

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Pada tahap ini peneliti akan memberikan kesimpulan berdasarkan hasil temuan dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Peneliti melihat bauran-bauran komunikasi pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2009) yaitu: iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal, pemasaran langsung dan interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, dan acara dan pengalaman dapat ditemukan pada kegiatan pemasaran Kopi Rawuh dalam kurun waktu triwulan pertama tahun 2021. Dalam penerapannya, beberapa bauran yang digunakan Kopi Rawuh masih berjalan dengan kekurangan. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan Kopi Rawuh jarang menilik ulang program ataupun bauran yang sudah selesai dilaksanakan. Walaupun masih terdapat kekurangan, penerapan bauran komunikasi pemasaran dapat digunakan Kopi Rawuh dalam bertahan bahkan berkembang di masa pandemi covid-19.

Dalam triwulan pertama 2021, bauran iklan yang diterapkan oleh Kopi Rawuh digunakan sebagai media untuk menyebarkan pesan yang berisi program diskon Kopi Rawuh. Kedua bauran promosi, bauran promosi dijalankan dengan bentuk diskon dan voucher. Berjalannya bauran iklan dan bauran promosi selalu bersamaan memiliki kelebihan sekaligus kekurangan. Hal tersebut menjadi bias dikarenakan bauran yang dilakukan selalu bersamaan. Sehingga membuat Kopi Rawuh tidak bisa membedakan antara konsumen yang datang karena aware dengan brand Kopi Rawuh dan konsumen yang datang hanya karena diskon dan tidak aware dengan brand Kopi Rawuh.

Bauran berikutnya yakni bauran hubungan masyarakat dan publisitas. Walau Kopi Rawuh tidak memiliki divisi atau orang yang khusus mengurus perihal bauran ini.

Namun alur penerimaan pesan dan respon balik terhadap semua tanggapan sudah dipersiapkan dengan matang. Pada bauran penjualan personal, Kopi Rawuh kerap menerapkannya melalui barista sebagai upaya *up selling*. Bahkan Kopi Rawuh membuat penjualan personal sebagai SOP untuk semua barista.

Pada bauran pemasaran langsung dan interaktif, Kopi Rawuh menggunkannya sebagai alat untuk menggapai target konsumen yang spesifik. Pada bauran pemasaran dari mulut ke mulut, Kopi Rawuh memiliki dua jenis konsumen yang memiliki cara penyebaran pesan yang berbeda. Ada yang menyebarkan ajakan secara umum, dan ada yang menyebarkan ajakan secara personal. Walau dengan cara yang berbeda, faktor harga meenjadi kekuatan Kopi Rawuh dalam publisitas.

Pada bauran acara dan kegiatan, Kopi Rawuh cenderung pasif dan menunggu ada orang ataupun organisasi yang ingin melakukan *booking* tempat. Mengacu pada kategori acara dan kegiatan yang dijelaskan oleh Shone dan Parry dalam Noor (2009), Kopi Rawuh telah menyelenggarakan setidaknya dua kategori kegiatan yaitu: personal dan *organizational*. Sedangkan acara yang sedang dalam proses perencanaan yakni kategori kegiatan *cultural*. Bauran agenda dan acara ini yang peneliti lihat kurang dimaksimalkan Kopi Rawuh.

4.2. Saran

a. Saran Akademis

Secara akademis, bauran komunikasi pemasaran merupakan sekumpulan metode yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan strategi komunikasi pemasaran melalui media dan saluran tertentu. Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh pemilik bisnis dalam mempertahankan bisnisnya ditengah masa pandemi. Bauran komunikasi pemasaran terbukti dapat membantu Kopi

Rawuh dalam bertahan di masa pandemi covid-19. Namun mengingat Kopi Rawuh merupakan jenis usaha dengan skala UMKM, maka tidak semua bauran komunikasi pemasaran dapat berjalan optimal dalam penelitian kali ini.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian serupa. Peneliti menyarankan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji mengenai bauran komunikasi pemasaran dapat berfokus langsung pada tiap baurannya, atau justru berfokus pada bagaimana efektifitas kesinambungan antar bauran. Hal ini agar penelitian mengenai bauran komunikasi pemasaran bisa lebih memiliki detail dan lebih kompleks.

b. Saran Praktis

Peneliti memiliki saran untuk Kopi Rawuh dalam menerapkan bauran Komunikasi Pemasaran di masa pandemi:

1. Memasang iklan tidak bersamaan dengan promosi penjualan.
2. Menjaga konsistensi membuat atau mengadakan promosi penjualan.
3. Menyebar kuesioner kepada pelanggan dan masyarakat berkaitan dengan citra Kopi Rawuh.
4. Menjaga komunikasi dengan pelanggan, baik secara offline dan online.
5. Bermain aktif dalam layanan pesan antar.
6. Menggali ide untuk mengadakan agenda acara yang pas untuk Kopi Rawuh, seperti mengadakan event sepedaan di pagi hari, mengundang komunitas buku dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Baskoro, H. S. (2020). *Dampak covid-19, dinas koperasi dan ukm DIY: 59 persen umkm mati suri*. *Times Indonesia*. Diakses pada 26 Februari 2021, dari: <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/285575/dampak-covid19-dinas-koperasi-dan-ukm-diy-59-persen-umkm-mati-suri>
- Basoni, S. (2018). *Mau buka coffee shop sendiri? perhatikan dulu 7 hal penting ini*. *Detik Food*. Diakses pada 8 Maret 2021, dari: <https://food.detik.com/cooking-event/d-4265434/mau-buka-coffee-shop-sendiri-perhatikan-dulu-7-hal-penting-ini>
- Febrian, D. A. (2019). *Riset Toffin: tren minum kopi dorong prospek bisnis kedai kopi cerah*. *IDN TIMES*. Diakses pada 26 Februari 2021, dari: <https://www.idntimes.com/business/economy/denny-adhietya/riset-toffin-tren-minum-kopi-dorong-prospek-bisnis-kedai-kopi-cerah>
- Hamdani, T (2020). *Restoran hingga kedai kopi terancam gulung tikar imbas corona*. *Detik Finance*. Diakses pada 18 Februari 2021, dari: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4943285/restoran-hingga-kedai-kopi-terancam-gulung-tikar-imbac-corona>
- Joseph, Thomas. (2011). *APPS The Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kartika, H (2018). *Penasaran berapa jumlah kopi di Jogja?*. *Solo Pos*. Diakses dari pada 6 Maret 2021, dari: <https://www.solopos.com/penasaran-berapa-jumlah-kedai-kopi-di-jogja-899467>
- Kemendes. (2020). *Vaksin covid-19 belum ditemukan, pemerintah siapkan skenario new normal*. Diakses pada 6 Februari 2021, dari: <https://www.kemkes.go.id/article/view/20052900001/vaksin-covid-19-belum-ditemukan-pemerintah-siapkan-skenario-new-normal.html>
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran, jilid 1*. Jakarta: Airlangga.
- Madrim, S. (2020). *BPS: 10.1 persen usaha kecil tutup karena corona*. *VOA Indonesia*. Diakses pada 1 Februari 2021, dari: <https://www.voaindonesia.com/a/bps-10-1-persen-usaha-kecil-tutup-karena-corona/5584475.html>
- Mola, T. (2020). *Pandemi covid-19, pemerintah dorong umkm manfaatkan teknologi digital*. *Bisnis.com*. Diakses pada 26 Februari 2021, dari: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200722/12/1269541/pandemi-covid-19-pemerintah-dorong-umkm-manfaatkan-teknologi-digital>
- Munawar, S. S., Juningsih, E. R., & Maulana, S. (2016). *Peran komunikasi pemasaran dalam sudut pandang UMKM: pembelajaran untuk pemberdayaan UMKM*. Diakses pada 12 Maret 2021, dari: https://www.researchgate.net/profile/Elfira_Juningsih/publication/348160072_Per

[an Komunikasi Pemasaran dalam Sudut Pandang UMKM/links/5ff11eb045851553a01505e3/Peran-Komunikasi-Pemasaran-dalam-Sudut-Pandang-UMKM.pdf](https://www.researchgate.net/publication/3553a01505e3/Peran-Komunikasi-Pemasaran-dalam-Sudut-Pandang-UMKM.pdf)

- Muntazah, A., Novalia, N., & Emeilia, R. I. (2020). *Strategi komunikasi pemasaran digital untuk meningkatkan brand loyalty pada perusahaan travel di masa pandemi covid-19 (studi kasus pada CV. Khairil Tour & Travel)*. Diakses pada 11 Maret 2021, dari: <http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1273>
- Pawestri, N. (2020). *Dampak covid-19, 98 persen perekonomian DIY yang digerakkan umkm terhenti*. *Tribun Jogja*. Diakses pada 18 Februari 2021, dari: <https://jogja.tribunnews.com/2020/04/20/dampak-covid-19-98-persen-perekonomian-diy-yang-digerakkan-umkm-terhenti>
- Noor, A. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Reza, F. (2016). *Strategi promosi penjualan online Lazada.co.id*. Diakses pada 19 Maret 2021, dari: <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/6179>
- Rosyadi, A., Sunarya, E., & Komariah, K. (2020). *Komunikasi Pemasaran Sebagai Upaya Pelestarian Kain Batik Sukabumi*. Diakses pada 12 Maret 2021, dari: <http://www.jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/618>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Susanto, A., & Sunardi, A. (2017). *Aktivitas bauran komunikasi pemasaran di perusahaan Jamu Ibu Tjipto Kota Tegal*. Diakses pada 12 Maret 2021, dari: <http://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2647>
- Syukro, R. (2020). *Nilai pasar kedai kopi di Indonesia capai Rp 4,8 triliun*. *Berita Satu*. Diakses pada 26 Februari 2021, dari: <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/600537/nilai-pasar-kedai-kopi-di-indonesia-capai-rp-48-triliun>
- Usman, Nurdin. (2002). *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: Grasi



LAMPIRAN

Matrix Penelitian

Teori	Elemen	Pertanyaan	Narasumber
Komunikasi Pemasaran		<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana cara Kopi Rawuh berkomunikasi dan menyebarkan informasi kepada calon konsumen?2. Bagaimana cara Kopi Rawuh membujuk orang untuk datang ke Kopi Rawuh?3. Seberapa penting komunikasi dengan calon konsumen?4. Seberapa besar dampak setelah komunikasi tersebut dilaksanakan?5. Adakah dampaknya terhadap perkembangan usaha Kopi Rawuh?	<ol style="list-style-type: none">1. Aurelio Catra Abhi (CEO Kopi Rawuh)2. Andika Samudra (<i>Marketing</i> Kopi Rawuh)

Bauran Komunikasi Pemasaran (Kotler & Keller)	Iklan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa tahu arti dari iklan? Bagaimana Kopi Rawuh menggunakan bauran iklan? 2. Faktor apa saja yang harus dipertimbangkan dalam menjalankan iklan? Dan mengapa? 3. Kenapa harus sampai menggunakan iklan sebagai cara untuk mengkomunikasikan informasi? 4. Apa <i>platform</i> yang digunakan untuk beriklan? dan Kenapa memilih <i>platform</i> itu? 5. Berapa kali Kopi Rawuh beriklan dalam seminggu? Dan Berapa total biaya yang dihabiskan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Andika Samudra (<i>Marketing</i> Kopi Rawuh)
		<ol style="list-style-type: none"> 6. Apakah tahu arti dari iklan? 7. Di media apa pernah melihat iklan Kopi Rawuh? 8. Apakah datang ke Kopi Rawuh setelah melihat iklan Kopi Rawuh? 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Dua pelanggan Kopi Rawuh yang sesuai kriteria.
	Promosi Penjualan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah tahu arti dari promosi penjualan? Bagaimana Kopi Rawuh menggunakan bauran promosi penjualan? 2. Apa pertimbangan Kopi Rawuh untuk pakai atau tidak pakai program promosi penjualan? 3. Bagaimana Kopi Rawuh menjadwalkan hari hari untuk menggunakan program promosi penjualan? 4. Seberapa besar dampak mengadakan program promosi penjualan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aurelio Catra Abhi (CEO Kopi Rawuh) 2. Andika Samudra (<i>Marketing</i> Kopi Rawuh) 3. Aurelita Nala Rucitanari (Finance Kopi Rawuh)
		<ol style="list-style-type: none"> 5. Apakah tahu arti dari promosi penjualan? 6. Kapan dan di media apa pernah melihat iklan Kopi Rawuh? 7. Apakah promosi penjualan Kopi Rawuh membuat anda datang ke Kopi Rawuh? 8. Jenis promosi penjualan seperti apa yang membuat anda datang ke Kopi 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Dua pelanggan Kopi Rawuh yang sesuai kriteria.

