

## BAB IV KESIMPULAN

*Coffee shop* merupakan sebuah usaha yang dapat dikatakan berhubungan dengan *lifestyle*. Dengan terciptanya *coffee shop*, khalayak atau seseorang dapat membeli dan meminum kopi sebagai kegiatan rutin serta pengalaman yang berharga untuk dilakukan. Kaum muda masa kini tidak lagi mempersoalkan untuk membeli kopi dengan harga yang relatif mahal, dikarenakan minum kopi saat ini bukan hanya sekedar tuntutan selera, melainkan bagi sebagian masyarakat perkotaan sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Hidup konsumtif mereka lakukan demi mengikuti *trend* di era saat ini, dan kini budaya meminum dan menikmati kopi telah menjadi gaya hidup kekinian dalam masyarakat. Oleh karenanya penting untuk menetapkan sebuah strategi pemasaran yang sesuai dengan target pemasaran dari bisnis tersebut. Dalam hal ini Carani Coffee menjadi objek dari penelitian yang peneliti lakukan. Carani Coffee sendiri merupakan sebuah *coffee shop* di Yogyakarta yang terletak di Jl. Wijaya Kusuma, Dero, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, DIY. Carani Coffee sendiri memiliki ciri khas yaitu mengambil konsep outdoor dengan gaya minimalis yang menghadap ke pemandangan sawah dan mempunyai citarasa kopi local dengan harga yang cukup terjangkau tanpa mengorbankan kualitas.

Peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan metode yang peneliti gunakan merupakan metode deskriptif, metode ini berfokus untuk menemukan dan mendeskripsikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau pun kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat sampel. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif, pendekatan ini nantinya akan mendapatkan sebuah informasi atau data yang mendalam untuk mengungkapkan makna dari data yang sudah diperoleh dan dikumpulkan. Penelitian ini juga dilakukan untuk mendeskripsikan melalui wawancara terhadap staff dan pelanggan Carani Coffee dan observasi terhadap subyek penelitian.

Kesimpulan yang dapat diambil dalam upaya menjawab rumusan masalah pertama tentang “Apakah yang melatarbelakangi bisnis *coffee shop* Carani Coffee?” adalah bahwa Carani coffee merupakan salah satu kedai kopi yang berdiri pada

tahun 2022 dan cukup ramai dikunjungi oleh berbagai kalangan, baik kalangan atas maupun menengah. Carani coffee sendiri didirikan oleh Muhammad Irfan dengan memanfaatkan lahan kosong milik ayahnya. Didukung dengan letak yang strategis, permintaan pasar terhadap minuman kopi yang tinggi dan memiliki pemandangan di sekitar lahan yang memanjakan mata, maka lahan tersebut akhirnya digunakan untuk membangun sebuah *coffee shop*. Dalam upaya menjalankan bisnisnya, Carani Coffee memiliki strategi pemasaran guna menanggapi *life style* para pelanggan mereka dengan berbagai cara, seperti pengadaan event, pengembangan dan penambahan menu, penawaran promo dan diskon membership, penggunaan aplikasi digital pada proses transaksi, setting *layout* di sesuaikan kebutuhan pelanggan, menggunakan media sosial sebagai alat penyampaian informasi, dan penerapan SOP guna memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Selanjutnya, dalam upaya menjawab rumusan masalah kedua tentang “Bagaimana strategi pemasaran dalam menanggapi gaya hidup konsumsi di coffee shop Carani?” dapat disimpulkan bahwa dari segi konsep gaya hidup konsumsi di coffee shop, memiliki beberapa komponen penting yang terdiri dari, **pertama**, aktivitas pelanggan dan staff yang di dalamnya membahas tentang sebuah kegiatan nyata yang dilakukan bisa berupa pekerjaan, hobi, acara sosial, perkumpulan, hiburan atau sekedar bersantai, **kedua**, ketertarikan (*interest*) Point ini merupakan faktor pribadi dari konsumen dalam mengambil keputusan dan sebuah badan usaha dalam hal ini pihak Carani Coffee harus selalu memahami minat dan hasrat para pelanggannya, **ketiga**, opini pelanggan terhadap Carani Coffee, opini sendiri di definisikan sebagai sebuah jawaban secara lisan maupun tertulis yang diberikan pelanggan kepada pihak Carani Coffee sebagai sebuah bentuk respon.

