kelayakan hidup petani dengan panen yang dimilikinya. Wirausaha Mandiri berani membeli Rp. 2000/ Kg. Akhirnya terdapat kumpulan beberapa ibu petani yang memiliki kerajinan dalam mengolah kripik gethuk yang mereka panen sendiri. Akan tetapi mereka memiliki kendala dalam mengelolanya termasuk modal dan biaya pengolahan lanjutan.

Pak Supadi yang mana beliau berawal dari kegemarannya untuk mensupply minyak goreng akhirnya memiliki inspirasi untuk bersekutu antara petani, produsen dalam membuat sebuah komunitas bersama dalam memasarkan kripik gethuk singkong tersebut. Sampai terus berproduksi hingga menemukan cita rasa yang dapat masuk ke semua kalangan mas. Fokusnya yang kepada cita rasa membuatnya lebih mudah dalam cara menggaet pelanggan. Usaha Kecil Menengah yang Fokus profit usahanya target menengah ke bawah dan bisa masuk ke semua segmen. Wilayah pemasaran kami itu berpusat pada daerah Magelang dan luar magelang, jualan via online melalui facebook, via offline melalui armada utama yaitu pelanggan sales. Produksi dilakukan di wilayah petani karena kita bekerja sama dengan petani dan membuka peluang kerja juga. Dan satu lagi, penanaman dengan cara organik”.

### **2. Berapa rincian harga produk?**

“Harga End User ya. End User maksudnya yang ngambil langsung dari kita. Curah per Kg tanpa merk: Rp. 28.000 – Rp. 30.000. Kemasan Netto: 200 gr: Rp. 7.500 – Rp. 12.000, 25 gr: Rp 750”.

### **3. Susunan divisi-divisi beserta nama lengkap dan tanggung jawab pekerjaan?**

“Kan cuma sederhana saja, palingan Pak Supadi beliau bertanggung jawab sebagai Manajemen Hubungan Pelanggan dan Inspirator terbentuknya usaha. Saya sebagai marketingnya, online maupun offline, saya juga yang facebook handle. Tim produksi dikepalai oleh Pak Maryoto”.

#### **4. Sebagai UKM, bagaimana membangun hubungan dengan pelanggan?**

“Seperti yang telah dijabarkan tadi, cita rasa sehingga fokusnya ke pelanggan. Kenapa banyak diminati, jadi nanti kan berentet atau berurutan. Masuklah ke pemasaran. Saya rasa ilmu pemasaran semua sama. Pertama melihat pangsa pasar dengan cita rasa dan kekuatan produk. Kekuatan produk tadi masuk ya karna itu cita rasa yang kuat, cara olah yang tidak mudah dengan faktor kesulitan yang tinggi yang memudahkan semua itu nantinya menghasilkan sebuah kualitas produk yang baik. beda orang dengan bolu, dan lain-lain.”.

#### **5. Siapa saja konsumen maupun pelanggan tetap? Boleh berupa representatif (disertakan nama-nama dan industri mereka)**

“Kalau bagi kita, kita mengkategorisasikan pelanggan itu jadi tiga. Silahkan dibuat data manual. Sales, Reseller, Agen (Mitra)”.

Sales-sales (per person): Ujung tombak atau alat promosi

1. Hari Rosaria: WS Toserba, Laris Muntilan, Markas Swalayan, Mina Swalayan Jogja, Gading Mas Swalayan Jogja
2. Ghofaru: Toko Eliyana Muntilan, Ciptarasa Muntilan, Terminal Muntilan, Samudra Toko Muntilan, Toko Bu Cipto Salam.
3. Pak Priyadi: Pusat Grosir Bu Santi Maguwoharjo, Pusat Perbelanjaan Sayur Tajem, Toko Tirta Biru Jalan Kabupaten, Toko Bu Bambang Sedayu.

Reseller: Yang membeli cash dan akan dijual kembali di wilayah Magelang dan sekitarnya (Volume kecil)

1. Pusat Grosir dan Perkulakan Pasar Rejowinangun Magelang
2. Pasar Tarumanegara
3. Salon Dea Magelang
4. Es Murni Rumah Makan dan Minum Magelang
5. Rumah Sakit Jiwa Semarang Penny Wahyudi

Agen-agen (mitra): Yang membeli cash dan akan dijual kembali biasanya di luar kota (Volume besar)

1. Pusat Toko Oleh-oleh Ibu Roro, Sidoarjo Jawa Timur
2. Usaha Karpas Prawijaya Mulyantono Jakarta Barat
3. Cassava Merk Salatiga dan
4. Kripik Twitter Makassar
5. Ubi Gajah Temanggung
6. Phalosa Shop Yogyakarta

**6. Dapatkah menyertakan data-data keuangan yang memperlihatkan omset keuntungan? (opsional, boleh secara abstrak jika enggan menyertakan secara keseluruhan)**

“Mungkin bisa ditulis saja secara manual dari tahun ke tahun bagaimana pergerakannya. (Data tercatat). Begini saja, pokoknya selama 5 tahun (2011-2016) setiap tahun kebanyakan meningkat 10-25 %. Tetapi pada tahun 2016 sebelum lebaran berhenti produksi karna faktor alam. Faktor alamnya itu ya tadi, akibat cuaca (hujan terus menerus) sehingga panen singkong yang dihasilkan kurang bagus”.

**7. Apa faktor pendukung dan penghambat secara keseluruhan baik dalam mengelola usaha maupun manajemen hubungan dengan pelanggan?**

“Pendukung mungkin mereka suka produk, cita rasa yang familiar memudahkan untuk gaet orang banyak. Penghalang paling uang untuk membeli kemasan dalam bentuk yang besar gak ada. Itu biasanya pas arisan. Ya kita kasih jalan alternatif yakni terdapat atau tersedianya untuk beli kemasan mini”.

**Transkrip Wawancara Wirausaha Mandiri Magelang**  
**Narasumber : Bapak Ghofaru, Pelanggan Sales**  
**Tanggal Wawancara: 19 Desember 2016**

**1. Bagaimana sistem penjualan yang diadaptasi?**

“Saya dominannya ini sih, titip jual atau konsinyasi. Setelah barang habis, toko baru bayar. Ada beberapa tapi dikit banget itu yang minta cash. Sananya minta cash, bukan dari saya. Saya gak pernah.

**2. Sudah berapa lama menjadi pelanggan?**

“Hampir 5 tahun.”