		Rawuh?	
Hubungan Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah tahu arti dari hubungan masyarakat? Bagaimana Kopi Rawuh mengelola bauran hubungan masyarakat? 2. Apa pertimbangan Kopi Rawuh untuk pakai atau tidak pakai hubungan masyarakat? 3. Apakah di Kopi Rawuh ada orang yang bertugas menjadi Humas? dan kenapa? 4. Bagaimana Kopi Rawuh menjalankan tugas humas? Seperti menangani complain, berinteraksi dengan usaha lain, dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aurelio Catra Abhi (CEO Kopi Rawuh) 2. Andika Samudra (<i>Marketing</i> Kopi Rawuh) 3. Kornelia Marselina (Operasional Kopi Rawuh) 	
Penjualan secara Pribadi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah tahu arti dari penjualan secara pribadi? Bagaimana Kopi Rawuh mengelola bauran penjualan secara pribadi? 2. Apakah Kopi Rawuh melaksanakan kegiatan seperti <i>sales door to door</i> dalam menjual produknya? Kenapa? 3. Apa pertimbangan Kopi Rawuh untuk pakai atau tidak pakai metode penjualan secara pribadi? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Andika Samudra (<i>Marketing</i> Kopi Rawuh) 2. Kornelia Marselina (Operasional Kopi Rawuh) 	
Pemasaran Langsung dan Interaktif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah tahu arti dari pemasaran langsung dan interaktif? 2. Apa pertimbangan Kopi Rawuh untuk pakai atau tidak pakai metode pemasaran langsung dan interaktif? 3. Apa <i>platform</i> yang dipilih Kopi Rawuh untuk memasarkan produk secara langsung dan interaktif? 4. Kenapa <i>platform</i> itu yang dipilih untuk memasarkan produk secara 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Andika Samudra (<i>Marketing</i> Kopi Rawuh) 	

		langsung dan interaktif?	
Pemasaran dari Mulut ke Mulut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah tahu arti dari pemasaran dari mulut ke mulut? 2. Apakah pernah menyarankan Kopi Rawuh kepada teman teman? 3. Kenapa sampai menyarankan Kopi Rawuh kepada teman teman? 4. Berapa kali dalam sebulan biasanya membawa teman ke Kopi Rawuh? 5. Pernah menulis review di <i>Google</i> tentang Kopi Rawuh? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dua pelanggan Kopi Rawuh yang sesuai kriteria. 	
Acara dan Pengalaman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah Kopi Rawuh pernah mengadakan event? 2. Apakah Kopi Rawuh pernah buka <i>stand</i> di suatu acara? 3. Komunitas apa yang ditargetkan oleh Kopi Rawuh saat ini? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aurelio Cattra Abhi (CEO Kopi Rawuh) 2. Andika Samudra (<i>Marketing</i> Kopi Rawuh) 	

Narasumber : Aurelio Cattrra Abhi
Jabatan : *Owner* Kopi Rawuh
Tanggal : 7 April 2021
Tempat : Kopi Rawuh

Keterangan :

N : Narasumber

P : Peneliti

P : Oke Rel, tak record ya, gak sah grogi lho

N : Wha kuwi, ono grogine sithik tulung di wajari, hehe.

P : Oke oke mulai dari sing santai santai sek ya, jadi kan sudah fix ini aku pake Kopi Rawuh buat skripsi hehe, boleh ga nih aku dikasih tau mulai kapan to Kopi Rawuh ni hehe

N : Oh iyo, selamat seminar proposal lho ya. Untuk mulainya itu 2018 nek gak salah, sek tak cek catetan gak tek kelingan nek bab bab ngono ki aku malah. Woiyo ki akhir 2018. fun fact e ki, aku awal mulai ki tapi pure dewean. Mung kan sing awal mau dateng tuh kan yo paling temen temenku tok to, entah sing temen SMA atau temen SMP ya mereka mereka itu yang nemenin dan secara ga sengaja ngajarin aku tentang gimana carane bikin bisnis kopi sing bener. Dari mulai ngelate, bikin menu, pembukuan dan lain lain, tapi nek pembukuan wis di backup ibu ku dewe jan e hehe.

P : Berarti termasuk proses true and false e semua di akhir 2018 itu yo?

N : Sebenarnya aku itu nggak boleh ada di masa masa true and false karena budget aku bikin Kopi Rawuh sendiri terbatas. Coba tebak habis berapa kira kira aku untuk buka awal Rawuh iki hehe

- P : Diakhiri ketawa ig, agak angel ni, oke aku coba tebak yo, 8 sampe 10? eh pake sewa tanah ga ki?
- N : Oralah, oh iyo mungkin belum pernah denger kamu yo, awal awal teko rene password wifi ne kene masih pake judul Dapur Nala inget ga?
- P : Aaa inget inget, itu bisnis e ibu gak sih?
- N : Nha, jadi habis aku memutuskan dengan keyakinanku untuk ga kuliah dan buka bisnis wae, akhir e aku take handle tempat e ibu, yo Dapur Nala kuwi.
- P : Lha njuk ibu kerja di?
- N : Nha ibu lanjut mbantu temen e di Banyu Mili itu, aku fokus ndek kene. Lha eman to Sur, lemah wes disewa 10 tahun je, isih sisa 3-4 tahun yo wes sisan tak nggone wae. Dan pikirku nek aku gawe bisnis di daerah tengah kota gini, banyak keuntungan wae sih dan nek meh diakui rawuh ki yo rodo tengah kota hehe. Jadine kalau mau nargetin ke mahasiswa masih dapetlah perkiraanku.
- P : Bener, termasuk aset juga si ya, oke berarti di luar sewa tanah, nek sekitar 5?
- N : Oke, ki tak buka wae yo mergo nebakmu agak jauh ni hehe, wah di rekam neh isin jan e aku hehe, modal awal buka rawuh ki, tak nggo tuku alat alat awal kayak grinder, teko ngono karo nggo tuku bahan bahan kayak biji kopi karo kanca kancane, gak lebih dari dua juta. hehe.
- P : Gilak kuwi wes karo grinder?
- N : Uwis noo, ditambah neh ki, aku di bulan kedua nek gak salah, aku mulai buka Kopi Rawuh ki. Temen SMAku, si Jarwo kae mulai nawari kerja sama untuk

nawarin biji Kopi karena ke-pas-an Jarwo yo baru buka roastingan di kafanya dia. Karena temen itu akhirnya aku dikasih kemudahan kayak, nggak perlu rutin nyetok, dan lain lain. Ya, karena awal bikin bisnis to Sur, belum banyak yang tahu, belum tinggi juga perputaran e disini. Jadi jalur dari Asoka sangat membantu perkembangan di awal aku ngerintis rawuh.

P : Oh iya, katamu tadi mulai ne sendiri, lha sing nyetok, beli beli bahan gitu siapa Rel?

N : Untuk awal awal aku dibantu adek adek ku sih, tapi ya karena kenal Jarwo itu, dikenalin lah sama gimana cara cara bikin sistem awal untuk di tempat kopi, dan akhirnya aku memutuskan buka lowongan sebelum 2019 deh kelihatannya, yang aku inget betul setelah natal itu udah ada temen e aku nek ngeshift pagi.

P : Berapa orang tuh pertama Rel?

N : Awal ki nek gak salah 4-5 orang deh dan mulai 2 shift di rawuh, aku biasane opening sama closingan.

P : Didasari rumah yang gak terlalu jauh kalo ini mah hehe

N : Jelas, hehe.

P : Oh iya Rel, terakhir. Seingetku dulu pertama kali aku kesini kan tempat kita duduk nih jalan dan parkir kan, itu awal nutupnya gimana? pakai ijin RT RW gitu? apa sampai ijin Polisi ni?

N : Bener, gilak isih kelingan ya, sing Keri kepleset ning kene. hehe

P : Ho o, Motor e kepleset watu to, hehe.

- N : Ho o, iyo yo mbiyen kene ki gur parkirane. Oke nek nutup jalan ini tuh sebenarnya hak ku Sur. karena dari awal sebenarnya tanah itu ikut aku sewa juga ternyata. itu berawal dari ga nyaman wae gitu di jalan kecil banyak yang sliwar sliwer dan mending nek mampir ya kan hehe. Jadi akhirnya habis ngumpul modal buat nutup itu, sama sekalian modal buat nambahin kursi meja ya to, biar ga cuma ditutup tapi bisa jadi tempat nongkrong sekalian. Jadi ya gitu deh kalau nggak salah pertengahan 2019 udah mulai ditutup deh. Sempet sih di datengin kayak RT sama RWnya gitu, tapi ya dengan kepala dingin semua selesai.
- P : Woalah, jadi selama jadi Dapur Nala malah kebuka gitu yo jalan e hehe
- N : Ho o, makane, akhirnya diefektifkan lah area ini hehe
- P : Oo oke oke, lha kalo sing tempat baru di depan itu, itu dulune rumahmu bukan sih Rel? Ceritane piye kuwi kok saiki diakuisisi Kopi Rawuh akhir e hehe.
- N : Wha ini, dalam berbisnis kita nggak bisa jauh jauh dari istilah gambling lah yo, nha buat yang merubah rumah menjadi tambahan lahan untuk Kopi Rawuh itu sebenarnya yang gambling bukan aku Sur, tapi ibuku hehe.
- P : Heh?! kok bisa?
- N : Nha itu malah ceritane ki, ibu ki minta buat aku ngerancang rancang budget sama mas Oki, itu bisnis konsultan gitu. Nha habis konsultasi kok di itung itung bisa nih buat nambahi perabotan perabotan kayak meja kursi, yo karo renov renov sitik sih kecandak itungan e. Besoknya ngomong lah aku ke ibu nek nyandak ki duit e, bar

iku agi ibu memutuskan untuk pindah rumah sek, dan mulai mbongkar rumah jadi tempat nongkrong gini.

P : Woo, malah ibumu sek nembung kowe yo, udu kowe sek nembung ibu hehe. Berapa lama tuh Rel waktu renovasi?

N : Ho o, sebenere kuwi ki karena pengalaman e ibuku punya bisnis. Jadine temen temene yo rata-rata nduwe cekelan bisnis dewe dewe. Jadine banyak masukan dari temen temen e ibuku juga sing basic e pembisnis. Dari mulai tata letak meja kursi, dapur kudune piye, gitu gitu itu malah aku dapet banyak masukan dari mereka. Pokok e nek kabeh dilancarkan ki masih banyak rencana rencanaku buat Kopi Rawuh. Nek peroro wektu, kira kirane sekitar dua minggu lah ketoke, karena kan tukang e nek pas jam operasional Kopi Rawuh cuma bisa ngerjain sing di dalem ruangan to. Nha bisane kerja maksimal nek sore malem habis closingan gitu.

P : Woo berarti tiap hari tetep progres ya nek siang gitu? walaupun rawuh lagi buka?

N : Nha itu, sempet kan dulu satu atau dua hari gitu nutup rawuh. Nha habis itu dilanjut rawuh buka cuma sampe sore, biar tukang e bisa kerja agak lama. Ternyata ki nggak cuma pelanggan sing bisa nggak nyaman. Nek kemarin dari tukang e pun bilang nek pas kerja ada banyak orang sing lalu lalang yo gak tek bisa konsen dan ga terlalu nyaman.

