

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis pada data lapangan yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa dalam Workipedia Class for Women Entrepreneur dalam proses komunikasinya berjalan dengan baik setelah dilakukan analisis dengan menggunakan Model Komunikasi Lasswell. Seperti bagan yang sudah dilampirkan oleh peneliti, kelima unsur utama dari Model Komunikasi Lasswell yaitu *who, says what, in which channel, to whom, with what effect* atau dalam bahasa Indonesia adalah siapa, mengatakan apa, dengan medium apa, kepada siapa, dengan efek apa itu terdapat di dalam proses komunikasi di Workipedia Class for Women Entrepreneur. Dalam penelitian kali ini, kelima unsur utama dari Model Komunikasi Lasswell sudah terpenuhi dan sudah memenuhi kriteria, sehingga dapat dikatakan bahwa proses komunikasi dalam Workipedia Class for Women Entrepreneur berjalan dengan baik. Selain itu juga Workipedia Class for Women Entrepreneur berhasil memotivasi peserta dalam meningkatkan keterampilan bisnis *Branding* dan *Marketing*.

Keberhasilan dalam memotivasi peserta meningkatkan keterampilan bisnis tersebut merupakan efek yang diharapkan dalam proses komunikasi ini yang merupakan salah satu unsur atau unsur terakhir dalam Model Komunikasi Lasswell yang juga merupakan tujuan dari penelitian ini yaitu hendak melihat keberhasilan dari Workipedia Class for Women Entrepreneur dalam memotivasi pebisnis muda wanita untuk meningkatkan keterampilan bisnis mereka yaitu *Branding* dan *Marketing*, berdasarkan hasil temuan data yang

diperoleh peneliti di lapangan melalui wawancara dengan dua narasumber yang merupakan pebisnis muda wanita dan juga merupakan peserta dari Workipedia Class for Women Entrepreneur bahwa narasumber berhasil dalam meningkatkan keterampilan bisnis mereka setelah mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur. Keberhasilan tersebut juga dilihat berdasarkan penerapan konsep *Branding* dan *Marketing* yang disampaikan oleh pemateri dalam Workipedia Class for Women Entrepreneur dalam bisnis yang sedang dirintis oleh kedua narasumber, peneliti juga berpegang pada rekaman materi Workipedia Class for Women Entrepreneur untuk melihat kembali konsep *Branding* dan *Marketing* yang disampaikan oleh pemateri dan diharapkan dapat diterapkan oleh peserta Workipedia Class for Women Entrepreneur.

Sedangkan dalam memotivasi peserta untuk meningkatkan keterampilan bisnis *Branding* dan *Marketing*, peneliti menggunakan Teori Motivasi McClelland yang terdiri dari tiga konsep yaitu *Need for Achievement (N-Ach)*, *Need for Power (N-Pow)*, dan *Need for Affiliation (N-Aff)*, namun dalam penelitian kali ini Workipedia Class for Women Entrepreneur berhasil memotivasi peserta dalam meningkatkan keterampilan bisnisnya yang cenderung mengarah ke salah satu konsep Teori Motivasi McClelland yaitu *Need for Achievement (N-Ach)* karena hanya konsep tersebut yang mendukung dalam penelitian kali ini setelah dilakukan pengumpulan data melalui wawancara dan analisis.

2. Saran

Saran terbagi menjadi dua, yaitu saran akademis dan saran praktis.

2.1 Saran Akademis

Peneliti berharap untuk peneliti berikutnya dapat mengambil topik yang kurang lebih sama untuk penelitiannya supaya dapat menambah perspektif baru yang bertujuan untuk memperkaya penelitian, terutama dengan menggunakan Teori Psikologi Komunikasi: Motivasi karena masih sangat jarang ditemukan penelitian sejenis. Selain itu juga untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat merumuskan dengan Teori Psikologi Komunikasi dengan bauran teori yang digunakan adalah Persepsi dalam Sistem Komunikasi Intrapersonal tersebut sejak awal terbentuknya motivasi, jadi bukan dari sub bab motivasi saja. Peneliti juga berharap untuk penelitian selanjutnya dapat menganalisis topik yang sejenis dengan mengumpulkan data yang lebih banyak lagi dari yang bukan pebisnis wanita saja melainkan bisa juga orang awam yang belajar untuk berbisnis atau belajar konsep bisnis untuk meningkatkan keterampilan bisnis mereka maupun pebisnis yang berjenis kelamin laki-laki supaya data yang didapatkan lebih beragam dan dapat juga penelitian sejenis tersebut dikemas dalam penelitian kuantitatif sehingga dapat memperkaya dan menghasilkan data yang lebih kredibel terkait proses komunikasi yang terjadi sampai tahap mampu memberikan motivasi untuk meningkatkan suatu keterampilan.

2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap bahwa terdapat komunitas yang tergerak untuk mengadakan pelatihan seperti Workipedia Class for Women Entrepreneur baik secara daring maupun luring atau bahkan secara *hybrid* dengan rangkaian kelas yang lebih mendalam, karena peneliti melihat bahwa Workipedia Class for Women Entrepreneur yang hanya berlangsung selama dua hari ini dapat memberikan dampak yang bermanfaat yaitu berhasil memotivasi pebisnis muda wanita Indonesia dalam meningkatkan keterampilan bisnisnya, apalagi jika ada banyak lagi komunitas yang tergerak untuk mengadakan pelatihan lebih intensif dengan topik sejenis ataupun berbeda selagi mampu memberikan dampak konkrit bagi pesertanya. Ziliun juga bisa mengajak kolaborasi pihak yang memiliki *concern* yang sama untuk mengadakan kelas *Entrepreneur* atau topik lainnya supaya dapat menyaring peserta dengan jumlah yang lebih banyak sehingga manfaat yang diberikan juga dapat dirasakan secara luas.

Selain itu, peneliti memiliki saran untuk Ziliun selaku penyelenggara dari Workipedia Class for Women Entrepreneur di antaranya, Ziliun bisa mengembangkan konsep acara Entrepreneur seperti Workipedia Class for Women Entrepreneur dengan bertajuk kelas intensif atau yang saat ini banyak dikenal dengan *bootcamp* supaya kurikulum yang dibawakan dapat lebih mendalam dan beragam serta praktik yang dilakukan oleh peserta dapat lebih intensif. Selain itu, pemilihan pembicara dapat lebih beragam lagi latar belakangnya namun dengan fokus yang sama dan sesuai dengan topik kelas yang hendak dibawakan. Selain itu, meskipun pemilihan moderator sudah sesuai dengan topik yang dibawakan yaitu

seorang pemilik bisnis juga, ternyata tidak memberikan jaminan dapat membawakan acara dengan baik, maka dari itu untuk ke depannya Ziliun dapat memilih moderator yang berkompeten untuk membawakan sebuah kelas dengan latar belakang yang sama dengan topik itu menjadi bonus. Kestabilan sinyal juga perlu diperhatikan oleh pemateri, moderator, dan tim penyelenggara acara supaya dapat berjalan dengan baik karena pada saat Workipedia Class for Women Entrepreneur itu sinyal moderator tidak stabil sehingga menghambat berjalannya kelas.



DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2008). Focus group discussion (diskusi kelompok terfokus) sebagai metode pengumpulan data penelitian kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), 58-62.
- Alma, B. (2009). *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa dan Umum (Edisi Revisi)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Andriana, A. N., & Fourqoniah, F. (2020). Pengembangan Jiwa Entrepreneur Dalam Meningkatkan Jumlah Wirausaha Muda. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 2(1), 43-51.
- Angsori, M. L. (2019). model komunikasi.
- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). Tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Nursing Care*, 3(1).
- Arikunto, S. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal teknologi pendidikan*, 10(1), 46-62.
- Chairani, I. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Gender Di Indonesia. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 39-42.
- Docs.google.com. (2021). *Pendaftaran Workipedia Class for Women Entrepreneur*. Diakses dari <https://docs.google.com/forms/d/1Tu6q5sJ4b73wSxlKC5qvVt75N9xnjfyxdXQevfacq4/edit#responses> pada 2 Oktober 2021 pukul 13.44 WITA.

- Fatkhurahman, F., Suroto, B., & Hadiyati, H. (2018). Wirausaha Muda Terdidik: Masalah Dan Solusi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 102-109.
- Gafar, A. (2017). Penggunaan Internet Sebagai Media Baru dalam Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 8(2), 36-43.
- Handayani, R. T., Arradini, D., Darmayanti, A. T., Widiyanto, A., & Atmojo, J. T. (2020). Pandemi covid-19, respon imun tubuh, dan herd immunity. *Jurnal Ilmiah Stikes Kendal*, 10(3), 373-380.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13-23.
- Harding, D., Kadiyono, A. L., Hidayat, Y., & Yanuarti, N. (2018). Pelatihan dan Pengembangan SDM Sebagai Salah Satu Upaya Menjawab Tantangan MEA. *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(2), 185-192.
- Indainanto, Y. I. (2021). MASA DEPAN MEDIA MASSA DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hummanioramaniora*, 5(1), 24-37.
- Jurnal Entrepreneur. (2021). *Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui*. Diakses dari <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/> pada 13 Oktober 2021 pukul 12.31 WITA.
- Krisnawati, E. (2015). Pola Penggunaan Internet Oleh Kalangan Remaja di Kabupaten Semarang. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 4(2).
- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT. Kencana Perdana.

- Kurniawan, A. R., Chan, F., Abdurrohim, M., Wanimbo, O., Putri, N. H., Intan, F. M., & Samosir, W. L. S. (2019). Problematika guru dalam melaksanakan program literasi di kelas IV Sekolah Dasar. *EduStream: Jurnal Pendidikan Dasar*, 3(2), 31-37.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Margahana, H., & Triyanto, E. (2019). Membangun Tradisi Enterpreneurship Pada Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Merieska, P., & Meiyanto, I. S. (2017). Passion Berwirausaha pada Pengusaha Muda. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(1), 13-24.
- Mondy, R. Wayne. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Terj. Edisi kesepuluh jilid I bekerja sama dengan Penerbit Erlangga. Jakarta: Erlangga.
- Murniati, N., & Rahmah, R. O. (2021). EFEKTIVITAS PENDIDIKAN DAN PELATIHAN PEGAWAI PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI RUMAH SAKIT ABC. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 3(2).
- Muslih, B. (2020). Urgensi komunikasi dalam menumbuhkan motivasi di era pandemi COVID-19. *PENATARAN: Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 5(1), 57-65.
- Nurkinan, D., & November, M. M. (2017). Dampak Media Online Terhadap Perkembangan Media Konvensional. *Jurnal Politikom Indonesia*, 2, 28.
- Nastain, M. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). *CHANNEL, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, 5, 14-26.

Nia Desriva, S. S. T. (2021). MODEL–MODEL KOMUNIKASI. Komunikasi dan Konseling dalam Praktik Kebidanan, 37.

Notoatmodjo, Soekidjo. 2009. Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: Rineka Cipta.

Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*.

Paramita, A & Kristina L. (2013). Teknik Focus Group Discussion dalam Penelitian Kualitatif (*Focus Group Discussion Tehnique in Qualitative Research*).

Poerwandari, E.K. (2007). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi. Jakarta: LPSP3 Universitas Indonesia.

Prasetyo dan Febriani. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.

Priangani, A. (2013). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4).

Riyanto, Galuh Putri. (2021). *Kompas.com*. Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2021 Tembus 202 Juta. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta> pada 23 September 2021 pukul 18.44 WITA.

Rohmah, N. F. (2018). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Intizam, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(1), 1-11.

Rosana, Fransisca Christy. (2020). *Tempo.co*. Penyebab Internet RI Lemot, Dari Geografi Hingga Infrastruktur. Diakses dari <https://bisnis.tempo.co/read/1338234/penyebab-internet-ri>

lemot-dari-geografi-hingga-infrastruktur/full&view=ok pada 29 September 2021 pukul 20.33 WITA.

Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 83-88.

Rusla, R. (2012). Manajemen Public Relations and Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi. Edisi Revisi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada Ruslan, Rosady.

Setyawardani, T., Widayaka, K., Sularso, K. E., & Wakhdiati, Y. (2019). Wirausahawan Muda Mandiri dengan Program Pengembangan Kewirausahaan di Universitas Jenderal Soedirman. *Jurnal Surya Masyarakat*, 2(1), 50-57.

Sulaefi, S. (2017). Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Terhadap Disiplin Kerja dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 8-21.

Sulaiman, A., Zulyadi, T., & Fitrianti, F. (2021). Strategi Branding Produk Lokal Wisata Halal di Aceh. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 3(1), 109-128.

Susanto, N. H., & Lestari, C. (2018). Problematika Pendidikan Islam di Indonesia: Eksplorasi Teori Motivasi Abraham Maslow dan David McClelland. *Edukasia Islamika*, 184-202.