**3. Bagaimana menjadi pelanggan?**

“Bapak Supadi teman saya sejak dulu. Saya sering kesini lalu ditawarkan tertarik menjualkan atau tidak. Saya kan profesinya petani, jadi ya sambilan juga nambah-nambah”.

**4. Toko mana saja yang menjadi langganan?**

“Di Muntilan sih banyaknya. Yang besar saja ya. Eliyana Muntilan, Ciptarasa Muntilan, Terminal Muntilan, Samudra, Toko Bu Citro Salam”.

**5. Apakah mengambil dari tempat lain juga?**

“Tidak ada”.

**6. Mengapa menjadi pelanggan tetap?**

“Sudah akrab. Senang. Betah juga”.

**7. Apakah mendapatkan reward khusus atau bonus dari pihak usaha?**

“Lebaran sering. Parsel gitu juga sering lah pokoknya tiap tahun. Sembako juga”.

**8. Apakah pernah menghadapi keluhan? Jika iya, disampaikan kepada siapa dan bagaimana mereka menanganinya?**

“Enggak sih. Keluhan dari saya saja. Kenapa barangnya susah laku pada saat di toko. Paling ya besok-besok saya kurangin stoknya. Menghindari BS tadi (Barang Sisa). Barang Sisa kalau disini dimusnahkan, gak digunain atau diperbarui lagi”.



**9. Bagaimana penjualan di Toko atau pasar sendiri?**

“Mereka menaikkan sih harga. Toko besar biasanya Rp. 15.000”.

**10. Apakah puas atau tidak?**

“Saya puas kalau bisa melayani. Disini senang, saya mendapatkan keuntungan. Sama-sama senang. Habisnya banyak barangnya saya puas”.

**Transkrip Wawancara Wirausaha Mandiri Magelang**  
**Narasumber : Bapak Priyadi, Pelanggan Sales**  
**Tanggal Wawancara: 19 Desember 2016**

**1. Bagaimana sistem penjualan yang diadaptasi?**

“Saya kan sebagai pemasaran kan mas. Pusat saya di wilayah Jogja. Nah jadi konsumen-konsumen itu saya tak kasih cicipi dulu keripik gethuknya, biasanya dalam bentuk yang besar. Barang itu kan emang alami gak pake pengawet. Ini gethuk kan asli dari Magelang. Bumbunya cuman garam dan bawang. Kadang-kadang ketumbar tapi jarang, kebanyakan garam sama bawang putih. Daerah Jogja peminatnya banyak. Sistem penjualan saya, ada banyak toko yang ngambil banyak ngambil dikit. Ada yang kadaluwarso, saya ganti. Tapi Alhamdulillah laris. Sistem cash saya”.

**2. Sudah berapa lama menjadi pelanggan?**

“Sekitar 4 tahun”.

**3. Bagaimana menjadi pelanggan?**

“Dulu saya adalah seorang supir, jadi bosan. Nah di Jogja juga profesi saya jadi pengantar aqua, nah berhenti sampe ketemu Pak Supadi dan pada akhirnya saya mendapatkan banyak pelanggan karna salah satunya bekas pelanggan aqua saya dulu. Jadi gak kebanyakan lobby”.

**4. Toko mana saja yang menjadi langganan?**

“Yogyakarta yang besar aja ya, yang sering: Toko Bu Santi Gor Maguwoharjo, Grosiran Sayur Jalan Tajem, Toko Tirta Biru Jalan Kabupaten, Toko Pak Koper Grebet, Toko Bu Bambang Sedayu”.

**5. Apakah mengambil dari tempat lain?**

“Gak ada”.

**6. Mengapa menjadi pelanggan tetap?**

“Iya lah. Rumah saya dekat sini kok, makanya tetap. Pak Supadi baik, pake sistem kepercayaan kepada saya”.

**7. Apakah mendapatkan reward khusus atau bonus dari pihak usaha?**

“Iya, yang sekarang-sekarang ini ya sederhana saja dari segi diskon pengambilan barang, terus parsel lebaran, sembako, diskusi santai di pagi hari sambil sarapan dan

minum kopi, dan juga ini mas sudah ada planning untuk umroh bersama berdasarkan tabungan yang telah dikelola secara bersama-sama sejak tahun 2011”.

**8. Apakah pernah menghadapi keluhan? Jika iya, disampaikan kepada siapa dan bagaimana mereka menanganinya?**

“Kalau keluhan itu pasti ada, tapi jarang. Ya paling keluhan kadaluwarsa tapi langsung tak ganti. Meskipun sistem penjualan putus, tapi kita tetap tanggung jawab. Cepat tanggap aja biar enak. Trus paling ya banyaknya keluhan dari saya saja, keluhan kayak saya pantau kok barangnya tidak laku jadi langsung saya putus hubungan aja. Maksudnya disini yaa supaya tidak berlama-lama kan ini barang proses atau butuh jual cepet. Jadi solusinya carikan toko yang rame saja”.

**9. Bagaimana penjualan di Toko atau pasar sendiri?**

“Ya paling hanyaa menaikkan. Naik sekitar Rp. 3000 lah”.

**10. Apakah puas atau tidak?**

“Puas dong. Ya kita pulang dapet duit, puas lah”.

## **Transkrip Wawancara Wirausaha Mandiri Magelang**

**Narasumber : Salon Dea Magelang, Ibu Dea, Pelanggan Reseller**

**Tanggal Wawancara: 10 Januari 2017**

### **1. Bagaimana sistem penjualan yang diadaptasi?**

“Kalau saya kan sebagai reseller jadi biasanya saya langsung beli yang netto 200gr itu biasanya saya beli 100 bungkus. Setelah habis saya beli lagi, saya ngasih target minimal 50 bungkus per hari yang laku terjual. Sistem penjualan saya sebagian ada yang saya jual di Salon saya, sebagian lagi saya titip ke swalayan-swalayan besar”.

### **2. Sudah berapa lama menjadi pelanggan?**

“Sekitar 2,5 tahun”.

### **3. Bagaimana menjadi pelanggan?**

“Awalnya sih karena dulu saya sempat beli criping gethuk di salah satu toko terus saya cobain kok enak. Kebetulan saya juga punya salon dan saya pikir gak ada salahnya nih coba jual camilan buat pelanggan yang lagi nunggu atau lagi perawatan di salon saya, karena pelanggan saya kan juga ibu-ibu, mba-mba yang biasanya suka ngemil hehe... awalnya saya coba beli beberapa bungkus Cuma khusus di salon saya aja tapi semakin kesini saya jadi nyoba untuk jual titip ke toko-toko karena banyak yang suka juga”.