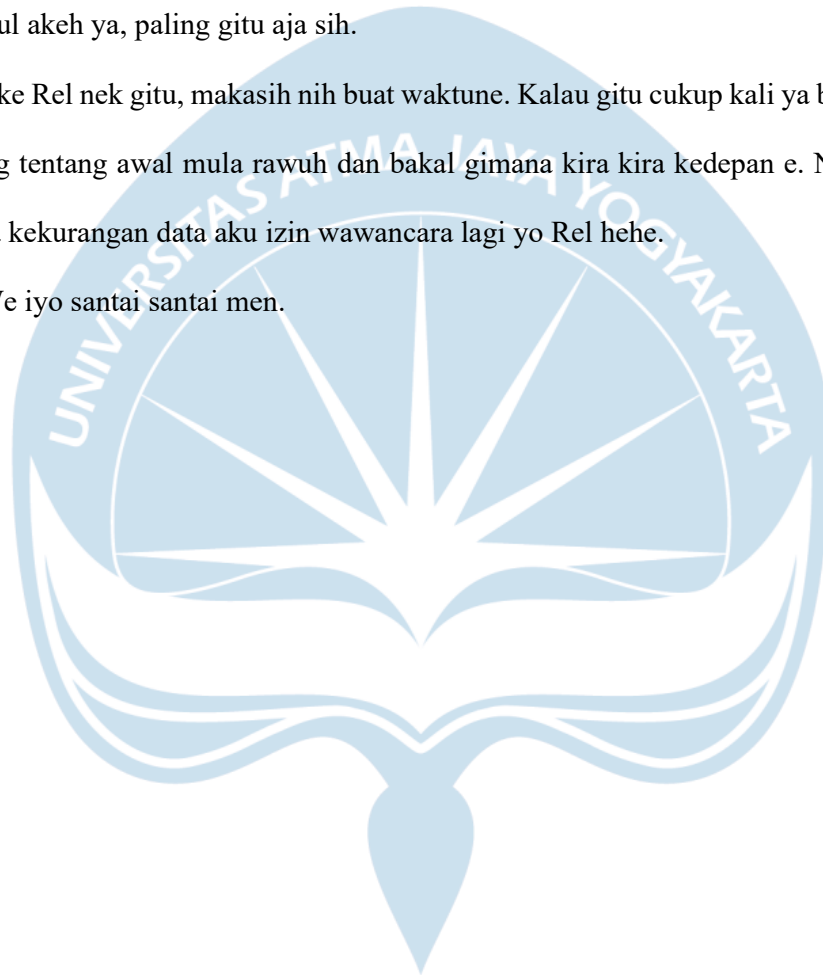
P : Woiyo Rel, mumpung agek ngomong ne omah ngarep ki. Jarak Kopi Rawuh ke jalan besar tu berapa meter e Rel?

- N : Weee jalan besar ki ngendi hehe. ke ringroad apa ke jalan puri gejayan sek warung depan itu?
- P : Woiya sori sori hehe, ke jalan warung depan itu Rel.
- N : Sebenere aku malah rung tau ngitung jane, malah ibu sek pernah ngitung karena dulu pernah punya rencana mapping jalan ben nggak terlalu becek nek hujan dan ga bikin kotor barang.
- P : Woo pernah sampe meh di paving block barang?
- N : Pernah, tekan saiki jane mung kemarin dana dari investor belum cukup untuk kesana baru buat muter di dalem kafe wae jan jane isih rodo kurang. Tapi memang besok kalau rencana drive thru ne jadi yo jelas bakal paving block utawa malah di cor apa di aspal sisan hehe.
- P : Woiya?! Nha kira kira berapa meter itu Rel?
- N : Sekitar satu sampe satu setengah kilometer jare ibuku, tapi ketok e yo sekilo itu paling, utowo malah kurang dari itu.
- P : Oiya Rel, terkait rencana rencana kedepan nih, ada rencana apa wae ni Rel sing kira kira udah bisa dikasih tau ke orang umum?
- N : Wooo oke oke, dari mulai menu ya, udah tau lah beberapa menu bakal ada yang baru. Sistem pesan e juga lagi digodok, biar nanti semua menu bisa di custom. Kalo buat bangunan sih sementara ini dulu ya, ambegan hehe.
- P : Kalau buat renovasi bab bangunan terdekat bakal ada apa wae nih Rel?

N :Woiya lupa paling kalo masalah renov merenov palingan dapur yang mau tak renov sekitar akhir Agustus besok. Sama ngerapiin lampu lampu, talang air, sama bagian bagian sik bocor dan tampias banyu nek pas udan wae paling sing krusial. Wahaha jebul akeh ya, paling gitu aja sih.

P : Oke Rel nek gitu, makasih nih buat waktune. Kalau gitu cukup kali ya buat bagian sing tentang awal mula rawuh dan bakal gimana kira kira kedepan e. Nanti kalau ada kekurangan data aku izin wawancara lagi yo Rel hehe.

N : We iyo santai santai men.



Narasumber : Aurelio Cattrra Abhi
Jabatan : *Owner* Kopi Rawuh
Tanggal : 9 Mei 2021
Tempat : Kopi Rawuh

Keterangan :

N : Narasumber

P : Peneliti

P : Halo mas Arel, mulai tak record ya.

N : Siap Sur, record wae.

P : Oh iya, ini berbeda dari wawancara kita sebelum e yo Rel, kalau kemarin kita bahas sejarah dan teman-temane. Nha yang ini nanti lebih ke langkah-langkah komunikasi dari Kopi Rawuh.

N : Woke woke Sur, o iya sebelumnya udah tanya tanya sama Dika belum kalau soal perMarketingan?

P : Udah Rel, nanti juga nanya nanyain Kornel sama Nala buat info-info pelengkap juga.

N : Nha ho o bener kuwi, dadi nek aku ono sek luput ono sek mbenakne sok dong lali e aku ki.

P : Oke oke mulai dari sing santai santai sek ya, Kopi Rawuh tu ada trik-trik khusus nggak sih buat bertahan di masa pandemi? kan kayak kita tau nih banyak bisnis yang mengalami kemunduran kan di masa pandemi ini. Nha untuk menanggulangi itu, Kopi Rawuh punya cara cara sendiri ga sih buat bertahan atau mungkin menyerang ?

- N : Wha ini cukup harus lihai sebenere kalo di masa pandemi kayak gini ni, ya aku sama tim udah nyoba semaksimal mungkin sih. Tapi di beberapa titik aku rasa belum maksimal.
- P : Wa itu, kelihain apa yang udah sempat dilakukan Kopi Rawuh di masa pandemi ini?
- N : Wa ini banyak sebenere hehe. Meh mulai dari sek online opo meh seko sek offline sek?
- P : Mashookkk!! pas banget ki, mari kita masuk ke ranah komunikasi pemasaran hehe.
- N : Whee aku ki narasumber yang suportif og hehe.
- P : Thankyou thankyou, gini Rel. Kan tadi kamu bilang melakukan beberapa cara tuh biar bisa bertahan di masa pandemi kayak gini. Kayak yang aku pernah pantau kan di Instagram kemarin ada diskon besar besaran tuh ya beberapa kali. Terus juga ada kupon dan lain lain.
- N : Ho o, jane ono produk anyar juga kuwi. Ning memang soft selling, biar bisa diterima masyarakat dulu.
- P : Nha gini Rel, kamu ngandelin media media apa aja sih selama ini buat ngasih tau ke konsumen maupun calon konsumen selama ini? Kan kalau udah berani pasang promo kayak gitu, dan kemarin yo rame ga sih. Itu kamu ngasih tau ne lewat mana dan kenapa sih milih pake alat atau media itu? monggo.

- N : Wha iki sebenere banyak sih, yo ga banyak, piye sih hehe. Yo adalah beberapa, kayak waktu itu ada Instagram, di Instagram sendiri juga ada beberapa ya, kami dari Kopi Rawuh nggak luput buat pasang iklan berbayar di instagram itu. Terus kalau nggak salah waktu itu ambil *influencer* sebenarnya dari Instagram tapi ternyata dapet paketan ke tiktok akun *influencernya* juga. Selain itu aku lupa yo pas apa yang pas sama mas dadad ki.
- P : Javafoodie po?
- N : Nha iyo, kuwi tekne malah mergo kenal tim pemasaran barang akhire selain di upload juga dapet gratis *story* di Instagram, di Tweet barang dan ke tiktok e juga.
- P : Woo akeh yo hehe. Emang worth it banget yo Rel menurutmu pake *influencer* sama ads di sosmed itu? Kan beberapa pebisnis fnb setara umkm gini ada aja gitu yang berpikiran kalau itu nggak balik modal atau cuma buang buang uang. Menurutmu gimana tuh?
- N : Emang pake *influencer* itu aku yakini jadi investasi jangka panjang Sur, karena disaat yang bersamaan, kita bisa ngasih tau informasi mau itu diskon atau punya produk baru, di lain sisi kita juga bisa naikin follower akun bisnis kita juga yang akhirnya juga jadi aset Kopi Rawuh menurutku, karena kalo ada di titik yang cukup untuk mewakili orang orang di pasar yang kita mau, ya itu kita tinggal upload upload info tanpa pake ads dan *influencer* karena audience yang mau kita target kasarane udah ada ditangan kita. Ditambah lagi, ya namane *influencer* bisa narik

pasar orang orang yang kita ga expect bakal dateng, kayak orang orang dari pasar yang berbeda ataupun bahkan pasar luar kotaan.

P : Nha menurutmu Rel. Kan kamu dah beberapa kali nih pakai media media gitu. Menurutmu seberapa penting sih sebuah bisnis atau sebuah program untuk di informasikan?

N : Gini menurutku, karena disini basic ku sebagai pemilik bisnis lulusan SMA yo, jadi ga ada kecondongan ke komunikasi, psikologi, utawa *Marketing*. Kalau menurutku, seberapa penting sebuah program promosi itu diberitahukan ke khalayak ramai atau yaa masyarakat luas, itu tergantung. Tergantung apa yang mau ditargetkan dari program itu, dan juga tergantung seberapa besar program. Menurutku banyak faktor yang mempengaruhi sih. Termasuk seberapa percaya diri bisnis itu sama suatu program, karena aku yakin. Nggak ada pebisnis yang ga mau cuan, jadi kalo mereka pede sama program yang mereka rancang bakal disukai banyak orang. Ya why not aja sih nek menurutku.

P : Woo oke Rel. Kalau menurutmu kayak gitu, kalau berkaca dari beberapa program Kopi Rawuh yang udah dijalanin kemarin. Berarti kan rawuh bisa aku bilang kalau lagi cari target pasar baru ya? karena kan akhirnya disebar secara luas dan umum bahkan jadi bener bener bukan konsumen konsumen yang pernah kesini aja.

N : Betul sekali, karena dari awal buka tempat baru itu, memang sih kami mengalami peningkatan yang cukup untuk percaya diri memperluas lahan lah yo hehe. Nha dari situ sebenarnya pasar yang lagi tak incer sendiri tu, pasar orang orang yang udah

bosen di kantor, atau orang yang butuh tempat dipagi hari dan butuh kopi. makane harapanku rawuh bisa memenuhi kebutuhan pekerja yang rumahnya di sekitaran sini, kayak daerah Kaliwaru, Pringwulung, Babarsari, Demangan, Seturan.

P : Woo ibarat e ngisi kursi kursi baru lah yo? hehe

N : Bener, karena gini Sur. Tempatkan makin luas to Sur, jadi yo pasar harus diperluas, dah jelas itu. nha kalo aku sih berharap di semester ini pasar yang baru ini udah jadi lah. jadi memang bulan bulan ini *Marketing* di banterin dulu, ibarat kata kejar setoran lah.

P : Nha balik ke yang tadi yo Rel. Aku tadi notice kamu bilang kalo ada beberapa titik yang kamu pribadi ngerasa kalo itu kurang maksimal. Kalo boleh tau nih, bagian apa aja? dan kenapa kamu biarin itu nggak maksimal?

N : Wha iki simpel iki Sur. Budget. hehe, yo ndak juga sih emang ada beberapa yang jujur itu bukan dalam kontrolku tapi emang kedepannya bisa lebih baik. Kayak contoh, walaupun jujur aku ngerasa puas banget waktu Dika dan tim bisa mengeboom rawuh dengan masa sebanyak itu, cuma ternyata waktu itu yang luput juga koordinasi sama timnya kornel yang mana langsung head to head sama semua tamu. Jadinya ya kelabakan tuh di dapur. Sedangkan visi misi kopi rawuh itu juga sebenarnya ada di implementasi waktu yang singkat dalam pembuatan setiap produknya. Jadi yo kemarin pas ramai itu agak kurang bisa maksimal aja.

P : Woalah gitu to Rel. Oiya Rel, move on ya kita. Aku ni kan ngelihat kalo Kopi Rawuh ni punya kekuatan di kopi paginya, dari mulai jam operasional yang buka

pagi. Sampai ke harga yang bisa dibilang jadi kekuatan rawuh untuk membuat konsumen atau pelanggannya loyal untuk kesini. Nha itu dari mana sih Rel awal e?