Sutton, J., & Austin, Z. (2015). Qualitative Research: Data Collection, Analysis, and Management. *The Canadian Journal of Hospital Pharmacy*, 68(3). Diakses pada 19 Mei 2020 dari doi:10.4212/cjhp.v68i3.145

- Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W., Santoso, W. D., Yulianti, M., Herikurniawan, H., ... & Yuniastuti, E. (2020). Coronavirus disease 2019: Tinjauan literatur terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, 7(1), 45-67.
- Sutrisno, E. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia (Cetakan ke tujuh).
Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Syahdiansah. (2016). Hubungan Motivasi Belajar dan Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Mata Kuliah Pengantar Manajemen (Studi Kasus Mahasiswa Tingkat 1 EKM A Semester II). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 440-448.
- Utami, Rachma Setya. (2021). *Terms of Reference Workipedia Class for Women Entrepreneur* [berkas PDF].
- Utami, Rachma Setya. (2021). *Workipedia Class: Financial Planning* [berkas PDF]
- Verica, Jeanett. (2021). *Brand Identity: What/Who is Ziliun* [PowerPoint slides]. Live Slides.
- Wahidah, I., Athallah, R., Hartono, N. F. S., Rafqie, M. C. A., & Septiadi, M. A. (2020). Pandemi COVID-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai Upaya Pencegahan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 11(3), 179-188.
- Widiasari, A., & Mahsun, M. (2018). ANALISIS PENGELOLAAN ALOKASI DANA DESA DI DESA BANYURADEN (STUDI KASUS: KANTOR KELURAHAN BANYURADEN ALOKASI DANA DESA TAHUN 2017) (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).

Yuliana, R., & Rahadi, D. R. (2021). KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KARYAWAN DI MASA PANDEMI COVID-19. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 27-35.

Ziliun. (2021). *Tentang Kami*. Diakses dari <https://ziliun.com/tentang-kami/> pada 2 Oktober 2021 pukul 12.33 WITA.

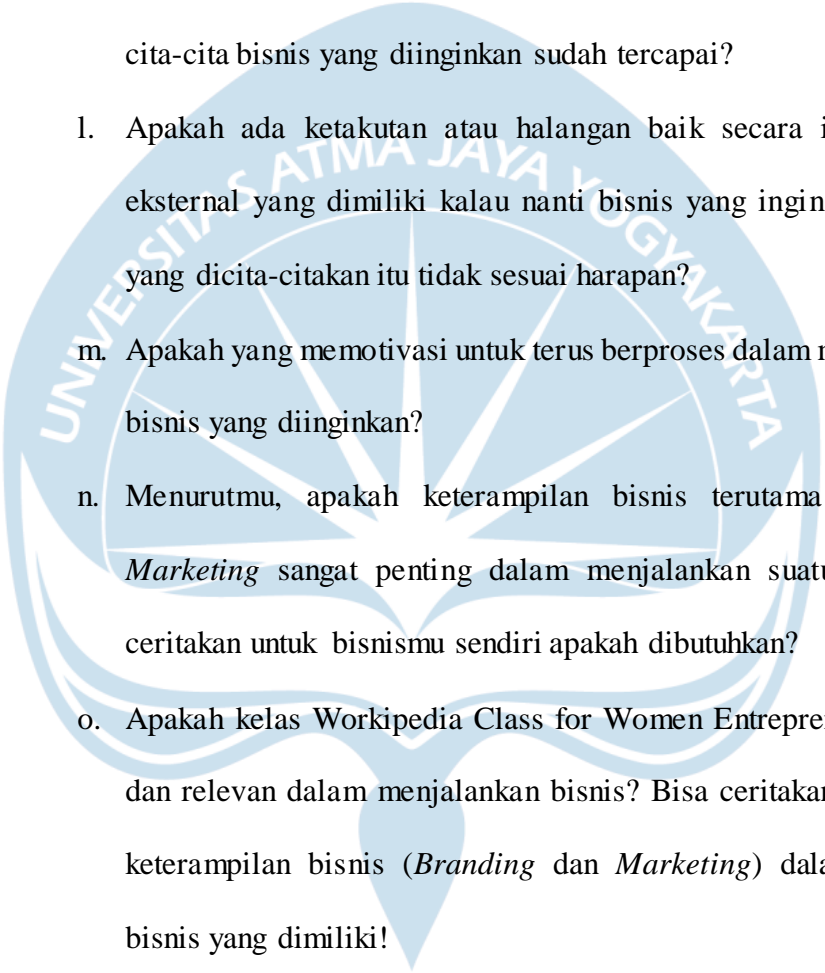


LAMPIRAN

1. DAFTAR PERTANYAAN

1.1 Peserta yang Menjalankan Bisnis

- a. Apa alasan peserta ingin mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur?
- b. Apakah sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur peserta sudah menjalankan bisnis?
- c. Apa alasan ingin terjun di dalam dunia bisnis?
- d. Apa alasan pemilihan jenis bisnis yang dijalankan?
- e. Boleh ceritakan pertimbangan apa saja yang mendorong untuk terjun ke dalam dunia bisnis dan membantu dalam pemilihan jenis bisnis yang dijalankan?
- f. Boleh ceritakan keterampilan bisnis yang digunakan selama ini dalam menjalankan bisnis sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur?
- g. Boleh ceritakan apakah sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur peserta sudah mengerti konsep *Branding* dan *Marketing*?
- h. Boleh ceritakan apakah sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur peserta sudah menggunakan konsep *Branding* dan *Marketing* dalam menjalankan bisnisnya?

- 
- i. Boleh ceritakan apakah keterampilan bisnis menjadi meningkat setelah mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur? Khususnya dari segi *branding* dan *marketing*.
 - j. Menurutmu, bagaimana kriteria bisnis yang ideal?
 - k. Apakah setelah mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur cita-cita bisnis yang diinginkan sudah tercapai?
 - l. Apakah ada ketakutan atau halangan baik secara internal maupun eksternal yang dimiliki kalau nanti bisnis yang ingin dijalankan atau yang dicita-citakan itu tidak sesuai harapan?
 - m. Apakah yang memotivasi untuk terus berproses dalam mencapai kriteria bisnis yang diinginkan?
 - n. Menurutmu, apakah keterampilan bisnis terutama *Branding* dan *Marketing* sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis? Boleh ceritakan untuk bisnismu sendiri apakah dibutuhkan?
 - o. Apakah kelas Workipedia Class for Women Entrepreneur bermanfaat dan relevan dalam menjalankan bisnis? Bisa ceritakan perkembangan keterampilan bisnis (*Branding* dan *Marketing*) dalam menjalankan bisnis yang dimiliki!
 - p. Boleh ceritakan apakah Workipedia Class for Women Entrepreneur berhasil memotivasi peserta untuk meningkatkan keterampilan bisnis? Terutama dari materi yang disampaikan oleh *speakers*.
 - q. Apakah rekaman materi yang diberikan setelah berlangsungnya Workipedia Class for Women Entrepreneur membantu peserta

mengingat kembali materi yang disampaikan dan dapat membantu dalam meningkatkan keterampilan bisnisnya?

- r. Secara teknis, apakah *speakers* saat itu sangat relevan dengan topik yang dibawakan? Apakah ada teladan yang dapat dicontoh dari *speakers* tersebut?
- s. Secara teknis, apakah moderator cukup berhasil dalam membawakan acara dan membangun suasana yang kondusif untuk berdiskusi?
- t. Secara teknis, apakah ada hambatan/gangguan selama berlangsungnya Workipedia Class for Women Entrepreneur?