### **4. Toko mana saja yang menjadi langganan?**

“Armada Swalayan, Malta Swalayan”.

### **5. Apakah mengambil dari tempat lain juga?**

“Gak ada, saya langsung ambil di Wirausaha Mandiri sih karena memang dari awal saya jual yang merek Criping Gethuk cap warung. Kalau ambil dari tempat lain takutnya malah beda”.

### **6. Mengapa menjadi pelanggan tetap?**

“Karena langsung dari tempat produksinya jadi stok barangnya banyak dan responnya cepat, dan sudah lumayan kenal jadi sudah merasa nyaman”.

### **7. Apakah mendapatkan reward khusus atau bonus dari pihak usaha?**

“Ada sih biasanya dapat bonus kripik buat di konsumsi sendiri, mungkin bonusnya lebih ke keuntungan dari jualannya sih”.

**8. Apakah pernah menghadapi keluhan? Jika iya, disampaikan kepada siapa dan bagaimana mereka menanganinya?**

“Selama ini sih jarang yaa. Karena saya gak cuma titip jual saja tapi juga saya pantau terus karena yang dijual kan jenisnya makanan yang gak seawet yang lain jadi maksimal 3 hari saya cek apa masih layak jual atau gak. Tapi sejauh ini Alhamdulillah belum pernah ada barang sisa dan toko-toko yang saya titip juga masih sama dari awal saya jual, belum ada yang saya ganti atau saya putus hubungan kerjasamanya”.

**9. Bagaimana penjualan di Toko?**

“Seperti yang saya bilang, sejauh ini lancar dan toko-toko yang saya titip masih terpercaya dan tidak ada kendala selama penjualan, yang jelas kita sama-sama dapat untung”.

**10. Apakah puas atau tidak?**

“Alhamdulillah memuaskan. Kebetulan saya juga salah satu penggemar criping gethuk ini jadi jualnya enjoy-enjoy aja dan Alhamdulillah gak ada keluhan, semua yang nyoba pasti suka”.

**Transkrip Wawancara Wirausaha Mandiri Magelang**  
**Narasumber : Ibu Hani Rosalin, Pelanggan Sales**  
**Tanggal Wawancara: 19 Desember 2016**

**1. Bagaimana sistem penjualan yang diadaptasi?**

“Kalau saya campur. Ada cash dan nitip jual (kongsi). Kalau yang nitip jual itu kan juga sama-sama saja. Ada yang nitip jual juga, tapi yo sama-sama aja lah, kalau habis saya kirim lagi kalau masih ada sisa ya saya tukar”.

**2. Sudah berapa lama menjadi pelanggan?**

“Sekitar 4 tahun”.

**3. Bagaimana menjadi pelanggan?**

“Dulu milih-milih nyari sambilan pekerjaan apa, untuk membantu suami juga, suami saya kan kerjanya di proyek, nah menurut saya dengan segala kemampuan saya ya saya bantu saja suami saya. Biar rumah tangganya jalan semuanya saja. Karena kan kerjaan saya di rumah, beresin rumah, urusin anak dan suami. Kalau siang itu saya santai ya saya cari sambilan sambil bantu suami juga”.

**4. Toko mana saja yang menjadi langganan?**

“Banyak sih, yang gede saja ya. Fokus saya kae Jogja kayak WS Toserba Jalan Jogja-Magelang, Toko Laris Muntilan, Markas Swalayan, Mina Swalayan, dan Gading Mas”.

**5. Apakah mengambil dari tempat lain juga?**

“Ada juga sih, tapi sedikit. Tapi produknya beda. Dulu sini belum ngemas kriping singkong. Kan ini kripiknya kripik singkong yang digethuk, jadi ya beda bentuknya gak bal-balan seperti itu. Jadi ya sudah terlanjur yang disana, akan tetapi saya sekarang ambil sedikit yang disana disini saja yang saya ambil lebih banyak dan lebih saya pasarkan lebih gencar”.

**6. Mengapa menjadi pelanggan tetap?**

“Karna jumlah stok barangnya banyak disini, sudah nyaman dan menjualkan adalah kegiatan yang menjadi kebiasaan juga”.

**7. Apakah mendapatkan reward khusus atau bonus dari pihak usaha?**

“Kita sama-sama berjuang bersama. Jadi ya lebih menguntungkan satu sama lain. Begitupun ada kerugian atau masalah, ditanggung sama-sama juga. Paling ya selama ini dapat parcel pas lebaran dan juga sembako sekali dua bulan kadang gak nentu

juga. Kalau hari-hari biasa kita udah dapet keuntungan. udah pake sistem kekeluargaan juga, tempat tinggalnya deket jadi mobilitas dan segala macam serba gampang lah. Termasuk komunikasi”.

**8. Apakah pernah menghadapi keluhan? Jika iya, disampaikan kepada siapa dan bagaimana mereka menanganinya?**

“Sejauh ini jarang sih. Kita kan jaga konsumen supaya bertahan, jadi bagaimana supaya konsumen itu tetap awet sama kita, tetap puas, order terus, kita tidak mengecewakan, kadang karna kelamaan, kadaluwarsa, ya kayak gitu jangan sampai seperti itu, sesering mungkin kita tengok, kita jaga lah jangan sampai ada keluhan. Tapi yang namanya keluhan sejauh ini cuma dari saya saja, seperti pada saat dikirim barang baru mereka belum ada duitnya. Kadang karakter toko beda-beda. Sales-sales besar duitnya udah dikasih, seperti kita yaa pending beberapa hari. Tapi yo gak papa sih yang penting ada duitnya dan laris. Kalau gak laris ya putus hubungan. Yang memutuskan saya saja karna kan gak menguntungkan sama sekali. Biar gak ada resiko BS (Barang Sisa).

Cara saya sih berhubungan dengan toko saling menjaga aja. Maksudnya saling pengertian dalam hal pengiriman, dalam hal keuntungan, sehingga hubungannya makin awet aja”.

**9. Bagaimana penjualan di Toko?**

“Alhamdulillah lancar. Bagus. Mereka kan ngambil keuntungan dari harga yang kita tetapkan. Kita tetapkan berapa, mereka menaikkan keuntungan berapa. Seperti itu saja”.