N : Balik lagi sebenarnya ke visi misi Sur, Rawuh ni aku buat emang salah satune buat menampung orang orang yang mau produktif, yo entah itu nugas, entah itu kerja atau bahkan nek sekarang yo ada wae sing ikut kelas online sambil minum kopi disini. Nah kebetulan nek aku lihat dari temen-temenku juga pas awal buka yo emang pada produktif ki pagi rak sih. Nah kuwi intine dan jadilah menu menu kopi pagi dulu, nek sekarang ganti Morning Rawuh dan lebih tak panjangin lagi, yo sementara sampe jam 12 dari jam 8, rencana nek lancar yo semoga bulan depan bisa jadi jam 7 atau setengah 7.

P : Wuoh setengah 7? gasik yo

N : Woo jelas Sur, mesti rung tangi to we?

P : Nyok dong yo uwis sih hehe. sering hurung e tapi memang. Lha nek gitu brarti meh jadi berapa shift ntar Rel baristane? dan segasik opo le mulai opening?

N : Nha itu yang masih di matengin lagi dari aku sama kornel lagi bahas dalem buat itu. Karena yo balik lagi aku pengen Kop Rawuh ga cuman gimik punya program kopi pagi. Tapi yo bisa mengisi kegiatan orang orang yang memang di pagi hari mau berkegiatan.

P : Bener. Oiya Rel, aku masuk ke bab perhumasan yo ki. hehe

N : Wha iki abot hehe. Tapi nek gak lengkap gak opo lah yo.

- P : Ho o Rel, sak eling e wae. Nanti kan data data dari Dika dan Kornel bisa ngelengkapin.
- N : Whe? Kornel mbok tanyain bab humas?
- P : Yo mungkin wae nek ternyata nanti bersangkutan hehe. Oleh to ki?
- N : Bebas bos. hehe. Bagi hasil data wae sek penting.
- P : Siap. Masuk ya.
- N : Wokee
- P : Kamu sendiri tau ga Rel arti dari Hubungan Masyarakat sendiri itu apa?
- N : Wha, nek secara teoritis gak ruh ya hehe. Sak retiku sih tentang menjaga hubungan bisnis gitu sih, baik ke masyarakat sekitar, pelanggan dan mitra bisnis paling. Bener rak sih?
- P : Bener, paling tambahan e dengan hubungan yang terjaga baik itu, bisnis bisa mendapat citra yang baik demi kelancaran bisnis kedepannya.
- N : Woiyo bener bener, malah ga sadar aku nek ada efek itu ternyata.
- P : Di Kopi Rawuh sendiri, ada nggak sih Rel bagian khusus atau yo paling nggak orang sing memang ditugasin untuk ngurusin perhumasan?
- N : Berarti ngomongke bagian humas yo iki Sur, jelas nek orang khusus yang ngurusin itu nggak ada paling kalo ada komplain komplain ringan langsung anak anak bar yang diteruskan ke Kornel, dan kalo misal kayak DM itu langsung di take handel ke Dika. Misal pun ada komplain yang cukup serius biasane langsung disampein ke

aku, ntar aku sendiri yang turun, entah sekedar minta maaf atau ngasih kompensasi kalo sampe ada menu atau layanan yang enggak enak di pelanggan.

P : Sudah terpikirkan semua kemungkinan e yo Rel berarti?

N : Jelas Sur, prinsip sih ngene yo. Bagian bagian krusial dalam bisnis bakal tak siapin serapi dan semateng mungkin. Bahaya e menurutku nek sampe kelewatan sek koyo ngono kuwi.

P : Bener sih Rel, apalagi nek sampe ada komplain yang di biarin dan berkembang di masyarakat dan sampe bisnis ga tau atau ga bisa handle e. Emang riskan sih itu

N : Nha iyo. Maka dari itu aku siapin dari mulai temen temen barista yang bisa terima masukan dan langsung dimasukin ke buku catetan di dapur, atau kalau mendesak langsung kontak aku dan aku take handle sendiri.

P : Oke Rel, next object nih. Yang aku sebenere juga jadi kepo banget pas nyusun pertanyaan.

N : Waiki wedi aku nek ngene hehe.

P : Weh ojo hehe. Ora nek nyokot. Gini Rel, selama aku tau dan memantau rawuh ni. Aku kok belum pernah tau kamu bikin acara acara gitu yo?

N : Sebenarnya kalo buat acara rawuh sendiri belum pernah Sur, kayak misal bikin acara musik atau misal nobar gitu memang belum pernah sih, toh pandemi juga nek pikirku. kemarin juga sempet ada yang ngasih masukan buat bikin booth dan semacamnya lah tapi memang aku belum tertarik buat main kesana. Tapi kalo rawuh dijadiin tempat buat bikin acara udah beberapa kali. Kayak ini space yang

barukan isi lukisan tuh, itu juga dari galeri nya Pak Lukman yang punya studio Sinten, trus diantara lukisan itu juga beberapa ada sekat sekat itu juga dari gudang kesenian ISI (Institut Seni Indonesia) karena ibu juga kenal baik jadi kemarin sempet lobby-lobby an tentang mau bikin acara mau bikin kayak pameran buat anak anak mahasiswa lukis e juga. Tapi itu semua masih on plan sih, yang udah sempet jalan malah kayak bulan lalu ada tiga kali meeting buat orang orang mandiri, terus aSuransi aSuransi ngono.

P : Woalah pantas. Karena awal e aku mikir, bukan e itu masuk ke target pasarmu juga yo? target pasar sek malem lho ya hehe. Pagi yo iso ding nek Pit pitan misale. Kan rame juga to kuwi.

N : Bener. Jane memang itu pasar e Kopi Rawuh Sur. Mung yo kuwi sementara lagi ngerapiin sing bakal jalan sama ISI itu. Eman masalah e, toh mereka juga udah support buat ngasih sekat sekat itu juga. Jadi sementara nek dari aku sama ibu memang lagi fokus ke situ. Mungkin nanti nek Dika atau anak anak yang lain ada konsep yang menurutku masuk mungkin bisa saja tiba tiba besok rawuh bikin acara. Hehe

P : Sesuk iki yo? hehe

N : Ho o bar magrib hehe

P : Tapi sebenere selama ini Rel, pernah ga sih kepikiran untuk bikin acara. misal sebelum pandemi gitu?

N : Sebenere ada pikiran emang ke arah situ. Yo tapi kayak sepintas sepintas gitu tok.

- P : Nha itu, apa aja yang pernah terpikirkan?
- N : Akeh jane tapi rata-rata aku yang nargetin orang orang sing dari mall sebelah biar pada dateng.
- P : Acarane? dalam bentuk apa?
- N : Yo sik simple simple sih nek pikirku. Kayak nek pas puasa gitu kepikiran bikin bagi bagi makanan buat buka. Terus jammingan dari temen temen e barista buat nariki mahasiswa-mahasiswa lainnya. Karena menurutku dengan acara yang kayak gitu lebih tertarget aja siapa-siapa yang bakal e dateng.
- P : Lebih tertarget gitu yo maksudmu?
- N : Ho o. Karena aku pernah punya pengalaman sing nggak enak dengan banyak yang dateng dan itu bukan targetku jadi kayak nggak jelas pasar e wae nek menurutku pribadi.
- P : Tapi yo memang bener sih Rel. Ada beberapa pendekatan agenda dan acara emang, dan memilih satu pendekatan menurutku bukan menjadi suatu kelemahan atau kekurangan
- N : Woiyo? hehe sangar yo aku, iso sesuai ngono hehe.
- P : Wahaha iso lah hehe. Oh iyo Rel kamu punya gambaran banyak kayak gitu, apa yang bikin akhire semua nggak di jalanin?
- N : Sing pertama dan utama jane dana. Sepengetahuanku nek mau dapetin sponsor sponsor gitu sih bisa, tapi ribet dan mengekang Sur nek menurutku.
- P : Mengekang e piye Rel?

- N : Aku crito salah siji sek aku pernah ngerti wae yo hehe. Jadi misal brand masuk nih, kayak rokok atau brand apalah itu. Mereka mbiayain acara tuh nggak mau nek cuma sekali. Ditambah lagi mereka kan akhirnya meminta kita sebagai pemilik bisnis bikin acara beberapa kali, dan terjadwal. Nha itu sek aku kurang sreka, aku disini nih jualan produk. Nggak cuman jualan tempat sing terus terusan ngadakne acara.
- P : Oo paham aku. Biar orang tau rawuh ni bukan cuman tempat aja tapi juga tentang produke yo?
- N : Nha bahkan aku luwih seneng orang tuh ga perlu tau lokasine tapi tau produk dan suka produk rawuh itu.
- P : Bener bener Rel. Jadine nek buka cabang ndak kesusahan yo? hehe
- N : Amin. Tepat sekali. Nha faktor lain lagi yang bikin aku kesusahan untuk bikin acara jane man power juga. Dua minggu yang lalu radak kebantu karena ada kamu yang mau bantu bikin konten buat IG rawuh. wah kalau nggak ada berat banget Sur, karena memang tak akoni Dika sing akhir akhir iki lagek tak press kerjaan e banyak banget dan normal tak kiro nek tidak menambah beban dia dulu dengan minta dibuatin acara. hehe
- P : Iyo sih emang, ketok nek Dika all out banget ning rawuh ki hehe
- N : Nha makane. Kalo selain itu paling masalah kebisingan sama warga sekitar paling. Tapi itu faktor paling kecil sih, karena nek tak inget kayak Kopi Kene, Imba

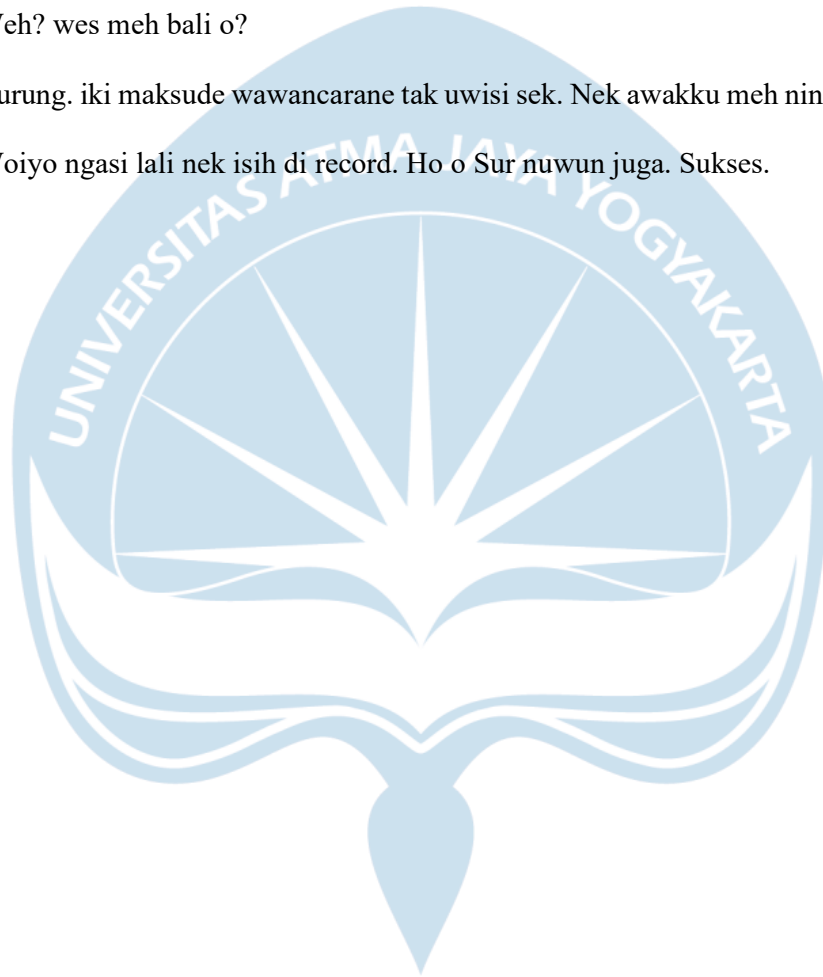
gitu gitu nek bikin acara juga nggak pernah slek sama warga juga. Jadi sebenere yo dua faktor itu. Manpower, karo duit. hehe.

P : Bener bener Rel. Yo wis Rel paling ngono sek. Wes cukup ketoke. Nuwun yo.

N : Weh? wes meh bali o?

P : Hurung. iki maksude wawancarane tak uwisi sek. Nek awakku meh ning kene sek.

N : Woiyo ngasi lali nek isih di record. Ho o Sur nuwun juga. Sukses.