1.2 Pembicara Kelas *Branding*

- a. Ekspektasi apa yang dimiliki oleh pemateri saat membawakan materi *Branding* di Workipedia Class for Women Entrepreneur kepada peserta pada saat itu?
- b. Mengapa konsep *Branding* sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis?
- c. Mengapa suatu usaha itu sangat penting untuk memiliki karakter sendiri?
- d. Pada saat *demo tools* Workipedia Class for Women Entrepreneur, *software* yang digunakan adalah Canva. Apakah ada alasan tersendiri memilih *software* tersebut?
- e. Menurut kakak, kriteria bisnis yang ideal itu seperti apa?

- f. Motivasi apa yang ingin disampaikan kepada peserta Workipedia Class for Women Entrepreneur yang juga sebagian besar merupakan pebisnis muda wanita? (Bisa juga dari sisi *Branding*)

1.3 Pembicara Kelas *Marketing*

- a. Ekspektasi apa yang dimiliki oleh pemateri saat membawakan materi *Marketing* di Workipedia Class for Women Entrepreneur kepada peserta pada saat itu? (Bisa juga dari sisi *Marketing*)
- b. Mengapa konsep *Marketing* sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis?
- c. Pada saat *demo tools* Workipedia Class for Women Entrepreneur, *software* yang digunakan adalah IG Ads. Apakah ada alasan tersendiri memilih *software* tersebut?
- d. Menurut kakak, kriteria bisnis yang ideal itu seperti apa?
- e. Mengapa suatu usaha itu sangat penting untuk memiliki karakter sendiri?
- f. Mengapa *Marketing* di media sosial sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis?
- g. Apakah ada alternatif lain selain IG Ads/FB Ads untuk melakukan *Marketing* dalam suatu bisnis yang dijalankan?
- h. Apa yang biasanya menjadi ancaman dari kompetitor terhadap bisnis yang kita jalankan?
- i. Apa yang biasanya bisa diteladan dari kompetitor terhadap bisnis yang kita jalankan?

- j. Motivasi apa yang ingin disampaikan kepada peserta Workipedia Class for Women Entrepreneur yang juga sebagian besar merupakan pebisnis muda wanita? (Bisa juga dari sisi *Marketing*)



2. TRANSKRIP WAWANCARA

2.1 Narasumber Novira

Nama : Novira Khairunisa

Biodata singkat : Mahasiswa Psikologi semester 4 di Universitas Indonesia, 21th, menjalankan ekonomi bisnis (bisnis yang ditekuni: *family resto achery*, menetap di Jakarta tapi lokasi *Cafe* ada di Mekarsari)

a. Apa alasan peserta ingin mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur?

Diajak saudara yang kerja di dunia *digital marketing* kemudian punya pengalaman juga pas *freelance*, sama-sama ngejalanin bisnis dan nambah ilmu karena saat itu juga awal-awal terjun di *digital marketing* jadi ingin belajar lebih dalam lagi tentang *digital marketing*

b. Boleh ceritakan, ekspektasi seperti apa yang diinginkan oleh peserta setelah mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur? Apakah ekspektasi tersebut sudah sesuai dengan realitanya?

Akan belajar menjadi *woman entrepreneur* dan seperti apa *basic digital marketing*. Dari kelas Workipedia Class for Women Entrepreneur, cukup tercapai ekspektasi yang diharapkan karena waktu itu masih awal juga jadi ekspektasi aku tidak terlalu tinggi karena belum paham namun setelah ikut kelas ini memang wawasan menjadi lebih terbuka tentang bisnis dan juga *digital marketing*.

- Bisnis yang dimiliki *branding*-nya seperti apa?

Resto *cafe* ini juga menyediakan *venue* dan tempat olahraga dengan target awalnya anak-anak muda tapi setelah berjalan beberapa bulan kita melihat untuk family juga bagus, karena sekarang masih tahap pembangunan, akhirnya membuatnya jadi family friendly. Okupasinya lebih ke mahasiswa dan pekerja.

- Karakter bisnis yang dijalankan seperti apakah?

Sebenarnya resto yang aku rintis ini sudah memiliki karakter tersendiri yaitu adanya arena bermain panah, selain itu kita juga memiliki tim memanah yang sering mengikuti berbagai lomba memanah bahkan sering memenangkan perlombaan panah tersebut. Menurutku itu menjadi karakter dari bisnis aku, karena jarang ditemukan resto dengan arena panah seperti ini apalagi ada lombanya juga. Selain itu juga, *café* aku ini ada Photoshop Space Rent-nya jadi *café* aku ini menyediakan tempat untuk photoshoot dan juga *café* aku ini bertajuk Language Café yang berkolaborasi dengan *@ipc.english* untuk memberikan kesempatan kepada konsumen yang tertarik belajar Bahasa Inggris dengan komunitas ini. Tentunya fasilitas yang disediakan di *café* ku ini bisa dibilang sebagai *unique selling* kita yang membedakan dengan *café* pada umumnya

- Apakah bisnis yang dijalankan memiliki kompetitor?

Sebenarnya terkait kompetitor itu pasti ada, meskipun jarang ditemukan resto dengan fasilitas arena memanah tetap saja di luar sana ada bisnis yang sejenis dengan kita. Mungkin yang lebih aku khawatirkan adalah dari sisi konten, aku takut kalau konten yang aku sajikan lebih tidak baik dengan konten yang disajikan oleh

kompetitorku, maka dari itu aku harus lebih fokus lagi dalam membuat konten untuk bisnis yang aku jalani ini.

c. Apakah sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur peserta sudah menjalankan bisnis?

Sudah. Tapi pada saat itu aku masih bekerja ditempat lain sambil bisnis ini berjalan, tapi kerjanya juga masih di dunia *digital marketing* juga.

d. Apa alasan pemilihan jenis bisnis yang dijalankan?

Sebenarnya keluarga aku ada bisnis juga yang turun temurun dari nenek aku yaitu bisnis FnB (keluarga ibu), kemudian keluarga terinspirasi dengan konsep yang berbeda, kebetulan ide itu dari kakak dan ayah karena mereka yang saat itu lebih paham pada saat itu dan kemudian mereka melihat kesempatan di tempat yang ekan kita pilih. Kebetulan kakak aku juga bisa main panah dan sering ikut lomba panah maka dari itu kepikiran bikin *cafe* terus ada *archery*-nya bakal bagus dan belum ada juga di daerah tempat aku. Sekarang aku menetap di Jakarta tapi untuk usaha di Cileungsi Mekarsari.

a. Boleh ceritakan pertimbangan apa saja yang mendorong untuk terjun ke dalam dunia bisnis dan membantu dalam pemilihan jenis bisnis yang dijalankan?