**10. Apakah puas atau tidak?**

“Alhamdulillah puas. Disyukuri. Karna saya dapat pekerjaan yang membantu suami. Dari kegiatan saja awalnya menjadi sebuah pekerjaan”.

## **Transkrip Wawancara Wirausaha Mandiri Magelang**

**Narasumber : Phalosa Shop Yogyakarta, Ibu Boni, Pelanggan Agen (mitra)**

**Tanggal Wawancara: 10 Januari 2017**

### **1. Bagaimana sistem penjualan yang diadaptasi?**

“Saya kan punya toko sendiri mas, ya Phalosa Shop ini jadi ya online aja gitu sih. Make Facebook, trus juga jualan ke temen-temen minta temen-temen bantuin promosiin, gitu-gitu aja”.

### **2. Sudah berapa lama menjadi pelanggan?**

“Sekitar 2 tahun lah ya kalau tidak salah”.

### **3. Bagaimana menjadi pelanggan?**

“Dulu ada temen saya namanya Ibu Anik, beliau kebetulan berteman dengan Bapak Supadi. Temen semasa kuliah dulu. Nah beliau sering main ke rumah saya, kebetulan kan Shop saya ini dulu jualan jilbab aja yah, karna ngeliat Ibu Anik sering bawain criping gethuk jadinya saya juga ngerasa kok yo enak ngono loh. Yowes tak jualan aja. Saya jadi agen mitra aja, ambil putus dan jadi salah satu fokus usaha saya sekarang selain jilbab”.

### **4. Apakah mengambil dari tempat lain juga?**

“Engga lah, namanya juga agen mas, ambil putus”.

### **5. Mengapa menjadi pelanggan tetap?**

“Enak tadi mas, trus juga enak sama mereka itu ”.

### **6. Apakah mendapatkan reward khusus atau bonus dari pihak usaha?**

“Nggak ada sih mas. Biasa aja sih. Saya sering ngambil gitu juga saya pake merk sendiri hehehe. Biasa aja dari merekanya”.

### **7. Apakah pernah menghadapi keluhan? Jika iya, disampaikan kepada siapa dan bagaimana mereka menanganinya?**

“Keluhan dari saya sih enggak yah, keluhan dari sana juga enggak. Lancar-lancar aja Alahmdulillah”.

### **8. Bagaimana penjualan di Toko?**

“Laku mas, udah kaya jilbabnya juga. Kan fokusnya ke jilbab awalnya, nyoba ini laku juga ya sudah hehe ”.



**9. Apakah puas atau tidak?**

“Ya puas kok. Karna mungkin ya udah kekeluargaan juga sama mereka enjoy banget saya jadi senang.”

## **Transkrip Wawancara CV. Griya Smart Education Yogyakarta**

**Narasumber : Eko Widodo**

**Jabatan : Direktur**

**Tanggal Wawancara: 8 Desember 2016**

### **1. Ceritakan sejarah singkat dan fokus profit usaha**

“Sejak tahun 2000 ada 4 orang teman saya, sesama mahasiswa juga. Saya dari Akademi Pertanian Yogyakarta dan teman saya dari UAD membuat usaha pembuatan alat peraga pendidikan. Sejak 2010, teman-teman sudah selesai ingin pulang ke daerah dan saya sendiri yang mengakuisisi semua usaha ini jadi semua teman saya mendapatkan sebagian aset atau pesangon dari usaha yang telah kita berlakukan sampai saat ini saya menjadi pemilik utama dari usaha Griya Smart Education. Karena usaha cenderung fokus terhadap pendidikan, maka Griya Smart Education bertransformasi juga lah dia menjadi bimbingan belajar yang bernama Griya Smart College. Tahun 2014, Griya Smart Education dan Griya Smart College dimanajemen secara profesional dengan 3 staf ahli, yaitu terdiri dari staf administrasi dan 2 staf pengajar. Trus ada juga 20 orang tenaga freelance. Termasuk istri saya yang ikut ngatur dalam pengembangan Griya Smart College”.

### **2. Susunan divisi-divisi beserta nama lengkap dan tanggung jawab pekerjaan?**

“Gak banyak sih, paling saya, istri saya kelola juga di Griya Smart College. Trus bisa dicatat saja secara manual. Saya membawahi 3-4 reseller nih ya dari segi penjualan. Nah gitu aja nyebarnya dari mereka aja”.

### **3. Bagaimana sumber modal serta program apa saja yang dilakukan dalam mengelola usahanya?**

“Modal usaha saya swadaya dan pinjaman saudara juga, dan belum mematenkan merk. Memiliki fokus profit usaha di bidang pendidikan, saya meletakkan penempatan pemasarannya di berbagai toko-toko buku di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Strategi pemasaran yang diberlakukan kayak gimana ya, ngikut berbagai pameran-pameran pendidikan aja. Seperti pameran SAKA dan pameran STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Gratis *english class* setiap sabtu untuk SD kelas 3 kelas 4, ba'da ashar selesai jam 5. Setelah gratis *english class* ada gratis uang pendaftaran jika ada yang mau masuk ke Griya Smart College. Dengan cara menggratiskan, anak-anak melihat beberapa *display* peraga pendidikan dan secara tidak langsung menanamkan ketertarikan untuk membeli atau *order*, mengajak persuasif. Di Griya Smart College juga kebanyakan make itu untuk alat mengajarkannya hehe.

Trus juga dengan menggunakan sistem online, dulu pernah make *website* tapi ditutup nah sekarang karna dah ditutup jualin pakai *e-commerce* juga seperti Bukalapak, OLX, Trus ngiklanin di koran juga atas nama CV. Griya Smart Education.

Hmm.. selang 3 tahun berturut-turut, dari tahun 2007- sekarang Griya Smart Education bekerja sama juga dengan mitra di Diandra Distributor. Diandra Distributor mendistribusikan produk-produk seperti buku hingga alat peraga pendidikan yang Griya Smart Education produksi ke beberapa toko buku besar seperti Gramedia, Social Agency, Carrefour, dan lain sebagainya.

Saya kan *single fighter*, dan mengingat banyaknya kuantitas orderan, membuat hal ini kayak gak sanggup aja kalau kelola sendiri terus. Maka dari itu saya memiliki beberapa *soft file* editan yang kemudian dikelola dalam bentuk yang banyak dengan meminta agen lain bekerja sama dengan sistem bayar putus. Bayar putus disini kayak meminta agen untuk memproduksi atau mencetak *soft file* yang telah dikelola sendiri oleh saya kemudian meminta mereka untuk memproduksinya dalam jumlah yang diminta dan saya membayar tanpa ada embel-embel keuntungan di belakangnya”.