Dari segi strategi pemasaran *relationship marketing* Carani Coffee terdiri dari empat komponen. **Pertama**, kepercayaan (*trust*) pihak Carani Coffee adalah sebuah kepercayaan dengan berlandaskan rasa pertemanan antara staff dengan pelanggan Carani Coffee. Sikap pertemanan yang diterapkan pihak Carani Coffee ke semua pelanggan bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan dengan tujuan mendapatkan loyalitas dari pelanggan tersebut. **Kedua**, komitmen (*commitment*), dalam hal ini hubungan Carani Coffee dengan para pelanggan terus dipertahankan

dan ditingkatkan dengan banyak upaya dari Carani Coffee. Upaya-upaya tersebut berupa adanya program membership, penyediaan menu-menu yang di butuhkan para pelanggan, perlakuan yang bersahabat, dan pengadaan acara-acara yang dapat memuaskan para pelanggan Carani Coffee. **Ketiga**, komunikasi (*communication*), dalam hal ini komunikasi berperan penting dalam hal-hal dasar yang ada di Carani Coffee, dalam upaya penyelesaian masalah atau pencarian sebuah solusi, komunikasi menjadi hal paling penting dalam hal tersebut. Sedangkan dalam upaya peningkatan kualitas sebuah perusahaan, komunikasi juga berperan penting, sebagai contoh upaya penambahan menu yang dilakukan Carani Coffee adalah hasil dari pertukaran informasi yang mereka lakukan dengan pelanggan. **Keempat**, penanganan konflik (*conflict handling*), dalam hal ini pihak Carani Coffee selalu terbuka dengan semua pelanggan untuk komplain segala permasalahan yang mereka rasakan mulai dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan masukan-masukan yang mereka sampaikan ke staff yang ada di Carani Coffee. Adapun ketika terjadi sebuah kesalahan, maka pihak Carani Coffee akan menangani masalah tersebut. Sebagai contoh, ketika terjadi ketidaksesuaian pada produk yang ditawarkan ke konsumen, pihak Carani Coffee akan melakukan penawaran untuk mengganti dengan produk baru yang sesuai pemesanan awal jika memang ketidaksesuaian terjadi atas dasar kelalaian dari pihak Carani.

Point pembahasan terakhir pada skripsi ini membahas tentang interaksi sosial dan pertukaran sosial. Pada point iteraksi sosial terdapat empat point penting yang menjadi kunci dalam pelaksanaan teori tersebut. Keempat point yang tersebut mencakup pertukaran individu yang di artikan sebuah hubungan timbal balik antar individu yang saling membutuhkan dan akan terus berulang, perbedaan karakter merupakan hal penting karena dengan hal tersebut akan menimbulkan sikap penghargaan terhadap perbedaan karakter tersebut, lingkungan yang mempengaruhi interaksi dimaksudkan pentingnya keadaan yang mendukung guna melakukan sebuah interaksi dan suasana antar dua belah pihak merupakan hal-hal yang menjadi kunci sebuah interaksi. Pada point pertukaran sosial diartikan sebagai sebuah bentuk interaksi sosial yang diwujudkan dalam sebuah hubungan timbal balik. Dalam hal ini pihak Carani Coffee membangun sebuah hubungan timbal balik dengan tujuan

mendapatkan keuntungan, bagi pihak lain juga mendapatkan keuntungan berupa pelayanan dan kualitas produk yang baik dari Carani Coffee.



## DAFTAR PUSTAKA

- A. S., DH, A. F., & Zainul Arifin. (2015, November 2). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING (PEMASARAN RELASIONAL) TERHADAP KEPUASAN NASABAH SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH (Survei pada Nasabah Tabungan Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Dinoyo Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.28, 1-8.
- Aisyah, Y. (2021). *Space Coffee Roastery Jogja, dari Lapak Oleh-oleh Jadi Kafe Kopi Specialty*. Yogyakarta: Kompas.com.
- Alrubaieen. (2008). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *journal of marketing*, Vol 58(3), 20-38.
- As'ad, M. H., & Aji, J. M. (2020). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN KEDAI KOPI MODERN DI BONDOWOSO. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, VOL.13 NO.2, JULI2020, 182-199.
- Assegaf, H. H., Tseng, S., & Mamlukah. (2021). KORELASI ANTARA KONSUMSI KOPI DENGAN TEKANAN DAN GULA DARAH, IMT, Hb, LAMA TIDUR DAN SCREEN TIME BARISTA DI KABUPATEN MAJALENGKA TAHUN 2021. *JOURNAL OF PUBLIC HEALTH INNOVATION*, VOL 01 NO.02 JUNI 2021, 160-170.
- Bernas.id*. (2018, Mei 13). Retrieved from <https://www.bernas.id/63451-bisnis-warung-kopi-di-yogyakarta-cukup-menjanjikan>
- Dahwilani, D. M. (2019, Desember 17). *INews.id*. Retrieved from <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, & Sunarti. (2015, Desember 1). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajang Solo). *Jurnal Administrasi Binis*, Vol.29 No.1, 59-66.
- Dwyer, S. O. (1987). Developing buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, Vol.51 April 1987(2), 11-27.
- Engel, J. F. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fauzi, A., Punia, I., & Kamajaya, G. (2012). BUDAYA NONGKRONG ANAK MUDA DI KAFE (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar) .
- Febriana, B., & Y. S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prologia*, Vol. 3, No. 1, Juli 2019, 39-45.
- Grongroos, C. (1994). From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing. *Management Decision*, Vol.58 No.3, 4-20.
- Gumilang, G. S. (2016). METODE PENELITIAN KUALITATIF DALAM BIDANG BIMBINGAN DAN KONSELING. *Jurnal Fokus Konseling*, Volume 2 No. 2, 144-159.
- Harlina, H. (2019). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN RELATIONSHIP PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH DI PT. BPRS DINAR ASHRI KANTOR CABANG AIKMEL LOMBOK TIMUR DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI PASAR AIKMEL. *UIN Mataram*.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gajala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Thaqafiyat*, Vol. 13, No. 1, Juni 2012 , 188-204.
- Irawan, S. (2002). *Metode Penelitian Sosial Suatu Tekhnik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