Kalau aku sebenarnya terjun ke dunia bisnis *concern*-nya itu di *digital marketing*nya, pembuatan konten karena awalnya suka nulis terus belajar *copywriting* dan diajak kerja sama temen buat kerja di *cafe* gitu untuk jadi tim *digital marketing*-nya. Aku mendalami *digital marketing* itu seperti apa, desain *basic* dari Canva, terus belajar *marketing*, *social media*, *marketplace*. Jadi, *basic* aku lebih ke situ.

- b. Karena kakak kuliah Psikologi yang tidak terbiasa dengan media sosial atau digital marketing, nah ini belajar sendiri atau bagaimana?

Iya, aku belajar sendiri dan cari tau sendiri dengan mengikuti webinar dan kelas karena sebenarnya dari Psikologi cukup berkaitan dan *beneficial* buat aku yang *basic*-nya Psikologi dan belajar *digital marketing* juga karena kita kan belajar *branding* atau *digital marketing* itu bagaimana kita menjual dan nge-*branding* barang kita, menurut aku dengan *basic* Psikologi itu membuat aku jadi lebih paham untuk menargetkan pasar dan lain sebagainya.

Cafe ada media sosial dan masih Novira yang memegang, *hopefully* ke depan ada yang megang cuma untuk sekarang masih dipegang sendiri untuk medsosnya. Medsos yang aktif hanya di Instagram. Media sosial aktif: Instagram *@focusarcheryrange*

- c. Boleh ceritakan keterampilan bisnis yang digunakan selama ini dalam menjalankan bisnis sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur?

Kalau aku sebenarnya terjun ke dunia bisnis *concern*-nya itu di digital marketingnya, pembuatan konten karena awalnya suka nulis terus belajar *copywriting* > diajak kerja sama temen buat kerja di *cafe* gitu untuk jadi tim *digital marketing*-nya. Aku mendalami *digital marketing* itu seperti apa, desain *basic* dari Canva, terus belajar *marketing*, *social media*, *marketplace*. Jadi, *basic* aku lebih ke situ.

- d. Boleh ceritakan apakah sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur peserta sudah menggunakan konsep *Branding* dan *Marketing* dalam menjalankan bisnisnya?

Iya sudah. Aku kerjasama dengan kakak aku, untuk *branding* masih diskusi dengan kakak misalnya diskusi kita mau nge-*branding* yang seperti apa dan untuk *marketing* juga sama, Novira menjalani di media sosial (IG) karena masih hanya di IG dan belum ada di *marketplace* kaya di Tokopedia atau Shopee Food (*e-food*) karena memang lebih kompleks untuk terjun ke sana tadi dan memang butuh yang lebih paham sehingga untuk sekarang masih di IG tapi aku ga menjalankan sendiri karena masih ada kakak juga.

Ada ketertarikan untuk memasukkan produk bisnis ke *e-food* karena kalau melihat pasaran sekarang kan Shopee Food, Gojek, Grab sangat tinggi *demand*-nya apalagi ShopeeFood sekarang lagi naik banget dan karena ShopeeFood juga masih baru jadi agak susah masuk karena baru dan susah daftarnya padahal *demand*-nya lumayan tinggi dibandingkan dengan GrabFood kalau yang aku lihat. Tokopedia juga iya kedepannya jika memiliki barang ber-*packaging* yang bisa dijual ke Tokopedia jadi bisa masuk kesana. Sekarang masih fokus di IG dan Gojek.

Kebetulan kita juga ada jadwal untuk mengunggah konten di IG. Jadi aku ada *content planning* yang di-*plan* perminggu dan perbulan dijadwalkan hari apa dan jam berapa kontennya apa, tanggal berapa hari apa. Rutin dibuatnya perbulan, jika sanggup perbulan, cuma kalo lagi belum bisa perbulan ya dibuat perminggu.

e. Menurutmu, bagaimana kriteria bisnis yang ideal?

Kalau menurut aku kriteria bisnis yang ideal itu ketika kita bisa mengeluarkan modal yang minim tapi hasil yang maksimal dan untuk di bisnis ini belum bisa terlalu bilang ideal karena aku belum bisa mengambil banyak kredit karena masih dikepalai oleh orangtua dan kakak.

Jadi kalau dibilang sudah mencapai bisnis ideal yang aku mau atau enggak ya ini masih belum menjadi bisnis yang ideal

Masih harus banyak belajar dalam menjalankan bisnis. Kalau ideal belum ideal tapi kalau berjalan dengan bagus itu sudah bisa dibilang bagus.

f. Apakah setelah mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur cita-cita bisnis yang diinginkan sudah tercapai?

Kalau menurut aku masih *on progress*.

g. Apakah ada ketakutan atau halangan baik secara internal maupun eksternal yang dimiliki selama menjalankan bisnis?

Ada. Ketika aku tidak bisa menemukan ide yang bagus dan tidak bisa melihat *opportunity* yang baik untuk bisnis aku ini.

h. Apakah yang memotivasi untuk terus berproses dalam mencapai kriteria bisnis yang diinginkan?

Ada. Motivasi aku sendiri untuk tetap belajar itu karena aku suka dunia ini ya (*digital marketing*) karena sangat *challenging* dan akan sangat bermanfaat kedepannya. Untuk terjun dan mempelajari *digital marketing* itu sangat bermanfaat.

- i. Menurutmu, apakah keterampilan bisnis terutama *Branding* dan *Marketing* sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis? Boleh ceritakan untuk bisnismu sendiri apakah dibutuhkan?

Ya. apalagi semenjak pandemi itukan penjualan *offline* tidak bisa dijadikan tumpuan kecuali warung atau warteg karena mereka sudah punya pasar dan tempat sendiri, ga *online* pun itu sudah ada pasarnya sendiri. Sedangkan kalau kaya bisnis F&B kalau misalkan gak ada *branding online* di media sosial pasti akan sulit untuk dikenal orang apalagi aku sendiri juga penikmat *cafe* sekalian belajar juga dan semuanya aku lihat itu informasinya didapatkan dari media sosial jadi sangat penting.

- j. Boleh ceritakan apakah keterampilan bisnis menjadi meningkat setelah mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur? Khususnya dari segi *branding* dan *marketing*.

Meningkat. Setelah aku lihat rekaman kelas pada saat itu ilmu yang aku dapatkan pas kelas dapat diterapkan cuma aku *mix* dengan yang lain-lainnya juga. Nah, pas aku lihat lagi jadi baru inget tentang pembuatan logo dan setelah itu baru mulai bikin logo resminya setelah ikut Workipedia Class, kemudian bikin *feeds* yang bagus sama bagaimana membedakan *brand* kita sama *brand* yang lain.

- k. Apakah Workipedia Class for Women Entrepreneur berhasil memotivasi dalam menjalankan usaha?