#### **4. Siapa-siapa saja pelanggan tetap atau loyal? (Representatif saja sebagai acuan)**

“Hmm.. jadi pelanggan saya itu ada *reseller* dan agen. Kalau market sendiri kebetulan bisa dikategorisasikan pelanggan tapi karena mereka ambilnya gak sering dan juga jarang komunikasi juga jadi ya gak begitu diperhatiin. Saya bilang pelanggan karna dilihat dari kuantitas atau *repeat order* yang mereka lakukan, mereka melakukan order setiap sebulan 4 kali order, tiap order 400-500 pcs orderan. Kalau pelanggan agen itu yang toko-toko gede yang saya lakukan titip jual, kayak diandra, gramedia, social agency, Pelanggan reseller adalah pelanggan per person aja yah”.

Organisasi bisnis (Mitra):

Diandra Distributor  
Kios Pintar  
Social Agency Godean  
Gramedia

Reseller Per person:

-Bapak Markum, Reseller, Yogyakarta: Bapak Dwi Riyanto, Guru, kota Padang. Bapak Arif Kepala Sekolah di SDN Pandeglang. Bapak Arifin guru SD di Nusa Tenggara Timur. Ibu Nurhayati Dosen Universitas di Nusa Tenggara Barat. Daerah pemasaran lainnya Kabupaten Solok, Barat, Lampung Utara dan Lampung Selatan, Jambi dan Bengkulu”.

-Ibu Dani daerah pemasaran putusibo Kalimantan

-Ibu Rima daerah pemasaran Bogor: English Language Institute, Lowiliang, Bogor. SMK Mandala Lowiliang, Bogor. MI Muhammadiyah Lowiliang, Bogor. MI Albadariah, Bogor. SDN Cigudeg, Bogor. SMP Miftahunur, Lowiliang.

-Ibu Wiwin, Yogyakarta (Pelanggan Griya Smart College)

**5. Apa saja bentuk-bentuk manajemen hubungan pelanggan yang telah, sedang dan maupun yang akan dilakukan?**

“Untuk pelanggan reseller itu misal gini, mereka ngambil lebih dari 1000 pcs diberikan diskon 50 hingga 60 persen, dan bisa juga dalam bentuk bonus atau penambahan produk 100 pcs gratis dan *cashback*. *Cashback* ada dalam bentuk ongkir atau dalam bentuk uang. Itu yang pertama.

Yang kedua, saya berikan parcel tiap lebaran, jadi biar lebih afdhhol aja gitu tiap tahun ngasih parcel biar seneng. Selain itu ada bantuan berobat, saya menyisihkan 500 ribu (10 persen dari omset penjualan per bulan) untuk biaya santunan kesehatan bagi para *reseller* maupun anak-anak mereka.

Saya pernah memberlakukan website yang kemudian dinon aktifkan dengan alasan untuk menahan konsumen yang pintar untuk berhubungan langsung dengan saya, banyak dari reseller saya kan mereka loyal tuh nah banyak komplain tentang penjualan mereka, nah daripada saya kehilangan mereka kan mereka ngambil selalu banyak jadi ya saya pertahankan mereka aja.

Kalau ke pelanggan agen atau mitra kayak social agency godean, kiospinter, gramedia, yaitu ngasih diskon aja. Paling 35 persen diskon kalau saya pake sistem titip jual (konsinyasi) yang sebulan sekali diambil. Kalau mereka ngambil cash diberikan 50-60 persen diskon. Ada parcel juga sih ke mereka itu.

Nah ke konsumen ada juga sih, konsumen itu pasar yang saya dapet sendiri. Mereka nyari saya ketemu trus transaksi jual beli. Ya tapi itu seputar kerabat dan teman-teman dekat saja, gak terdata banget dan gak fokus orientasi juga. Digunakan untuk salam sapa dan sekedar menanyakan kabar, guna menunjukkan kepedulian atau hubungan yang erat antara produsen dengan pelanggan. Itu lewat Facebook, BBM dan Whatsapp”.

**6. Apakah bentuk manajemen hubungan pelanggan tersebut dapat dikatakan efisien?**

“Itu sudah jadi masalah hati pribadi saja. Jika diberikan hadiah, bonus, kan mereka akan seneng. Dia juga menjualkan akan mendapatkan untung kok. Jadi sama-sama mendapatkan kebahagiaan dalam bisnis. Istilahnya *win-win solution*. Bukan hanya hubungan bisnis, tapi juga hubungan kekeluargaan. Jadi bisa saya dapat katakan efisien lah ya”.

**7. Apakah mempersiapkan budget khusus dalam melakukan bentuk-bentuk manajemen hubungan pelanggan? Jika iya, berapa dan efisien?**

“Iya paling dengan budget kesehatan yang saya jelaskan tadi trus diskon kan saya namanya juga mensortir biaya mas. Jadi ya seperti itu saja”.

**8. Apa alasan yang mendorong perlunya melakukan manajemen hubungan pelanggan? Jika jawabannya mengenai kepuasan dan loyalitas pelanggan, bagaimana mengukur keberhasilan dan kegagalan?**

“Pelanggan merupakan aset ya, jadi jika berhasil itu mereka pasti akan melakukan *repeat order* indikatornya, kegagalan mereka tidak *order* lagi. Itu juga. Kepuasan mereka juga kan kalau mereka puas mereka *repeat order*, kalau tidak ya pasti mereka berhenti”.

**9. Dapatkah menyertakan data-data keuangan yang memperlihatkan omset keuntungan? (opsional, boleh secara abstrak jika enggan menyertakan secara keseluruhan)**

“Mungkin begini saja, modal awal 2007 meningkat stabil sekitar 10-20 persen per tahunnya, namun 2011 pernah mengalami penurunan dan jual aset karena ada salah satu *reseller* temen saya yang tidak bayar ganti rugi ketika masih pake sistem jual titip, 2012 bangkit hingga sekarang (2016)”.