- Lexy, M. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Listyawati, I. h. (2013). IMPLEMENTASI RELATIONSHIP MARKETING SEBAGAI STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi, Vol 1 No 2*, 25-32.
- Medhiatika, N. L. (2018). GELIAT WIRAUUSAHA MUDA DALAM MELESTARIKAN KOPI LOKAL BALI. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan, Vol 1, No 2*, 132-139.
- Ndubisi. (2003). Factorial and discriminant analyses of the underpinnings of relationship marketing and customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing, Volume 23(7)*, 542-570.
- Ndubisi, N. O. (2007). Relationship marketing and customer loyalty. *Marketing Intelligence and Planning, VOL 1(8)*, 98-106.
- Nestiti, L. G., Yusuf, Y., & Resdati. (2022). BUDAYA KONSUMSI KOPI SEBAGAI GAYA HIDUP THE LEISURE CLASS PADA GENERASI Z DI COFFEE SHOP UGOKU.CO DAN TITIK KUMPUL COFFEE BREWERS KECAMATAN SEKUPANG KOTA BATAM. *Jurnal Cakrawala Ilmiah, Vol.1, No.10, Juni 2022*.
- Ningsih, T. (2016). ANALISIS PENGARUH PEMASARAN HUBUNGAN PELANGGAN, NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Bisnis dan Iptek, Vol 9 No 2*, 76-97.
- Nurikhsan, F., Indrianie, W. S., & Safitri, D. (2019). FENOMENA COFFEE SHOP DI KALANGAN KONSUMEN REMAJA. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan, Vol 9 No. 2 Oktober 2019*, 137-144.
- Ompusunggu, M. P., & Djawahir, A. H. (2014). Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen pada Warung Kopi di Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 188-195.
- R. Morgan, S. H. (1994). the commitment-trust theory of relationship marketing. *journal of marketing, Vol. 58 No.3*, 20-38.
- Ramadhan, R., Hadi, R., & Fajri, G. S. (2022). Pengaruh Drama Korea terhadap Etika dan Gaya Hidup Mahasiswa Semester VI Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 6 Nomor 2 Tahun 2022*, 14233-14242.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah, Vol 17, No 33*, 81-95.
- Schiffman, L. L. (2000). *Prilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanta. (2012). Riset Relationship Marketing dalam Pemasaran. *Prodising "Tren Penelitian Administrasi Bisnis dan Manajemen"*, 74-84.
- T. Leung, W. T. (1995). Adaptation and relationship marketing building process in the people's republic of china. *journal of international consumer marketing, Vol.8 No.2*, 7-26.
- Tjahyadi, R. A. (2010, Desember 13). MEMBANGUN HUBUNGAN JANGKA PANJANG PELANGGAN MELALUI RELATIONSHIP MARKETING. *Jurnal Maranatha, Vol. 5 No 2*, 2-10.
- Tridayanti, G. (2014). FUNGSI TARI REMBARA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BUDAYA PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN PASER. *Journal Ilmu Komunikasi, Volume 2, Nomor 3*, 396-405.
- Wetzel. (1998). on relationship between perceived service quality, service loyalty and switching cost. *international journal of industry management, Vol. 9 No.5*.