Narasumber : Andhika Samodra
Jabatan : *Marketing* Kopi Rawuh
Tanggal : 4 Mei 2021
Tempat : Kopi Rawuh

Keterangan :

N : Narasumber

P : Peneliti

P : Selamat sore mas Dika, hehe

N : Wanjir tiba-tiba formal. Asik!

P : Ijin sambil ngerekam yo mas.

N : Nek ndak boleh piye ki? hehe

P : Wa. Mumet. hehe

N : Hahaha bercanda-bercanda. Boleh-boleh gas wae.

P : Siap mas. Aku mulai ya

N : Oke, meh bagian mana nih yang dikulik hehe

P : Sebenarnya nanti semuanya mas tapi mungkin kita mulai dari yang paling rawuh banget dulu nih. Bab perpromosian duniawi.

N : Waini bahaya ni kalo dikulik bagian promosi hehe

P : Nggak og mas, nggak nanyain HPP tenang aja.

N : Okee tenang nih udah hehe

P : Jadi mulai dari sebenarnya rawuh itu punya hari-hari khusus gitu nggak sih buat pasang promo? atau misal hari-hari besar gitu pasangannya?

N : Sebenarnya kalo masalah hari hari khusus sih kami jarang ya mas, ya ada ada aja buat asik asikkan, tapi lebih sering kami mainin continuity, jadi rawuh itu dari lama

udah punya harga khusus buat pagi hari mas. ya si program pagi itu, Morning Rawuh lah apalagi. Menu harga murah emang udah jadi andalan di Kopi Rawuh mas dan itu udah dari tahun 2019 an kalo ga salah, coba nanti tanya mas Arel. itu udah jadi best seller tiap hari di rawuh mas.

P : Pantas yo terkenal murah akhire. Ternyata pasang promo pagine yo udah lama ternyata.

N : Iya mas. Nek lama ne udah pasti. Tapi nek tahune nggak tau persis e aku

P : Tapi memang dulu Keri ngajak pertama ke rawuh salah satune karena pertimbangan harga sih mas memang.

N : Tapi balik ke pertanyaanmu tadi, hari hari apa aja yang tak pakein di Rawuh untuk pasang promo, di Rawuh sendiri bulan bulan kemarin bisa dibilang dalam sebulan, dua hari berturut kita jalanin diskon besar besaran kan itu, yang 60% sempet dan yang 50% buat kopi susu juga pernah kan waktu itu, jadi ya emang engga tak pas pas in sama hari besar sih sementara ini, karena dari pandanganku, ya selera sih ya tapi kalo main pas banyak yang main jadi nggak terlalu catchy you know

P : Keren sih emang mas Dika ini hehe

N : Hahaha apane hehe

P : Dengan mencoba tidak ngikutin trend dan akhirnya kemakan sama yang lebih besar. Menurutku pribadi lebih catchy kayak gitu emang.

N : Yaa itu strategi dari UMKM yang baru mulai untuk go public yang lebih luas aja sih mas.

- P : Weh, nek go public bukan e udah lama yo mas?
- N : Bukan gitu.. maksudku go public disini lebih ke arah bener bener berusaha ambil pasar segmented ini di kalangan yang lebih umum. Karena ya itu kayak yang kamu sempet sampein juga pas ada *influencer* itu. Kopi Rawuh ini sebenarnya udah jalan lama, Tapi selama ini ya jalan di tempat. Mentok-mentok e kalo ada orang orang baru itu karena totok tular, bukan karena usaha rawuh pasang iklan, atau justru engage sama sosial mediane gitu.
- P : Hmmm bener sih mas. Eman juga kalo akhirnya main circlean terus.
- N : Nha makane.
- P : Oh iya mas, dari tadi nih kan promosi yang dibahas bab diskon nih. Sempet pake cara lain ga sih rawuh dalam berpromosi itu?
- N : Jadi setelah diskon yang 50% buat produk kopi susu itu, buat balikin sales lagi. Kita pake voucher fisik yang 30% itu, yang pake minimal order Rp. 25.000, yaa buat naikin repeat order, dan program itu jujur aku juga baru nyoba nyoba karena terinspirasi sama salah satu produk apparel yang berusaha naikin repeat order juga Tapi ya puji Tuhan sih ternyata voucher cetak yang targetnya lebih ke orang orang yang main offline ini bisa aku bilang berhasil juga itu, dari 30-40 voucher yang kesebar, yang kembali (dipakai) sekitar 20 an kalau ga lupa inget ya
- P : Woah mayan yo mas nek gitu. Sekitar 50% dari voucher mbalik dan digunakan sih menurutku bagus. Tapi kok nggak diterusin sih kenapa?

N : Kalau aku sih sebenarnya pengennya lanjut mas. Tapi ternyata mas Arel berbeda. Dia maunya dibuatin program pemasaran baru terus tiap bulan e.

P : Tiap bulan minta baru? dengan alasan?

N : Biar aktif aja katanya, dan terus cari pasar yang selalu beda dan target akhirnya kalo boleh aku tebak, tidak lain dan tidak bukan pelebaran pasar.

P : Oke. nyambung nih mas. Kemarin kemarin aku lihat rawuh selain pake promo promo. Rawuh juga pake iklan nih, itu gimana dan kenapa mas? hehe

N : Kalau kenapa mungkin udah jelas ya, yang perlu tak batesin disini mungkin ke medianya, karena selama Kopi Rawuh masih main di area Jogja, paling jauh Solo atau Surakarta, ya sementara masih ngandelin sosial media banget sih aku. Kalo yang akhir akhir ini bisa dibilang senjata utamaku buat “ngiklan” ya Instagram sih. Apalagi awal bulan Januari mas Arel kan juga minta ekspansi pasar tuh ke adik adik SMA yang butuh tempat kerja kelompok atau buat belajar di luar rumah kalo-kalo bosan tuh mas, kebetulan juga pasar itu masih rame rame anget di Instagram, langsung aja waktu dari mas Arel deal buat buka diskon 50% sama 60% aku juga langsung ngajuin budget ke finance 200ribuan, nggak mau aja gitu kelewatan, langsung tak pasang 3 atau 4 hari gitu, terus dampak e yo lumayan, aku langsung dapet teguran dari anak anak bar karena pada kecapean, gak sempet duduk (orderan tidak berhenti berhenti) katane, dan di hari kedua promo, Kopi Rawuh mencatat pendapatan tertinggi selama buka dari tahun 2018, 2,4 juta sehari kotor sih, tapi udah dipotong promo.

- P : Wahaha ampun tenann.. Tapi tak akoni rame sih mas, bahkan beberapa temenku yang dateng hari itu katane nggak dapet kursi buat duduk.
- N : Nha, karena cukup naik pertengahan februari itu mulai naik, akhirnya awal minggu kedua Maret itu pakai IG ads lagi, tapi karena di bulan maret ini aku juga ada target buat ngenalin produk barunya Kopi Rawuh, jadi ya aku adain harga khusus buat kopi susu yang kukasih diskon 50%, tapi ya karena mainnya ke kopi susu dan ga semua varian, jadi ya antusiasmenya nggak setinggi yang diskon bulan februari sih mas.
- P : Trus yang Maret itu cara ngiklannya pake apa aja mas?
- N : Untuk yang bulan Maret ini aku cuma pake 2 hari IG ads sama undang *influencer* aja sih mas, dan itu pun memang dengan pertimbangan total budget yang ga ada setengahnya dari promo di bulan Februari. Toh memang tujuannya memang cuman memperkenalkan produk baru yang sebenarnya untuk konsumen setia Kopi Rawuh pun itu bukan produk yang baru baru banget juga, karena cuma ngubah nama aja. Tapi justru diluar ekspektasi walau ga sebesar dan seramai promo yang di bulan Februari, namun pendapatan dua kali lipat lebih sedikit dari hari biasanya.
- P : Woo yang pake eatventure itu ya mas?
- N : Ho o bahkan itu pun juga cuma foto yang di eatventure. Baik sih orangnya makanya rawuh dapet *instastory* gratisan dari mas rifky juga.
- P : Woo tak kira paketan sama dapet *story* mas hehe.

N : Wo endak mas. Waktu itu yo kepikiran sih. Tapi balik lagi, budgetnya udah mepet juga.

P : Oh iya mas aku mau tanya dong sekalian. Gimana sih cara Kopi Rawuh ngerancang semua iklan yang dipake? karena kan nggak cuma pake IG ads aja, bahkan ada juga pake *influencer*, terus cetak voucher. itu gimana sih perencananya? dan apa dasar memilih *influencer-influencer* itu?

N : Sebenarnya dari akhir Desember itu mas Arel udah minta aku buat planning *Marketing* untuk tiga bulan kedepan kan, nah sebenarnya yang mau aku pasangin IG ads itu malah di bulan Januari dan di Februari itu sebenarnya mau aku fokusin untuk mulai main pake *influencer* tiktok dan instagram, tapi karena Januari penuh sama persiapan, jadi semuanya baru jalan di Februari. Tapi ya balik lagi, aku ga mau kehilangan momen juga, akhirnya aku barengin aja antara IG ads sama jasa *influencer* tiktok dan instagram ini, karena my secret weapon tu, kalo orang udah kena 3 kali info yang sama, 80% pasti penasaran. Apalagi memang kita lagi ngomongin diskon 50%, aku pede abis untuk bilang banyak targetku yang bakalan dateng, dan karena di IG ads udah main, jadi aku nambah *influencer* yang rata-rata di follow sama mahasiswa mahasiswi Jogja. Aku cari cari dan deal sama paketan rider sama eatventure, menurutku dari pricelist yang aku dapet mereka yang secara value paling cocok juga sama Kopi Rawuh

P : Wah mantap. Ternyata ga simpel ya mas untuk pasang iklan itu.

N : Banget mas. Sebenarnya kayak UMKM gini malah jadi tanggung lho.. hehe

- P : Loh kok bisa? bukanya malah jadi lebih simpel ya mas?
- N : Kalau menurutku pribadi sih. Kesulitannya ada sendiri sendiri. Kalau di perusahaan besar, atau bahkan di agency iklan pun. Yang dihitung emang banyak. Tapi dengan tanggung jawab yang lebih besar, dan tim yang support banyak. Hal itu jadiimbang. Ditambah, kalau perusahaan besar. masalah budget lebih jumawa daripada UMKM kayak gini. Apalagi untuk mainan *influencer* dan pasang pasang iklan di sosmed. Menurutku mereka punya kesempatan untuk salah.
- P : Benerr.. sedangkan UMKM kalau sampe salah bablas mas.
- N : Nhaa itu. ditambah lagi UMKM itu udah kayak bertaruh nyawa kadang pake iklan sosmed itu. Gini lho, terpaan informasi setiap hari itukan banyak buanget to. Kalau kita nggak bisa catchy disitu. Malah jatuhnya cuma buang buang uang aja. Sedangkan untuk UMKM kayak gini, uang 10.000 itu udah bisa bikin kasir lemburan mas hehe.
- P : Bener juga sih ya hehe. Oke mas, kita move ke personal selling yaa.
- N : Eh sek sori. Aku nggak punya basic teori *Marketing* nih, daripada salah pengertian dan salah leh ku njawab ki hehe. Personal selling disini yang kayak piye ya?
- P : Oh oke mas, bentar tak bukain.
- N : Sori nih, malah jadi jelasin dulu hehe.
- P : Weh enggak mas malah aku sek luput harus e memang tak jelasin dulu kayak iklan sama promosi di skripsi ini itu yang dimaksud gimana gitu hehe
- N : Woalah tapi bener to yang tadi arti dan penjelasan yang tak kasih?