Iya. Apalagi kan ini konsepnya kayak Women Entrepreneur gitu jadi sangat amat memotivasi karena banyak wanita yg termotivasi itu juga.

l. Apakah Workipedia Class for Women Entrepreneur berhasil memotivasi dalam meningkatkan keterampilan bisnis?

Iya. Sangat memotivasi dan konsep kelasnya sangat seru.

m. Boleh ceritakan dari sisi apa Workipedia Class for Women Entrepreneur berhasil memotivasi peserta untuk meningkatkan keterampilan bisnis? (Misal: penyampaian materi, pengalaman pembicara, dsb)

Penyampaian materi dari pematerinya sih sangat bagus jadi apa yang mereka ceritakan dan sampaikan itu *relate* sama aku. Pemateri juga benar-benar tahu apa yang mereka bicarakan dan menguasai karena jika ada yang tanya, maka mereka tahu apa yang mereka bicarakan. Dan *good engagement*.

n. Apakah kelas Workipedia Class for Women Entrepreneur bermanfaat dan relevan dalam menjalankan bisnis? Bisa ceritakan perkembangan keterampilan bisnis (*Branding* dan *Marketing*) dalam menjalankan bisnis yang dimiliki!

Ya. Tapi kalau perkembangannya secara signifikan belum karena aku meng-*apply* ilmu yang aku dapat itu masih banyak *trial and error*, terjun di dunia digital harus fleksibel karena apa yang *works* buat kita belum tentu *works* buat orang lain. Maka kalau dibilang signifikan belum sih, karena aku juga *basic* digital marketing nya juga belajar sendiri atau otodidak jadi *trial and error*-nya akan lebih banyak.

- o. Boleh sampaikan opinimu, apakah tujuan Workipedia Class for Women Entrepreneur berhasil memotivasi peserta dalam meningkatkan keterampilan bisnisnya terutama untuk memotivasi peserta supaya terus berjuang dalam menjalankan bisnisnya di masa pandemi COVID-19? Apakah kamu sudah pernah menemukan kelas yang sama dengan Workipedia Class for Women Entrepreneur sebelumnya? Bisa sebutkan perbedaannya dengan Workipedia Class for Women Entrepreneur!

Ya. Sudah berhasil memotivasi.

Sebelumnya belum pernah mengikuti kelas seperti ini, ini kelas Women Entrepreneurship pertama yang diikuti.

- p. Secara teknis, apakah *speakers* saat itu sangat relevan dengan topik yang dibawakan? Apakah ada teladan yang dapat dicontoh dari *speakers* tersebut? Lalu motivasi seperti apa yang didapatkan dari *speakers* tersebut berdasarkan latar belakang mereka?

Speakers sangat relevan. Banyak ilmu jadi memotivasi untuk mencapai level yang sama.

Dari latar belakang dan pengalaman *speakers* juga sangat memotivasi dan dari ilmu yang dikasih bisa diterapkan di bisnis aku meskipun jenis bisnisnya berbeda.

- u. Secara teknis, apakah moderator cukup berhasil dalam membawakan acara dan membangun suasana yang kondusif untuk berdiskusi?

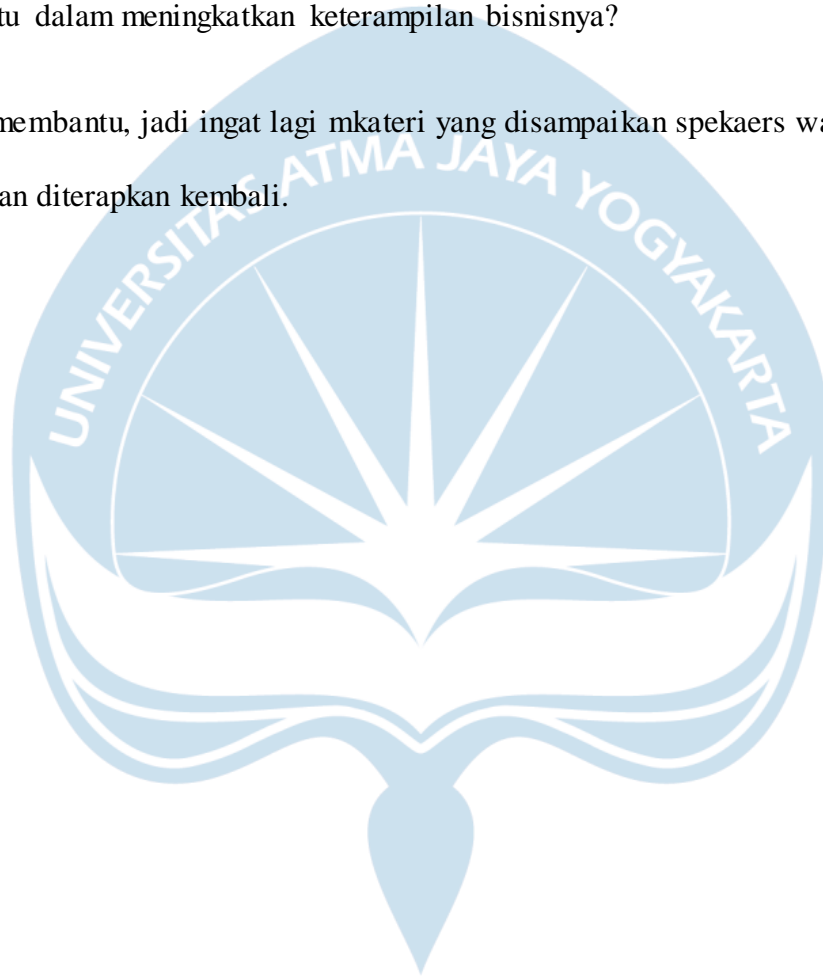
Sudah cukup bagus karena tidak gampang juga untuk menjadi moderator.

- v. Secara teknis, apakah ada hambatan/gangguan dalam berlangsungnya Workipedia Class for Women Entrepreneur?

Tidak. Kalau gak ada video rekaman ga inget, tapi setelah dikirim jadi inget lagi dan secara garis besar cukup informatif.

w. Apakah rekaman materi yang diberikan setelah berlangsungnya Workipedia Class for Women Entrepreneur membantu peserta mengingat kembali materi yang disampaikan dan dapat membantu dalam meningkatkan keterampilan bisnisnya?

Sangat membantu, jadi ingat lagi mkateri yang disampaikan spekaers waktu itu. Jadi bisa dipelajari lagi dan diterapkan kembali.



2.2 Narasumber Febriani

Nama : Tri Febriani

Biodata singkat : *Fresh Graduate* dari jurusan Management di Universitas Pemulang, sekarang menjadi seorang *Creative-preneur* yaitu dengan memiliki EO kecil bersama dengan teman.

a. Apa alasan peserta ingin mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur?