**10. Pernahkah mendapatkan keluhan yang berdampak pada putusnya hubungan dengan pelanggan? Jika iya, bagaimana memulihkannya?**

“Keluhan paling dari saya aja. *Reseller* tidak dapat ditarget dalam melakukan penjualan. Tidak stabil dan tidak bisa memegang perjanjian. Setiap bulan satu bulan 1000 pcs misalnya, mereka menolak untuk menjualkan jadi suka-suka mereka aja. Tapi ya selama mereka berlangganan dengan saya ya sudah. Tapi tidak sampe putus hubungan sih. Mungkin di bawah level *reseller* ya, atau pelanggan *reseller*. Konflik antara reseller aja sih ya kadang mereka menjualkan di pasar yang sama, nah satu *reseller* yang udah biasa disitu marah ke saya pasarnya diambil *reseller* yang satunya tapi ya itu cuman biasa aja kok. Pernah ada konflik karna politik, tapi saya tidak bisa bilang karna apa, gak ngerti juga takut salah sampai. Cara menanganinya paling dengan kekeluargaan saja, diomongin baik-baik. Yang penting mereka tetep order aja saya senang”.

**11. Apa faktor pendukung dan penghambat secara keseluruhan baik dalam mengelola usaha maupun manajemen hubungan dengan pelanggan?**

“Pendukung mungkin penjualan lewat sosmed, *face to face* dengan *reseller* yang notabenenya udah sering pesen dan gampang juga untuk dihubungi, maka dari itu terbentuklah komunikasi yang lancar juga. Mereka juga sering jualan dan sering order.

Penghambatnya ini aja sih, kecukupan anggaran kadang, kadang anggaran saya naik turun untuk kebutuhan keluarga dan subsidi dana silang juga dengan *griya smart college*, kan saya juga fokus saya ke *griya smart college* juga. Tempat les itu”.

**Transkrip Wawancara CV. Griya Smart Education Yogyakarta**  
**Narasumber : Ferry Kiospintar Jogja, Pelanggan Agen**  
**Tanggal Wawancara: 10 Januari 2017**

**1. Bagaimana sistem penjualan yang diadaptasi?**

“Dropship ya. Jadi saya jualin produk griya smart melalui online shop yang saya punya, abis itu jika ada pemesanan mereka langsung yang ngirim ke konsumen atas nama kiospintar hehe”.

**2. Sudah berapa lama menjadi pelanggan?**

“2 ato 3 tahun yah”.

**3. Bagaimana menjadi pelanggan?**

“awalnya yaa saya jual produk magic disc, hampir sama dengan smart card tapi beda banget. Trus dapet kabar dari website gitu ada smart card dari griya bagus katanya, testimoni pelanggan juga udah cukup banyak makanya saya ambil deh hehe langsung kenal sama pak Eko dan ambil disana”

**4. Toko mana saja yang menjadi langganan?**

“Bukan toko ya mas, lebih ke pengajar gitu sih yaaah sama per person gitu. Jadi tuh mungkin gini aja

Ibu Lilin Guru Matematika SDN Lumajang.

Bapak Agus Guru MTS Purwokerto

Ibu Dyah, Freelance di Cilacap

Bapak Aris

**5. Apakah mengambil dari tempat lain juga?**

“Enggak sih, seperti yang saya bilang awalnya smart disc gitu kan saya jualinnya trus pindah kesini karna produk lebih bagus”.

**6. Apakah mendapatkan reward khusus atau bonus dari pihak usaha?**

“Apa ya mas, paling parsel lebaran trus juga sesekali say hello. Kayak gini nih \*menyodorkan screenshot percakapan Whatsapp\*”.

**7. Apakah pernah menghadapi keluhan? Jika iya, disampaikan kepada siapa dan bagaimana mereka menanganinya?**

“Enggak pernah Alhamdulillah”.

**8. Bagaimana penjualan di Toko atau pada pasar sendiri?**

“stabil aja sih. Maksudnya ya mengikuti keadaan aja”.

**9. Apakah puas atau tidak?**

“Puas mas. Pelayanannya fast response”.



**Transkrip Wawancara CV. Griya Smart Education Yogyakarta**  
**Narasumber : Bapak Markum, Pelanggan Reseller**  
**Tanggal Wawancara: 30 Desember 2016**

**1. Bagaimana sistem penjualan yang diadaptasi?**

“Saya pada awalnya emang *direct selling* aja yah. Yang pertama saya pake sistem titip pinjam, maksudnya saya mencari beberapa sekolah yang bisa diajak bekerja sama. Saya bekerja sama dengan para kepsek. Jadi begini, produk saya letakkan di sekolah tersebut supaya sekolah dapat menunjukkan kepada siswa-siswa. Produk disebar ke para anak-anak sekolah untuk dipinjamkan selama dua hari, dibawa pulang. Nah di samping itu ada surat edaran ke orang tua, bahwasanya barang dipinjamkan dua hari dan jika tertarik untuk membeli maka tersedia harga dan juga dapat dibayar dimana. Jika tidak ya barang dikembalikan lagi ke koordinator sekolah masing-masing

Trus juga sistem sampling. Contoh, misal ada pelajaran Matematika, saya kasih sampel produk yang berkaitan dengan rumus dan lain sebagainya, trus saya titip deh ke guru-guru yang berteman dengan saya. Sistem pembagian hasilnya 20 % ke mereka. Selebihnya ke saya.

Nah yang terakhir sekarang saya ke online lebih fokusnya. Saya pake blogspot, namanya [pustagrosirmsmartcard.blogspot.co.id](http://pustagrosirmsmartcard.blogspot.co.id), makanya banyak pelanggan saya yang dari NTT, Sumatera, Pandeglang, dan lain-lain lah karena mereka nemu blog saya itu”.

**2. Sudah berapa lama menjadi pelanggan?**

“Sudah 4 tahun lah ya lebih kurang”.

**3. Bagaimana menjadi pelanggan?**

“Saya suka browsing ingin buka usaha dan jual apa bingung, ternyata dapat Pak Eko, dulu Pak Eko sempet buka *website* makanya saya tau nomernya, karena sekarang beliau lebih milih untuk memanjakan kita para pelanggan reseller kali ya makanya dimatikan. Takutnya nanti ada yang ngambil barang langsung ke pak eko kalau pinter biar ga kena di agen hehehe”

**4. Toko mana saja yang menjadi langganan?**

“Pelanggan saya kebanyakan bukan toko sih mas, jadi tenaga pendidik gitu yang langsung ke lapangan. Mulai dari dosen, kepsek, guru-guru hampir di seluruh indonesia. Mungkin begini saja ya, yang sering repeat order.

Bapak Arif Kepala Sekolah di SDN Pandeglang.