- P : Top cer mas hehe. Lancar bener semua kok
- N : Oalah oke oke siap.
- P : Oke ni mas udah ketemu, aku jelasin yo. Kalau dari skripsiku kali ini, personal selling sendiri itu interaksi tatap muka langsung yang terjadi dengan pelanggan atau calon pelanggan untuk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Nah biasane dengan penjualan personal ini, perusahaan berhadapan langsung dengan calon konsumen untuk menginformasikan kepada konsumen tentang suatu produk sekaligus membujuk secara langsung untuk membeli. Penjualan personal memberi kontribusi kuat dalam pemasaran barang.
- N : Nek dari penjelasanmu, mungkin yang termasuk personal selling malah temen temen bar mas. Ada beberapa alasan sih, karena kalo aku ga salah SOPnya mereka itu akan menawarkan menu yang lagi pengen di naikin salesnya dan itu permintaan dari mas Arel langsung, jadi kayak kemarin contone lagi mau naikin es kopi susu ya kalo ada pelanggan bingung mau pesen apa langsung diarahin ke yang lagi nyoba di naikin salesnya. Belum lagi masalah upselling bisa dibilang dari 5 orang yang pesen pasti ada aja paling nggak satu orang yang akhirnya nambah pesenan, apalagi buat konsumen baru ya. Kayak misal dari cuma pesen americano susu jadi sama nambah donat, dari awalnya mau pesen minuman aja jadi pesen menu paketan entah itu yang dapet dua atau yang sekalian dapet snack atau makanan, dan contoh yang paling simpel, dari pesen yang 12 oz jadi 16 oz itu sering banget!

- P : Boleh ndak nek aku bilang kalo personal selling lewat barista itu jadi salah satu senjata utama Kopi Rawuh untuk Up Selling?
- N : Boleh banget mas. Kebantu banget penjualan karena mereka. Selain memang mereka yang bikin ya hehe. Yang kedua ya karena bisa dibbilang mereka ni kan front man. Jadi tenaga penjual juga akhirnya
- P : Oh iya mas ini titipan temenku mau nanya. Mumpung ngomongin SOP, pemberian ucapan terimakasih dari semua barista kalo ada pelanggan yang pulang itu SOP bukan e mas?
- N : Weh, detail ini temenmu hehe. Sebenarnya itu buat naikin hospitality disini sih. Karena Arel meminta untuk pelanggan self service akhirnya kami sepakat tetep kasih hospitality kayak gitu.
- P : Wah nice sih mas. Karena untuk beberapa orang itu ngena banget. Temenku yang punya kafe aja habis itu njadiin itu jadi SOP di tempat mereka.
- N : Woh, wangun yo hehe. Kopi Rawuh menginspirasi.
- P : Jelas! hehe. Oh iya mas kalau pembagian voucher yang lewat DM itu gimana mas?
- N : Gimana piye ni?
- P : Oh sek, mending tak jelasin dulu. Jadi di pembahasan berikutnya nih bakal ngomongin yang namanya *direct Marketing*. Jadi, *direct Marketing* itu penjelasan bukune adalah hubungan langsung dengan konsumen secara individual yang ditargetkan dengan cermat untuk memperoleh respon cepat dan membangun hubungan pelanggan yang berjangka panjang. Pemasaran Langsung dan interaktif

juga dapat melalui media massa baik *offline* maupun *online*. Secara *offline* dapat ditemui dalam kegiatan seperti pameran dan presentasi.

N : Oh wait. Aku paham. Tapi aku highlight di bagian penargetan yang cermat, respon cepat, dan membangun hubungan jangka panjang.

P : Oke mas boleh

N : Wah wes koyo kuliah iki

P : Tapi santai lho mas, karo udud ya ndak apa hehe

N : Wha bener, sek nghidupin dulu

P : Siapp...

N : Mungkin waktu itu kita kepedean kali ya, jadi waktu itu kita kasih nama programnya teman rawuh, berisi orang orang yang ditargetkan dengan beberapa kriteria waktu itu, yang pertama ya jelas harus bisa menginfluence baik secara umum atau paling nggak ya temen temen atau circlenya lah. Nah itu nanti kita kirim voucher digital senilai Rp. 50.000 buat minimal berdua, dan diminta upload instastory jika berkenan. Padahal udah pake kata kata jika berkenan, masih aja yang dateng cuma dua orang dari 9 yang ditargetin

P : Oh tapi cuman ngasih aja ya mas? Maksudnya ga komunikasi timbal balik disitu?

N : Di DM to? yo sebenarnya waktu itu awalnya itu aku maunya lewat akun instagram pribadi para barista. Simple sih alesane. Kamu kalo diajak sama orang yang lebih kenal kan lebih gas ya to dibanding kalo resmi.

P : Ho o mas bener, lha kok jadi dari IGnya Kopi Rawuh langsung?

N : Kalo bos berbicara, semua bisa berbeda sur.

P : Jelas. Hehe (ketawa bareng)

N : Tapi waktu pelaksanaan itu akhirnya aku minta temen temen bar yang kenal langsung sama target konsumen untuk kontak juga. Jadi yang ngirimin resmi Kopi Rawuh, tapi dijelaskan dan diantar dengan pesan dari barista

P : Wah cerdas. Selalu ada jalan.

N : Yoi.

P : Berarti emang Kopi Rawuh ni memanfaatkan Instagram seinteraktif mungkin yo hehe. dari mulai posting untuk informasi, iklan, *influencer*, bahkan DMnya juga dipake buat kirim undangan gitu ya hehe.

N : Oh juga kalo masalah interaktif dan platform kayak yang tadi aku omongin, kita dari Kopi Rawuh pure fokus ke Instagram, bahkan sempet kepikiran cari agensi khusus buat urus itu, karena aku pribadi sih yakin ya ngerawat audiens itu ga mudah, kalo buat contoh yang udah sempet dilakuin rawuh, palingan ya kayak ngasih kuesioner waktu mau launching produk, waktu mau ngasih diskon bahkan, ya gimmick kayak gitu menurutku perlu sih. Sempet juga buka kritik saran pake question box instagram, yah detail detail kayak gitu sih paling.

P : Nha, bahkan sampe program kehumasan juga dilakuin di Instagram yaa hehe

N : Ho o, pokok e kudu maksimal. Hehe

P : Lha itu kan nek nerima pesan e online to mas, nek misal kritik sarane agak urgent gitu gimanae mas? ada kompensasi kah? atau dikasih apa gitu? Dan sekalian, sing

ngurus gitu gitu itu siapa sih mas? apa mas Arel langsung? atau dari tim? atau keluarga?

N : Itu side job ku mas. Edaan!. Jadi dari akhir Januari waktu persiapan semua itu aku udah nembung ke mas Arel buat bikin voucher kompensasi, kalo kalo ada komplain, karena kan kita bakal go public nih kasarannya karena itu aku minta duluan buat langkah preventif aja sih awale, tapi di bulan Februari sendiri udah keluar 5 atau 6 voucher via DM (Direct Message). Ya nggak bisa dipungkiri namanya mendatangkan masyarakat banyak juga bakal menimbulkan respon yang banyak pula to mas. itupun aku nggak semua kasih, yang berkaitan sama listrik, wifi, panas, dan lain lain cuman aku minta maafin baik baik dan catet di Onenote aja biar semua tim (tim manajemen) tau habis ada keluhan apa dari konsumen sih.

P : Manteb jebul rapi yaa hehe, oh iya brarti nek offline e pake buku yang didapur itu to mas?

N : Betul sekali saudara surya

P : Mantab lah emang, hehe. Lanjut yo mas, nek bab bab bikin acara ni di rawuh tanya e ke kamu apa ke mas Arel?

N : Sebenere bukan keduanne

P : Lha kok?

N : Ho o mergo kudune Ibuk langsung hehe

P : Woo sing ISI itu to? tapi selain itu?

N : Selain itu ki sing mana? hehe

- P : Maksud, Kopi Rawuh itu sendiri, pernah ga sih bikin acara? Kan nek sing sama ISI itu setauku ISI sing minta, lha laine? pernah ndak?
- N : Nek bikin acara ga pernah sih Sur setauku, tapi yang jelas aku inget waktu itu sempet di ajak Ibuk (Ibunda Aurelio Cattrra) untuk ketemu sama salah satu seniman apa dosen ISI gitu agak lupa aku. Itu tentang nata letak lukisan di dinding dinding ruang baru itu. Terus jarak beberapa hari aku sempet ga ke Rawuh nambah lagi itu, lukisan e nambah tur sing lumayan menyorot mata itu malah instalasi seni gitu, yo walupun sementara jadi sekat antar meja tapi malah jadi catchy sih. Sama balik lagi ke pertanyaanmu malah nek jadi acara tapi ga di agendain ya, yo di agendain tapi model *booking* untuk misal tiga hari kedepan atau minggu depan gitu biasane buat rapat, itu ntar setengah kita tutup. Tapi mau gimanapun itu ga bisa di sepelein Sur, karena sempet pendapatan rawuh juga selamat karena itu, memang sih setauku itu ga bayar, tapi kan tetep mereka cost buat beli produk kita to, dan itu biasanya ga sedikit. pas dari Mandiri ada kali kalo cuman 2,3 juta dari makan minum mereka.
- P : Jebul mayan yo mas hehe
- N : Sik penting cuan sur nek disini, citra nomor dua jare hehe
- P : Nguawur
- N : Wahaha oke kita next aja
- P : Mbangane ke grebeg
- N : Bener
- P : Jane wes rampung sih mas

N : Woah, tenan ki?

P : Tenan hehe nuwun ya

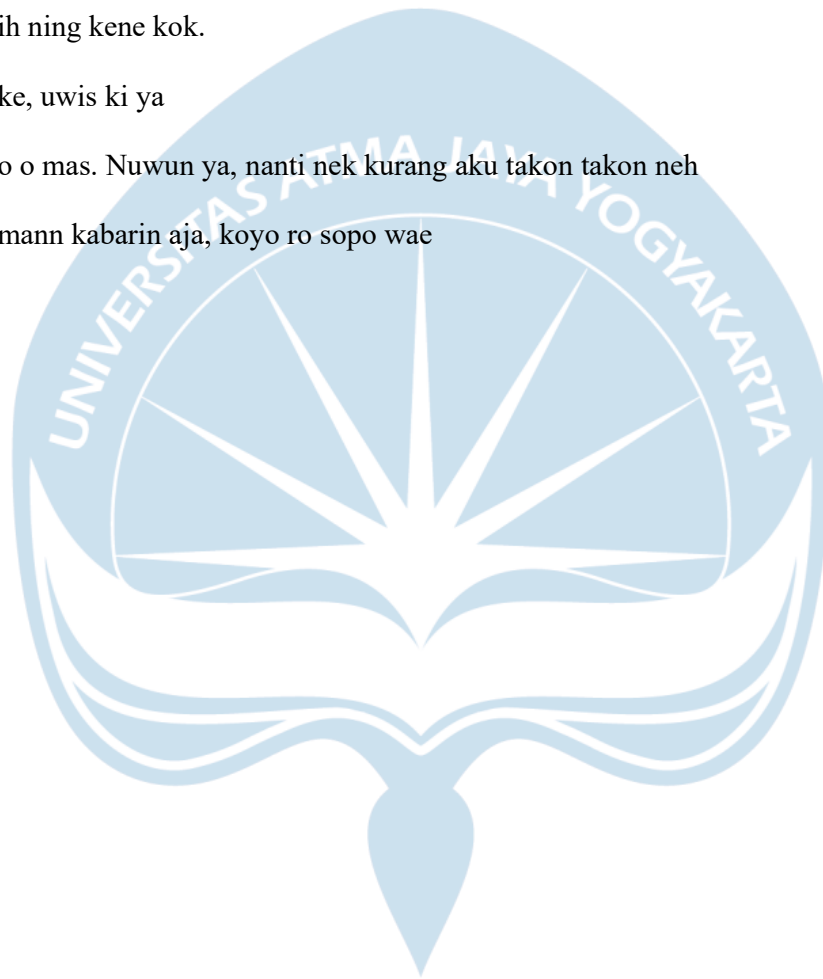
N : Rung balik to tapi

P : Isih ning kene kok.

N : Oke, uwis ki ya

P : Ho o mas. Nuwun ya, nanti nek kurang aku takon takon neh

N : Amann kabarin aja, koyo ro sopo wae



Narasumber : Kornelia Marselina
Jabatan : Operasional Kopi Rawuh
Tanggal : 8 Mei 2021
Tempat : Kopi Rawuh

Keterangan :

N : Narasumber

P : Peneliti

N : Udah mulai belum ini?

P : Belum sih, mau dimulai kapan? hehe

N : Loh manut aku tu

P : Siap, aku mulai ya

N : Eh bentar, ini bakal selama mas Dika kemarin nggak?

P : Who lha nggak tau. Lha gimana? Ngeshift po hari ini?

N : Masih nanti sih.

P : Ya nanti kalo dirasa udah perlu cabut bilang aja, kita lanjut lain kali. How?

N : Boleh deh.

P : Oke, cepet aja ya. Kemarin kan aku udah sempet nanyain Dika tuh. Aku kepo nih nel.