Karena seputar bisnis dan aku salah satu orang yang tertarik untuk mengetahui tentang *digital marketing* dan *how to start branding* dan *social media*, makanya aku mau ikutan Workipedia Class. Saat itu aku belum menjalankan bisnis yang sekarang sih, waktu itu aku menjalankan bisnis makanan sama temen yang lain tapi waktu itu ga sukses banget sih.

b. Boleh ceritakan, ekspektasi seperti apa yang diinginkan oleh peserta setelah mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur? Apakah ekspektasi tersebut sudah sesuai dengan realitanya?

Waktu itu kan aku masih 0 banget ya soal *social media* dan digital marketing, nah harapan aku sih setelah dari Workiepdia Class yaudah aku dapat ilmu baru yang bisa aku terapkan saat aku menjalankan *social media* dan *branding*. Setelah aku ikutan sih emang bener-bener tau gimana cara bikin usaha yang bener-bener dari 0 yang harus bikin logonya dan yang harus sesuain warna dan *image brand*-nya.

Ekspektasi aku juga sudah terwujud setelah mengikuti Workipedia Class itu.

c. Apakah sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur peserta sudah menjalankan bisnis?

Sebelum itu sudah ada bisnis, tapi itu yang gak serius banget jadi cuma jalanin bertahan cuma sebulan sampai tiga bulan itu kan juga lagi masa pandemi gitu, jadi bisnis yang aku jalanin kaya gabisa mencapai target banget dan aku dan tim aku juga 0 banget soal *branding* dan *marketing* jadi udahan aja.

Usaha aku waktu itu makanan dan target aku sebenarnya general terutama orang yang ada di sekitar rumah aku dulu.

d. Apa alasan ingin terjun di dalam dunia bisnis?

Aku ngerasa kadang jadi seorang *business women* menyenangkan, makanya aku pengen punya bisnis meskipun cuma kecil karena jadi seorang *business women* itu otaknya dipake harus lebih kreatif lagi agar bisa memberikan inovasi yang baru untuk bisnis yang sedang dijalani. Jadi aku orangnya emang suka hal-hal yang *challenging* dan bikin ribet aja.

e. Apa alasan pemilihan jenis bisnis yang dijalankan?

Kalau waktu itu sih karena mikirnya semua orang butuh *snack*, apalagi saat pandemi orang-orang pengen nyemil terus yaudah aku sama temen aku ada hobi masak dan masih jarang yang jual trus yaudah bikin deh sama temen aku, eh ternyata pasarnya kita gabisa dikasih kaya gitu jadi yaudah.

Kalau bisnis yang sekarang kan karena awalnya aku K-popers, jadi kalau ada *idols* yang ulang tahun itu suka ada Cupsleeve Event yang di *Cafe* gitu kan, aku melihat ini menjadi hal yang

bisa menjanjikan aja sih buat mendatangkan uang dan aku menjalankannya *enjoy* banget soalnya aku cuma harus berhubungan dengan pemilik *cafe*, habis itu bikin desain sama nungguin orang percetakan doang udah selesai, abis itu tinggal distribusiin doang

Bisnis sekarang: *@fromwonderwall*

Bisnis lama: *@floodies*

Untuk Instagram bisnisku, keduanya aku manage sendiri jadi keduanya aku yang desain juga. Dari dulu otodidak karena punya kesenangan aja buat desain kaya gitu.

f. Boleh ceritakan pertimbangan apa saja yang mendorong untuk terjun ke dalam dunia bisnis dan membantu dalam pemilihan jenis bisnis yang dijalankan?

Kalau yang dulu itu karena faktor aku lagi butuh uang banget trus kaya ada rasa *guilty* karena belum kerja yaudah akhirnya buka bisnis, nah kalau yang sekarang karena hobi aja sih karena dengan yang aku bikin sekafrang juga bisa ketemu orang baru lagi trus kaya buat ngisi waktu dan termotivasi sama orang-orang yang sukses bikin event gitu karena emang aku suka bikin *event* dari zaman aku SMK. Untuk bisnis aku yang sekarang itu cuma berdua aja dan sama-sama suka K-pop, untuk bisnis ini baru mulai awal tahun ini.

- Boleh ceritakan karakter dari bisnis yang dijalankan itu seperti apa?

Untuk bisnis aku sendiri sih karakternya yang membedakan dengan bisnis milik orang lain adalah, masih jarang ditemukan bisnis yang berfokus pada Cupsleeve Event tentunya bisnis aku ini memberikan perhatian yang lebih bagi

seluruh K-Popers supaya mereka bisa merasakan perayaan ulang tahun dari *idol* mereka.

g. Boleh ceritakan keterampilan bisnis yang digunakan selama ini dalam menjalankan bisnis sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur? Termasuk sisi *Branding* dan *Marketing* dari usaha sendiri

Basic banget ya mulai desain dari Canva, trus kaya bikin desain se-*aesthetic* mungkin supaya orang-orang pada tertarik jadi gaada maksud warna-warna tertentu kaya yang diajarin di Workipedia Class waktu itu. Bahkan buat logo pas bikin ya asal aja, waktu yang bisnis pertama baru ngerti kalau logo harus ada filosofinya dan warna yang menggambarkan dari *brand* kita tapi yaudah terlanjur, kalau bisnis yang sekarang udah yang mulai paham dan lumayan ngerti gimana bikin logo jadi aku inget-inget aja dengan representasiin warna logo aku mau yang gimana sih di mata orang, trus aku bikin warna ungu biar terlihat kaya *soft, elegant* dan identik sama cewek. Kalau buat bisnis aku sekarang sih *target market*-nya lebih ke K-popers sih, cuma K-popers kan banyak fandom-nya tapi aku *in general* selama aku dan temen aku tertarik buat bikin *event* tersebut yaudah aku bikin aja.

h. Boleh ceritakan apakah sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur peserta sudah mengerti konsep *Branding* dan *Marketing*?

Kalau *Branding* aku gak paham, kan aku ga dapet kelas *branding* kan aku ambil keuangan jadi ga diajarin soal *Branding* lebih dalam lagi. Tapi kalau *Marketing* aku lumayan paham cuma karena aku ga terlalu suka *Marketing* waktu kuliah jadi ilmunya udah buyar aja gitu.

i. Boleh ceritakan apakah sebelum mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur peserta sudah menggunakan konsep *Branding* dan *Marketing* dalam menjalankan bisnisnya?

Belum, makanya tidak berjalan dengan baik bisnis aku yang pertama itu

j. Boleh ceritakan apakah keterampilan bisnis menjadi meningkat setelah mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur? Khususnya dari segi *branding* dan *marketing*.

Buat aku sih meningkat ya, apalagi di sisi *Branding* itu lebih kerasa banget ya.

k. Menurutmu, bagaimana kriteria bisnis yang ideal?

Bisnis yang *longlast* atau langgeng dan orang-orang mengenal dengan baik dan ada *royal customer* aja meskipun sedikit itu udah sukses aja menurut aku.

l. Apakah setelah mengikuti Workipedia Class for Women Entrepreneur cita-cita bisnis yang diinginkan sudah tercapai?