Bapak Arifin guru SD di Nusa Tenggara Timur

Ibu Nurhayati Dosen Universitas di Nusa Tenggara Barat

Daerah pemasaran saya yang lainnya yaitu di Kabupaten Solok, saya lupa namanya soalnya tidak tercatat, Lampung Utara dan Lampung Selatan, Jambi dan Bengkulu”.

**5. Apakah mengambil dari tempat lain juga?**

“Enggak. Untuk produk sejenis dari awal udah nyaman aja gitu. Sempat niatan dulu cari tempat lain, ajak ngobrol, tapi kurang srek dan lebih srek ke Griya Smart Education”.

**6. Apakah mendapatkan reward khusus atau bonus dari pihak usaha?**

“Reward ada ya itu tadi bonus pengambilan, karna kekeluargaannya udah tercapai aja lo mas. *Service* oke, ketika ada saya mesen tuh cepet tanggap pelayanannya juga”.

**7. Apakah pernah menghadapi keluhan? Jika iya, disampaikan kepada siapa dan bagaimana mereka menanganinya?**

“Hmm palingan ketika orderan banyak ternyata *stock* habis, otomatis menunggu produksi yang dalam waktu lama. Itu pelanggan saya sih. saya ngatasinnya ya kasih pengertian aja”.

**8. Bagaimana penjualan di Toko atau pada pasar sendiri?**

“Alhamdulillah cukup bagus ya karena kebanyakan pelanggan saya pendidik, guru, kepek, dosen juga ada, yang mana mereka lakukan display dulu. Mereka kan udah nemu pasaran nih, yaitu siswa-siswa mereka, cara mereka mempresentasikan cukup persuasif jadi ya saya juga kadang merasa bersyukur aja ga perlu repot cari-cari lain”.

**9. Apakah puas atau tidak?**

“Puas mas. Pelayanannya cepet. Walau gak 100 persen mulus-mulus aja yaa pasti ada plus minus juga. Minusnya paling kalau ada order banyak *stock* nya kosong ya musti nunggu produksi lama banget, maklum kan mereka terbatas aja”.

**Transkrip Wawancara CV. Griya Smart Education Yogyakarta**  
**Narasumber : Ibu Wiwin, Pelanggan Griya Smart College**  
**Tanggal Wawancara: 30 Desember 2016**

**1. Sudah berapa lama menjadi pelanggan?**

“Udah dari anak saya kelas 2 smp, sekarang sma kelas 1. Lebih kurang 2 tahunan”.

**2. Bagaimana mengetahui Griya Smart College?**

“Tetangga mas. Tau dari temen juga”.

**3. Mengapa menjadi pelanggan tetap?**

“Ini loh mas mereka *care*. Momong anak bisa, sama anak-anak remaja ni bisa kasih bimbingan, agamanya juga bagus disana. Trus kalau anak saya gak dateng ditanyain, anak saya bagus prestasinya dikasih bintang”. Harganya terjangkau juga. Jadi yah begitu lah”.

**4. Apakah pernah menghadapi keluhan? Jika iya, disampaikan kepada siapa dan bagaimana mereka menanganinya?**

“Keluhan karna belum cocok sama pengajar baru anaknya saya. Keluhan dari anak saya aja bukan dari saya. Mungkin dulu-dulu cocok, ya mungkin karna pengajarnya sempat ganti juga, jadi ya belum memahami anaknya saya juga. Solusinya saya kasih tau ke mereka aja, mereka juga enak gitu loh langsung respon mereka dikasih tau ke pembimbing, pembimbingnya juga langsung berubah”.

**5. Apakah puas atau tidak?**

“Puas mas. Karna pelayannya saja sih oke makanya saya puas”.

**Transkrip Wawancara CV. Griya Smart Education Yogyakarta**  
**Narasumber : Ibu Rima Bogor, Pelanggan Reseller**  
**Tanggal Wawancara: 30 Desember 2016**

**1. Bagaimana sistem penjualan yang diadaptasi?**

“Ini mas *Direct Selling* aja sih ya. Karna aku juga pengajar juga ya guru Bahasa Inggris. Jadi langsung saya kasih ke anak-anak pas pelajaran bahasa Inggris tuh. Kadang kelas-kelas lain yang gak saya ajar saya kasih aja ke ketua kelas mereka supaya mereka ajakin temen-temen beli. Nah nanti baru deh si ketua kelasnya ngasih duitnya ke saya kalau ada yang berminat. Sebelum kaya gitu ya saya beli *sample* dulu. Setiap saya ngajar saya pasti pake alat itu. Nah kemudian baru deh kalau ada yang berminat beli di saya, saya kasih ke anak-anak satu dua gitu untuk dipinjem mereka biar mereka tau manfaatnya”.

**2. Sudah berapa lama menjadi pelanggan?**

“Sudah lama ya. Dari 2013 sampe sekarang sekitar 3 tahunan”

**3. Bagaimana menjadi pelanggan?**

“*Searching* trus dapat *website* Griya Smart Edu coba *click* ngeliat harganya murah juga trus bermanfaat, udah gitu aja.

**4. Toko mana saja yang menjadi langganan?**

“Banyak sih mas, kebanyakan dari teman-teman saya juga ngambil ke saya kalau saya yang *order* banyak gitu aja trus dijualin lagi sama mereka disana. Mungkin yang saya inget aja ya.

English Language Institute, Lowiliang, Bogor.

SMK Mandala Lowiliang, Bogor.

MI Muhammadiyah Lowiliang, Bogor.

MI Albadariah, Bogor.

SDN Cigudeg, Bogor.

SMP Miftahunur, Lowiliang.

**5. Apakah mengambil dari tempat lain juga?**

“Enggak sih mas dari awal udah enak disana”.

**6. Mengapa menjadi pelanggan tetap?**

“Bagus banget produknya, bermanfaat, banyak teman-teman saya ngeliat trus pada bilang produknya bagus, edukatif, untuk lingkungan para tenaga pengajar bagus lah”.

**7. Apakah mendapatkan *reward* khusus atau bonus dari pihak usaha?**

“Hmm apa ya, paling sering bonusin aja. Trus pelayanannya enak, fast response, barang langsung dikirim”.

**8. Apakah pernah menghadapi keluhan? Jika iya, disampaikan kepada siapa dan bagaimana mereka menanganinya?**

“Enggak alhamdulillah bermanfaat banget.