N : Apanih

P : Kan kemarin Dika kasih tau kalo semua barista hukumnya wajib tuh buat nawarin produk lain atau paling engga buat nambah ukuran. Itu gimana sih nel?

Mereka semua di training buat ngelakuin itu?

N : Oh! kalau itu udah SOP (Standar Operasional Prosedur) sur, jadi barista baru masuk di training bareng sama kasir itu juga ada tentang nawarin produk. Bisa aja loh ini tu dibilang kalau makanan dan *snack* itu setengahnya anak bar yang jualin. Ya aku tau sih mas Dika juga di *press* sama Arel di *saleskan* makanya aku juga selalu ingetin ke teman teman (barista) buat saling bantu aja.

P : Oalahh jadi bener bener-bener dari awal udah disiapin buat itu ya.

N : Iya, dan memang itu termasuk *press* dari Arel ke temen temen bar.

P : Emang selain itu apa lagi nel?

N : Wha ini mancing.

P : Yakan wawancara kornel hehe, kalo nggak mancing bukan wawancara dong hehe

N : Oiya, hehe. Yamaaf kan aku belum pernah wawancara orang.

P : Ya bentar lagi kan

N : Amin! hehe

P : Eh balik nel, selain itu, baritsa di libatin apa aja sih?

N : Banyak sih. Mau dari yang mana ni? hehe

P : Waini masuk! Kalau promo-promo gitu, temen temen barista di suruh buat nawarin nggak sih?

N : Promo ya. Yang jelas tuh kalua ada promo. Harusnya aku dikasih tau dulu. Baru ntar aku briefing anak anak yang lain.

P : Kok harusnya? Emangnya nggak kejadian?

N : Yaa kejadian sih. Tapi sempet tuh mas Dika lupa.

P : Woiya? Pas promo yang mana?

N : Waktu yang 60% itu. Paginya baru aku dikasih tau secara formal. Untungnya waktu rawuh posting, jadi tau duluan. Tapi itu dah sore malem gitu ga sih. Jadi aku nggak sempet briefing anak anak bar.

P : Ooo, lha kalo kayak gitu ntar yang kamu siapin apa aja nel?

N : Semua sih. Dari mulai stok, siapa yang ngeshift, siapa yang siap backupin gitu gitu lah. Ribet pokoknya operasional nih hehe. Capek aku.

P : Wahaha sabar. Loh, sek nel, kalua kamu baru tata siapa yang ngeshift bukannya itu mingguan ya?

N : Sebenarnya dulu itu kalo ada promo, aku pas pas in kalau pas harinya promo ga aku masukin yang baru baru. Kasian mereka awal awal ngadepin customer yang banyak gitu kan. Jadi jadwal khusus gitu minggu itu. Andaikan ada nih ya paling satu dua doang anak barunya.

P : Oalah pantes hectic ya waktu itu.

N : Makanya, tapi ya aman sih waktu itu.

P : Oiya nel, kalo promo kopi pagi itu semua tawarin lagi juga? Atau?

N : Sebenarnya sih iya. Tapi rata-rata yang dateng pagi itu udah pada tau sih. Jadinya kami tawarin ke customer-customer yang belum tau aja.

P : Woo oke oke. Kalau yang sleeve itu nggak lanjut kenapa sih nel?

N : Emangnya udah fix nggak pake lagi ya?

- P : Lah aku tanya wkwk
- N : Sebenarnya itu belum dikasih tau kalo distop gitu sih sur. Cuma ya kalo Arel nggak minta cetak ya kami nggak cetak. Kadang juga Arel tiba tiba dateng bawa print printan gitu, baru kami potong-potongin.
- P : Woalah, tapi selama ini nggak di kasih kasih lagi berarti ya?
- N : Udah sebulan lebih kalua seingetku sih.
- P : Oke deh. Mayan ya beban barista sedikit berkurang.
- N : Nggak sedikit sih itu. Banyak berkurang lebih tepatnya.
- P : Wahaha. Oiya nel, kalo nerima complain langsung dari customer tuh gimana? Langsung dicatetkah? Atau kamu langsung kontak Arel?
- N : Kalau itu kita sudah ada buku complain sendiri sur, sudah disediakan Arel di meja dapur belakang dan biasanya teman teman semua nulis saran masukan mau dari konsumen atau dari teman teman sendiri di situ. Tapi biasanya kalau udah bawa bawa rasa yang kurang cocok, atau beda dari hari sebelumnya, atau pernah kejadian kurang *ingredients* biasanya barista langsung mendatangi konsumen dan langsung diganti pakai jatah harian mereka.
- P : Kalau pakai jatah gitu? Ditutup pake biaya operasional atau mereka ngeluarin uang mereka nel?
- N : Itu mandiri sih Sur, pernah tuh si bobi sehari ngeluarin dua menu. Jadi ya dia bayar malah. Dia masukin ke kasir.
- P : Ha?! Memang kebijakannya gitu ya?

N : Napa? Kagetkan? Akupun hehe.

P : Mungkin karena dianggap kesalahan barista gitu mungkin ya?

N : Bisa sih. Tapi selama aku ngebar. Baru disini yang sistemnya begitu.

P : Wahaha sabar yo. hehe

N : Masuk surga aku nih hehe.

P : Oke deh nel mungkin gitu aja.

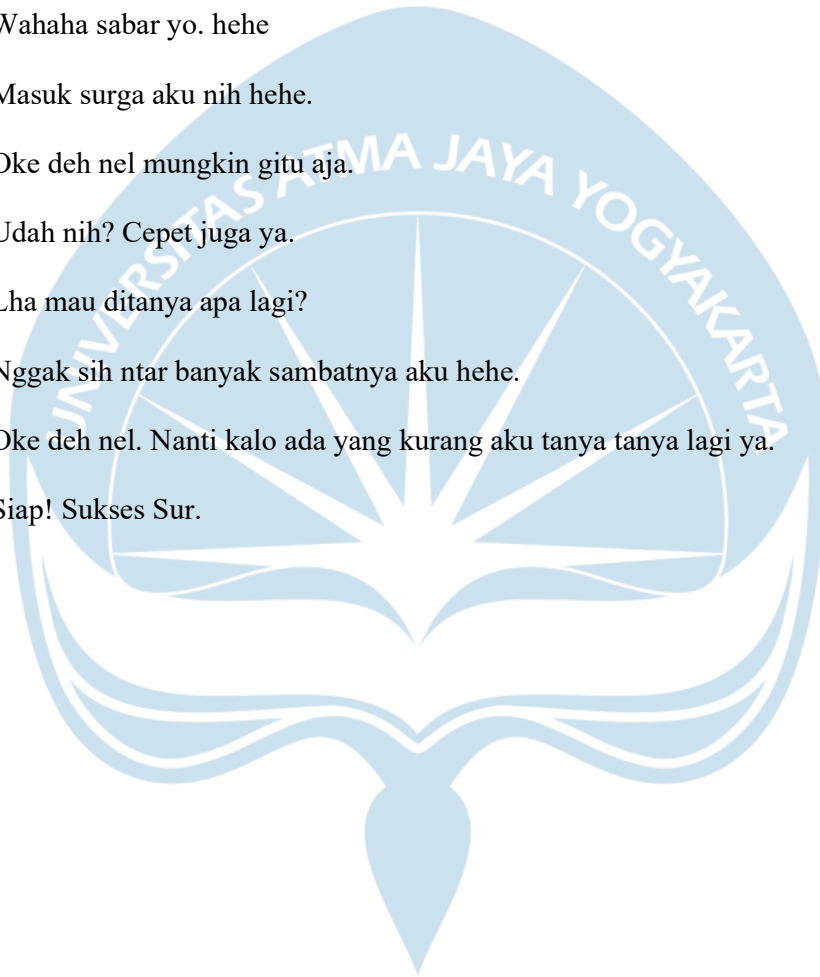
N : Udah nih? Cepet juga ya.

P : Lha mau ditanya apa lagi?

N : Nggak sih ntar banyak sambatnya aku hehe.

P : Oke deh nel. Nanti kalo ada yang kurang aku tanya tanya lagi ya.

N : Siap! Sukses Sur.



Narasumber : Adudu
Jabatan : Pelanggan Kopi Rawuh
Tanggal : 12 Mei 2021
Tempat : Kopi Rawuh

Keterangan :

N : Narasumber

P : Peneliti

P : Selamat Siang mas Daniel Kristya hehe

N : Piye? Apik to jane jenengku

P : Awit awal kenal agek iki krungu jenengmu hehe

N : Mergo bentuk raiku ngeneki to dadine adudu

P : Lha meh di jenengke sopo ki ning wawancara? Adudu po mas Daniel Kristya?

N : Adudu wae po yo ben tenar hehe

P : Siapp

N : Oke, meh ditakoni opo ki aku? Ora ditakoni bab utang ning kasir to ki?

P : Wahaha ora kok mas hehe tenang

N : Tak kiro dadi tangan panjange arel kowe hehe

P : Wahaha aman mas. Oke meh mulai tanya nih. Tahu ndak mas tentang program kopi pagi dari Kopi Rawuh?

N : Wha ini, tanya ke barista rawuh dari yang sebelum pandemi sampai berganti barista ke yang sekarang, apa menu favoritku nek ke rawuh, sebelum jam 12 itu pasti wajib dan harus hukumnya beli es americano susu, lha piye yo mas, pagi-pagi buka laptop wis mikir duitkan nggak enakkan ya, 6000 sudah dapat kopi sama

susu, es, wifi, sama tempat yang hijau-hijau, yang bikin betah sih mas. Kalau sore butuh nambah minum baru yang reguler, red velvet nek aku biasane.

P : Sek bentar, andaikan nih. Gur di andai andai wae ki tapi. Di pagi hari ada menu non-kopi. Njenengan bakal ambil non-kopi apa tetep kopi mas?

N : Ohh bener bener. Teliti jebul yo. Hehe. Jan-jane ki aku ra tek seneng ngopi. Isono iso, udu sing loro kepiye-piye yo ora jane. Mung memang akune wae ra tek seneng ngopi.

P : Tapi selama ini ambil americano tiap pagi jane ra tek seneng?

N : 6000 nggak bisa protes terlalu banyak sih nek menurutku.

P : Oalah gitu. Masuk mas.

N : Eh, bakal ada non-kopi di pagi po?

P : Woa endak tau mas. Bukan spoiler kok ini. Bener-bener pengandaian aja.

N : Wah iki tiwas seneng.

P : Aman mas. Nanti tak sampaikan.

N : Nitip redvelvet pokoke.

P : Ready. hehe

N : Mantab ini baru pren.

P : Lanjut yo mas.

N : Siap.

P : Kemarin pas Kopi Rawuh pasang iklan sama diskon. Sempet lihat nggak mas?

N : Kalau lihatnya lihat mas, tapi yang hari pertama nggak datang aku, pindah tempat tongkrongan dulu hari itu mas, takut rame. Ternyata malah kata anak-anak barista yang hari terakhir promo yang rame banget, mana yang hari kedua memang mau ke Rawuh aku mas, pengen juga to nikmatin diskonan, tapi ramai banget mas, itu hampir pergi aku ro cah-cah tongkrongan, lha ramai buanget og mas, nggak ada kursi kosong lho mosok mas aku datang jam 10 an tuh. Mana rawuh kan ga punya tempat tunggu sing proper yo kan, gek karena tempat duduknya penuh, orang-orang yang take-away itu pada nunggu wae karo ngadek mas. Selama aku ke Rawuh itu sing paling kacau sih, rame banget.

P : Oiyu nda'an?

N : Ho o yo. Sak elingku sih hehe

P : Lha sing jare kompor e ngasi njeblug kae?

N : Woah ora nek kuwi. Malah ora tek rame yo kuwi ki. Lha kuwi ki njeblug tekne ditinggal nyapu kok.

P : Owalah, tak kiro tekne rame.

N : Tapi emang akhir-akhir iki memang soyo suwi rawuh ki soyo rame wae sih. Bener nek kiraku nek akhire Arel ngubah omah e dadi lahan tambahan nggo Kopi Rawuh.

P : Woiyo lha Arel ki saiki ning ndi sih?

N : Jare ono omah meneh jare. Rung nate rono sih.