Masih *on progress*, karena aku menjalaninya kan baru awal tahun ini ya. Jadi kaya masih ada yang harus dibenahi lagi mungkin soal *marketing*, *budgeting*, itu masih harus aku evaluasi biar nanti bisa dapet *income* juga nantinya sama gimana caranya aku bisa *reach* banyak audiens biar orang-orang ini mau dateng ke *event* ku dan bisa menciptakan *royal customer* di bisnis aku.

Untuk bisnis yang sekarang sih pembagian tugasnya kalau aku yang desain, kalau *brainstroming* tema itu berdua nanti temen aku bakal bantuin cari bahan buat desain kaya foto-foto *idol* jadi nanti aku tinggal *adjust* dan desain lalu aku yang akan jadi PIC yang menghubungi pihak *cafe owner* dan ngurusin percetakan dan nanti temenku yang bagian promosi acara di *social media* trus edit foto dan edit video reels.

m. Apakah ada ketakutan atau halangan baik secara internal maupun eksternal yang dimiliki kalau nanti bisnis yang ingin dijalankan atau yang dicita-citakan itu tidak sesuai harapan? Apa solusi yang selama ini ditempuh untuk mengatasi ketakutan tersebut?

Kalau ketakutan pasti ada, yang pertama takut ga ke-handle karena kau juga *full time* di agensi kadang kan sampe malem kerjanya takutnya kalau ada *event* itu ga kepegang buat desain, kalau dari sisi eksternal takut banyak yang ga berminat sama *event* aku sih karena kan beda fandom itu beda jumlah massanya trus posisi *Cafe* itu terjangkau dan mudah diakses tidak tapi ya coba aja dulu kalau ga dicoba kan kita gatau itu *Cafe* cocok tidak buat *event* kita selanjutnya. Kalau cara mengatasinya sih dengan bikin plan buat diri aku sendiri sih, kaya misalnya aku ada acara tanggal 21 yaudah dari awal bulan aku udah nyicil desain yang diperlukan entah di Instagram atau desain *merchandise*. Semisal udah sibuk banget ya aku bilang sama temen aku misalnya ada hal yang harus aku kerjakan mendingan di-list biar aku kerjain hari itu juga. Nah, kalau untuk masalah eksternal itu aku mengatasinya dengan cara menjualnya *online* kalau misal ga kejual di *Cafe* tersebut karena kan ada orang yang males ya ke *Cafe* karena maunya di rumah aja, yaudah kita bisa jual di Shopee tapi *by request* atau kita ngurangin stok yang kita suplai di *Cafe* tersebut. Misalnya aku bikin 30 bundling set Cupsleeve yaudah aku kurangi jadi 10 *bundling* biar cepet habis dan kita ga nunggu lama kapan itu habisnya.

n. Apakah yang memotivasi untuk terus berproses dalam mencapai kriteria bisnis yang diinginkan?

Aku harus punya bisnis yang berkelanjutan, dari bisnis aku sebelumnya yang ga jalan baik yaudah sekarang aku pengen bisa ada bisnis yang bisa berjalan terus biar ga ganti-ganti bisnis terus kaya harus mulai dari 0 dan merancang lagi dari awal.

o. Menurutmu, apakah keterampilan bisnis terutama *Branding* dan *Marketing* sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis? Boleh ceritakan untuk bisnismu sendiri apakah dibutuhkan?

Kalau *Branding* dan *Marketing* penting ya, kalau *Branding* kan biar orang inget Cupsleeve Event yaudah ingetnya Wonderwall aja, bahkan kalau mau *request event* ya ke Wonderwall aja. Kalau *Marketing* sih butuhnya sih butuh biar orang-orang tertarik untuk datang ke *event* aku apalagi secara *offline* ya, dengan datang ke *Cafe*-nya langsung buat ngeramein *Cafe* yang aku pinjem buat ngadain *event* itu.

p. Apakah kelas Workipedia Class for Women Entrepreneur bermanfaat dan relevan dalam menjalankan bisnis? Bisa ceritakan perkembangan keterampilan bisnis (*Branding* dan *Marketing*) dalam menjalankan bisnis yang dimiliki!

Sangat relevan dan bermanfaat dan sangat berkembang untuk keterampilan bisnisnya.

q. Boleh ceritakan apakah Workipedia Class for Women Entrepreneur berhasil memotivasi peserta untuk meningkatkan keterampilan bisnis? Terutama dari materi yang disampaikan oleh *speakers*.

Sangat berhasil memotivasi

r. Boleh ceritakan dari sisi apa Workipedia Class for Women Entrepreneur berhasil memotivasi peserta untuk meningkatkan keterampilan bisnis? (Misal: penyampaian materi, pengalaman pembicara, dsb)

Dari pengalaman *speakers*-nya sih, kan ada *speakers* yang *full time* tapi dia juga *Freelance* di luar jam kerja dia jadi kaya masuk *side-job* kan makanya aku tertarik.

s. Boleh sampaikan opinimu, apakah tujuan Workipedia Class for Women Entrepreneur berhasil memotivasi peserta dalam meningkatkan keterampilan bisnisnya terutama untuk memotivasi peserta supaya terus berjuang dalam menjalankan bisnisnya di masa pandemi COVID-19? Apakah kamu sudah pernah menemukan kelas yang sama dengan Workipedia Class for Women Entrepreneur sebelumnya? Bisa sebutkan perbedaannya dengan Workipedia Class for Women Entrepreneur!

Sangat berhasil, sebelumnya aku juga belum pernah ikutan kelas kaya Workipedia Class gini.

t. Apakah rekaman materi yang diberikan setelah berlangsungnya Workipedia Class for Women Entrepreneur membantu peserta mengingat kembali materi yang disampaikan dan dapat membantu dalam meningkatkan keterampilan bisnisnya?

Sangat berguna sih, karena kan kalau kita ikutan kelas itu kan gabisa *stay* sampe akhir jadi bisa ketinggalan dikit-dikit jadi rekaman materi itu sangat berguna supaya bisa diliat lagi.

u. Secara teknis, apakah *speakers* saat itu sangat relevan dengan topik yang dibawakan? Apakah ada teladan yang dapat dicontoh dari *speakers* tersebut?

Sangat relevan dan teladan yang bisa diambil ya *time management* dari *speakers* yang aku sebutkan tadi kan punya kerjaan full time tadi ada *side job* juga.

v. Secara teknis, apakah moderator cukup berhasil dalam membawakan acara dan membangun suasana yang kondusif untuk berdiskusi?

Sudah cukup baik.

w. Secara teknis, apakah ada hambatan/gangguan sealam berlangsungnya Workipedia Class for Women Entrepreneur?

Seingat aku tidak ada waktu itu.