**9. Bagaimana kondisi penjualan?**

“Alhamdulillah laku. Cepet habis. Anak-anak menawarkan ke temen-temennya kalau itu bagus”.

**10. Apakah puas atau tidak?**

“Puas banget. Produk bagus, pelayanannya yang *fast response* juga”.

## SURAT IZIN PENELITIAN



### UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Pendidikan Bahasa Inggris (S1),  
Program Studi Hubungan Internasional (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2)

Tanggal : 21 Februari 2017  
Nomor : 430 / Dek / 70 / Div. Um. RT / 11 / 2017  
Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data untuk Skripsi  
Kepada Yth.  
Kepala Divisi Pengembangan Usaha dan Hubungan Pelanggan Wirausaha Mandiri Magelang

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama : **M. FADHIL PRATAMA**  
Nomor Mahasiswa : **13321102**  
Judul Skripsi : *Analisis Customer Relationship Management (CRM) pada Usaha Kecil Menengah (UKM): Studi Komparatif pada Wirausaha Mandiri Magelang dan CV. Griya Smart Education Yogyakarta*

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Dekan,

Dr. rer. nat. Arief Fahmie, S.Psi., MA., Psikolog

Dosen Pembimbing,

Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., MA



# UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

## FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Pendidikan Bahasa Inggris (S1),  
Program Studi Hubungan Internasional (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2)

Tanggal : 21 Februari 2017  
Nomor : 190 / Dek / 70/Div.Um.RT / // / 2017  
Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data untuk Skripsi  
Kepada Yth.  
Direktur CV. Griya Smart Education Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama : **M. FADHIL PRATAMA**  
Nomor Mahasiswa : **13321102**  
Judul Skripsi : *Analisis Customer Relationship Management (CRM) pada Usaha Kecil Menengah (UKM): Studi Komparatif pada Wirasaha Mandiri Magelang dan CV. Griya Smart Education Yogyakarta*

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Dekan,

Dr. rer. nat. Afief Fahmie, S.Psi., MA., Psikolog

Dosen Pembimbing,

Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., MA



## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



### WIRAUSAHA MANDIRI MAGELANG

P.IRT: 2.15.3308.01.1460.19 Blambangan RT 07 RW 07 No. 8, Blabak, Mungkid, Magelang, Jawa Tengah. Telf. 08562530753/ 081903897255

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)  
Universitas Islam Indonesia  
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb,

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Supadi Prasetyo  
Instansi : Wirausaha Mandiri Magelang "Criping Gethuk"  
Jabatan : Kepala Divisi Pengembangan Usaha dan Hubungan Pelanggan

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian di instansi kami selama 2 setengah bulan, terhitung dari akhir bulan Oktober 2016 hingga awal Januari 2017.

Nama : M. Fadhil Pratama  
NIM : 13321102  
Prodi./Fak./Univ : Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia  
Judul Skripsi : Analisis Costumer Relationship Management (CRM) pada Usaha Kecil Menengah (UKM): Studi Komparatif pada Wirausaha Mandiri Magelang dan CV. Griya Smart Education Yogyakarta

Selanjutnya, hasil penelitian ini akan kami gunakan sebagai salah satu masukan bagi pengembangan usaha kami. Oleh karena itu, kami mohon kepada Bapak agar salinan hasil penelitian ini disampaikan kepada kami.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr,Wb,

Magelang, 7 Januari 2017  
Kadiv. Usaha dan Hubungan Pelanggan

MAGELANG  
Supadi Prasetyo





## GRIYA SMART EDUCATION

Office : Ngampilan NG1/107 RT 05 RW 01, Yogyakarta 55261 ,Telp./WA 085292244518

Nomor : 001/GSE01/2017

Hal : Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)  
Universitas Islam Indonesia  
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr, Wb,  
Kami yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eko Widodo  
Instansi : Griya Smart Education  
Jabatan : Direktur

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian di instansi kami selama 1 (satu) bulan, dari awal Desember 2016 sampai dengan awal Januari 2017.

Nama : M. Fadhil Pratama  
NIM : 13321102  
Prodi/Fak./Univ. : Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia  
Judul Skripsi : Analisis Customer Relationship Management (CRM) pada Usaha Kecil Menengah (UKM) : Studi komparatif pada CV. Griya Smart Education Yogyakarta dan Wirausaha Mandiri Magelang

Selanjutnya, hasil penelitian ini akan kami gunakan sebagai salah satu masukan bagi pengembangan instansi kami. Oleh karena itu, kami mohon kepada Bapak agar salinan hasil penelitian ini disampaikan kepada kami.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.  
Wassalamu'alaikum Wr, Wb,

Yogyakarta, 6 Januari 2017



Direktur GSE

Eko Widodo

## DOKUMENTASI WIRAUUSAHA MANDIRI MAGELANG

**CRIPING GETHUK**  
*Cap Wayang*

Tanpa bahan pengawet

Kriuk...kriuk...  
renyah, gurih  
alami, dibuat  
dari **gethuk**  
ketela super

Netto : 200gr  
P.IRT : 2.15.3308.01.1460.19

**Komposisi :**  
Ketela Super, Garam Halus, Bawang Putih dan Minyak Nabati  
*Cocok untuk camilan, Oleh-oleh, Hajatan,  
Acara Pertemuan, dll*

**Melayani:**  
Pesanan Partai Besar / Kecil

Diproduksi oleh:  
Ibu Reduli - Magelang















# DOKUMENTASI CV. GRIYA SMART EDUCATION YOGYAKARTA



indonetwork.com  Katalog Produk ▾ Semua Propinsi ▾  [Login](#) | [Daftar](#)

### Informasi Produk

**Griya Smart Education**  
Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

ALAMAT  
Perum Trimulyo Blok D1 No. 1  
   
   
AKTIFITAS TERAKHIR 23/04/2013

	Smart Card Matematika <b>Hubungi Kami</b> min. order 1 Unit		Smart Card Bahasa Inggris <b>Hubungi Kami</b> min. order 1 Unit
	Smart Card Kimia <b>Hubungi Kami</b> min. order 1 Unit		Smart Card Indonesia Inggris Arab <b>Hubungi Kami</b> min. order 1 Unit
	Smart Card Fisika <b>Hubungi Kami</b> min. order 1 Unit		Smart Card Agama Islam_ Tajwid 2 <b>Hubungi Kami</b> min. order 1 Unit
	Smart Card Agama Islam_ Tajwid		Smart Card Agama Islam_ FI II

