- P : Owalah. Tapi mas Adudu, seneng ga sih nek ono diskonan ngono? Luwih ning pro opo malah kontra ki?
- N : Nek aku yo jelas no bro.
- P : Tapi kan jaremu marai rame.
- N : Nha kuwi ojo sering sering juga tapi. Nek aku sih luwih seneng dimodel koyo sing voucher sing agek wae ki. Mergokan ono bonusan tapi yo ora marai tek rame. Tapi jane dengan programe sing kopi pagi wae wes cukup nek wong nggolek rego sek murah lho ya. Nek menurutku sih wes cukup.
- P : Berarti memang luwih sreks sing berkelanjutan yo mas?
- N : Nek aku jelas sih. Mergo piye yo. Nek nggo nongkrongkan ga cuma dewe kan. Nha nek berkelanjutan ki luwih kepenak leh ku nawar nawar ke ning cah cah. Ngene sih sur nek pikirku. Dengan program diskonan sik suwi. Aku dadi luwih gampang nggo ngajak kanca kancaku barang. Dan nek kancaku cocok ki, sesuk sesuk nek rene yo regone rak berubah, dan iso nggo langganan. Kuwi.
- P : Masuk, tapi sesering opo sih kowe ngajak kanca ngono?
- N : Share di instastory mlebu rak ki? nek mlebu jelas nek aku meh saben dino mengajak teman. Lha aku meh tiap hari e sur nongkrong rawuh ki, seminggu paling lama dua hari aku nggak ke rawuh, nek pas ning Jogja tapi. Tapi yo aku memang aktif e share rawuh pas kemarin es kopi susune sempet pake sleeve baru itu, ya nek menurutku kalo itu dijalanin lagi aku yakin sih nek share di sosmed naik lagi, karena rawuh ini kan nggak terlalu fotogenic ya to, nek ada sleeve e ki

jadi lebih mempercantik wae. Bahkan kemarin pas aku *upload* sing pake *sleeve* itu nggak sedikit temen temenku sing cewek-cewek akhir e pada kesini juga.

P : Waini cewekmu kesini ndak du? hehe

N : Lagi nyari makane thanks to rawuh banget aku ki.

P : Oiyu lupa, mulai kenal Kopi Rawuh dari tahun berapa du?

N : Wah sek nek iki nganggo ngeling ngeling ki.

P : 2018 ndaan dah kenal ini?

N : 2018 ketoke udah deh. Tapi masih jadi pelanggan biasa, belum kenal siapa siapa disini. Nek sekarang kan mulai kenal semuane. Kecuali anak anak bar sing anyar wae ki hehe.

P : Mantab dedengkot tenan

N : Nek kuwi kalah karo Emon nek aku. Emon ki seko konco ne arel, dadi pelanggan, dadi rival, njuk saiki nyekel kene. Kuwi dedengkot tenan jane.

P : Legend emang hehe.yo mungkin segitu sek du, ntar nek ada yang masih wawancara lagi keberatan nggak?

N : Lho tekne ngopo keberatan. Ringan je kene ki.

P : Keluar lagi si bapak bapak rawuh satu ni. Thanks yak.

Narasumber : Vano
Jabatan : Pelanggan Kopi Rawuh
Tanggal : 3 Mei 2021
Tempat : Kopi Rawuh

Keterangan :

N : Narasumber

P : Peneliti

P : Selamat Sore mas Geovano Agazi

N : Sore sore, tak sambi ngevape boleh to ini?

P : Monggo mas, ndak masalah og

N : Siap siap. Gimana ni?

P : Jadi ini sebenere aku dapet rekomendasi nama mas Vano dari mas Dika. Karena kata mas Dika mas Vano ini termasuk pengelaris kopi pagi di rawuh bener ndak mas ini?

N : Bener nek itu hehe

P : Nha, seberapa sering sih mas Vano buat ngincer atau nikmatin kopi pagine Kopi Rawuh ini? Dan sepagi apa berarti dateng e hehe

N : Nek gak aku yo mas Wicak sing pertama dateng ki, nggak jarang juga nemenin barista bukaan toko, dan nanti ne yo jam jam 11 aku udah kayak buka jastip (jasa titip) mas. Pernah sing parah sampe 4 gelas nggon mejaku mas. Padahal yo ga ada yang tak minum, titipan semua itu. Ga bisa dipungkiri sih, selain harga ne sing murah, rasa ne yo masih bisa nek cuma dibilang enak

P : Pernah tau aku itu ketoke hehe

- N : Iya, si Jemmy biasane jadi korbanku. Lha nek pas pesen banyak pas dia yang ngeshift. Tapi yo piye neh ya to. Enak ga enak jadine
- P : Iya sih ya mas. Karena ikut ngelarisi juga jane.
- N : Bener, walaupun ngakali kan sebenere
- P : Iya sih ya hehe. Oke mas aku lanjut ya biar ndak terlalu lama.
- N : Siap thankyou mas. Nek kurang dilanjut lain kali wae yo nek nanti ga nutup
- P : Aman mas. Aku lanjut dulu ya ini mumpung masih sempet. Kemarin liat ga pas rawuh pasang iklan? Dan reaksine gimana?
- N : Pake *influencer* itu ide ne siapa to mas? ketok e bukan *pure* idene Arel deh, eh tapi *in positive perspective* loh ya, karena piye yo temen-temenku yang selama ini lihat aku update di rawuh tu biasane ga nanyain ini di minggu-minggu itu jadi nanyain tentang harga lah, wifi lah, dan lain lain. Kebetulan juga aku tu ga follow Rawuh tapi follow dua akun *influencer* itu, jadi aku liat konten e langsung juga dan dampak e juga, mau dampak di tempat pas rame ramene sama bikin rame DM (*Direct Message* ke instagram ku juga. Tapi kalo aku boleh ngasih info ya mas, banyak temenku yang justru baru tau atau baru penasaran lebih tepat e justru setelah Rawuh pake *influencer*.
- P : Sebenere nek ide mungkin itu dari mas Dika kali ya hehe. Kurang tau juga e mas hehe. Tapi berarti yo yang jadi rame ternyata bukan cuman akunya rawuh ya. Ternyata akun pelanggan rawuh beberapa ikut rame ya berarti
- N : Pol mas, ter rame itu buat instagramku hehe

P : Kenaikan sekitar 90%?

N : Lebih mas, lha wong biasane ndak ada og hehe

P : Wahaha

(ketawa Bersama)

P : Oke mas tak lanjut ni ya, kan aku liat mas Vano kalo kesini selalu berujung dengan gerombolan nih. Rak ketang mungkin awale sendirian kan.

N : Eh iyo ya ternyata hehe

P : Nha selain gerombolan e mas Vano biasane itu, pernah nggak sih mas ngajak yang lain? Yang mungkin selama ini belum pernah ke rawuh gitu.

N : Kalo pernah e jelas pernah mas, kayak dulu pas kuliah *offline* nek pada bingung mau pada japok dimana ya aku ajuin untuk ke rawuh. Rata-rata kalo udah gitu sih pada gas mas, nek ada yang tanya kenapa jawabannya sudah jelas harga dan *smoking room* sak puas e. Nggak jauh beda pas kuliah *online* aku sama temen temenku harus ketemu bahas sesuatu sing nggak nyaman nek dibahas secara *online* ya langsung cus ke rawuh juga. ya walaupun rata-rata pada telat bangun paling engga mereka nemenin jemmy sampe *closingan* lah.

P : Who yo cukup aktif juga yo sebener e

N : Meh jalin kontrak sama Dika kok aku bentar lagi hehe

P : Mas, kenapa kamu lebih milih untuk share ke personal daripada ke umum? Misal kayak *story* WA, atau missal *story* IG gitu?

N : Oh kalo aku update *story* itu buat status aja sih mas, bukan bermaksud ajakan. Nha kalo aku pribadi Sukanya langsung kayak kalo memang butuh ketemu atau mau ngajak yta berarti kontak personnya.

P : Wo gitu ya mas.

N : Karena biar kelihatan lebih serius dan jelas sasarane wae. Takut e nek ngajak dengan share gitu, yang dateng sedang tidak ingin aku temui kan malah bingung akune.

P : Iya juga sih ya, ya oke mas, mungkin segitu dulu

N : Wo oke, udah dulu kali ya, nek butuh apa apa kontak wae lho ya, sori aku kesusu e iki.

P : Ndak apa mas, memang udah og ini, mungkin nanti nek ada yang aku rasa kurang aja kontak lagi.

N : Wo? Udah semua pertanyaan e?

P : Udah kebetulan hehe

N : Woalah sip nek gitu, besok aku kesini ketok e. Nek meh lanjut lagi yo bisa.

P : Siap mas. Makasih ya mas.

Catatan Observasi

Demi memastikan data yang peneliti terima melalui wawancara, peneliti juga menggunakan metode observasi dengan beberapa tujuan, dengan hasil seperti berikut:

1. Mengetahui seberapa rutin pemeriksaan buku penerimaan kritik dan saran.

Bulan	Minggu			
	1	2	3	4
Januari	Tidak	Ya	Ya	Tidak
Februari	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Maret	Ya	Ya	Tidak	Ya

2. Mengetahui seberapa sering barista menawarkan *up-selling* produk.

Tanggal	Penawaran Barista per Jam			
	Shift 1		Shift 2	
29 Januari 2021	6	1	4	1
14 Februari 2021	2	8	2	2
23 Februari 2021	0	3	2	3
4 Maret 2021	5	1	4	2
17 Maret 2021	1	5	0	3

3. Mengetahui seberapa sering ada yang melakukan *booking* tempat di Kopi Rawuh.

Bulan	Total	Keperluan
Januari	2	Rapat, Acara Kampus
Februari	1	Arisan
Maret	1	Rapat

Laporan hasil influencer yang sempat digunakan Kopi Rawuh

The image shows a social media post from the account 'eatventure.inc' (Special Region of Yogyakarta) dated 18 February. The post features a photo of coffee cups and food containers. The caption describes a hidden coffee shop in Jogjakarta, mentioning a 60% discount on all items from February 18-19. The post has 17 likes and 1 comment. An Instagram Insights overlay is visible on the right, showing the following data:

- Insight Postingan: 1.784 Likes, 32 Comments, 305 Shares, 932 Saves
- Kunjungan Profil: 314
- Jangkauan: 99.691
- Interaksi: 314 (Tindakan dilakukan dari posting ini)
- Kunjungan Profil: 314
- Penemuan: 99.691 (Akun dijangkau, 84% tidak mengikuti eatventure.inc)
- Mengikuti: 22
- Jangkauan: 99.691
- Impresi: 103.038 (Dari Jelajah: 83.605)



riderkulineran • Diikuti
 riderkulineran SPOT ASIK BUAT NUGAS !! 🤩 - Waini gaes, nemuin spot asik buat nyekripsi atau ngopi plus sarapan pagi di tengah kota namanya @kopirawuh !! Kalo kata orang-orang ini sih hidden gem di tengah kota, karena tempatnya yang mblusuk tapi ada spot ijo-ijonyaa!! 🤩
 Cocok nih, buat kalian yang mau nugas atau nyekripsi atau rapat! Karena tempatnya cukup nyaman dan ga bising! Kebetulan mereka bakal ada promo diskon 60% semua minumannya sampai hari ini aja loh!!! 🤩
 Cuss gaskann buat yang nyari spot begini!!!
 📍 Jl. Puri Gejayan Indah, Kaliwaru, Condongcatur, Depok, Sleman
 #riderkulineranjogja #coffeeshopjogja #kopirawuh
 35 ming

dandambuncit Adem ayem bgt mas Kep 🤩
 3K likes • 100 views

Disukai oleh wundri_ dan lainnya
 19 FEBRUARI

Tambahkan komentar... Kirim

Post Insights
 444 6 37 66
 60 Profile Visits 10.747 Reach
 Interactions 60
 Actions taken from this post
 Profile Visits 60
 Discovery 10.747
 Accounts reached 32% weren't following riderkulineran
 Follows 3
 Reach 10.747



eatventure.inc
 EATVENTURE · 2-18 Ikuti

#voiceeffects AAAAA ASIK BANGET TEMPATNYA! 🤩 #MulaiDari100
 #AyoDancePuzzles #foryoupage #VIRAL #xyzbca #foryou #fyp
 #masukfypdong #kuliner #JOGJA
 🎵 Up Beat (Married Life) - Kenji

230 1 Bagikan ke

<https://www.tiktok.com/@eatventure.inc/video/693041...> Salin tautan

Masuk untuk melihat komentar
 Masuk untuk melihat komentar dan menyukai video.
 Masuk
 Belum memiliki akun? Mendaftar