- Yugantara, P., Susilo, R. D., & Sulismadi. (2021). GAYA HIDUP NGOPISEBAGAI PERILAKU KONSUMSI. *Jurnal Agama Sosial dan Budaya*, Vol 4no 1, 2021, 126-137.
- Yusanto, Y. (2019). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication*, Volume 1(Issue 1), 1-13.



## LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

### PEDOMAN WAWANCARA

#### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal, hari :
2. Waktu mulai dan selesai :

#### II. Identitas Informan

1. Jenis kelamin :
2. Usia :
3. Jabatan :
4. Pendidikan terakhir :

#### A. Informan Owner

##### a. Latar Belakang :

1. Apa yang melatarbelakangi anda memilih bisnis kopi di industry *food and beverage*?
2. Apa yang menginspirasi anda dalam merancang konsep *coffee shop* Carani?
3. Apakah ada *coffee shop* yang menjadi referensi?
4. Siapakah target pelanggan *coffee shop* Carani?
5. Apakah tujuan dari pembentukan bisnis *coffee shop* Carani yang ingin dicapai?
6. Apa yang menjadi diferensiasi produk pada *coffee shop* Carani?

#### B. Informan Owner, Manager

##### b. Strategi Pemasaran Coffee Shop Menanggapi Gaya Hidup Konsumsi

##### Konsep : *Relationship Marketing*

##### (Trust)

1. Bagaimana cara *coffee shop* Carani untuk meningkatkan kualitas produk?
2. Bagaimana cara *coffee shop* Carani untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen?
3. Bagaimana cara *coffee shop* Carani memberi kenyamanan bagi pelanggan?
4. Bagaimana cara *coffee shop* Carani memastikan terkait produk kopi yang disediakan untuk customer sudah berkualitas?

**(Commitment)**

5. Bagaimana cara *coffee shop* Carani menjaga hubungan baik dengan pelanggan?
6. Bagaimana dengan ketentuan mengenai aturan jam operasional *coffee shop*?
7. Bagaimana dengan *service* pegawai yang diberikan oleh *coffee shop* Carani terhadap pelanggan?

**(Communication)**

8. Bagaimana cara *coffee shop* Carani dalam memberikan setiap informasi terkait *coffee shop* kepada konsumen?
9. Adakah SOP pelayanan yang diterapkan *coffee shop* Carani kepada setiap pelanggannya? dan seperti apa?
10. Bagaimana cara *coffee shop* Carani menyampaikan informasi terkait harga menu?
11. Bagaimana cara *coffee shop* Carani menyampaikan informasi kepada pelanggan mengenai *event* yang akan diselenggarakan

**(Conflict Handling)**

12. Bagaimana cara *coffee shop* Carani dalam membantu kesulitan konsumen?
13. Bagaimana cara *coffee shop* Carani menangani masalah ketika terjadi ketidaksesuaian pada produk yang ditawarkan ke konsumen?

**Konsep : Gaya Hidup Konsumsi *Coffee Shop*****(Aktivitas)**

1. Bagaimana *coffee shop* Carani menanggapi gaya hidup ngopi pelanggan?

**(Minat)**

2. Aktivitas apa yang paling sering dilakukan pelanggan di *coffee shop* Carani? Dan jelaskan?

**(Opini)**

3. Bagaimana kalian menanggapi konsumsi kopi di *coffee shop* Carani yang dilakukan oleh pelanggan?
4. Adakah makna sosial yang ingin disampaikan *coffee shop* Carani kepada pelanggan yang melakukan aktivitas konsumsi kopi? Dan apa makna sosial tersebut?

5. Adakah pesan khusus dari coffee shop Carani untuk pelanggan yang membeli kopi disini? Dan apa?

### C. Informan Pelanggan Rutin

#### a. Strategi Pemasaran Coffee Shop Menanggapi Gaya Hidup Konsumsi

##### Konsep : *Relationship Marketing*

##### (Trust)

1. Bagaimana dengan kualitas produk yang ditawarkan *coffee shop* Carani?
2. Bagaimana dengan pelayanan yang ditawarkan oleh *coffee shop* Carani?
3. Bagaimana dengan fasilitas yang diberikan oleh *coffee shop* Carani dalam tujuan memberikan kenyamanan bagi pelanggan?

##### (Commitment)

4. Bagaimana cara *coffee shop* Carani menjaga hubungan baik dengan pelanggan?
5. Apakah jam operasional *coffee shop* Carani sudah sesuai dengan informasi yang diberikan?
6. Apakah service pegawai *coffee shop* Carani sudah memenuhi kualitas yang baik?

##### (Communication)

7. Apakah informasi yang diberikan oleh coffee shop Carani yang berkaitan dengan *coffee shop* sudah cukup jelas dan memuaskan?
8. Bagaimana pelayanan yang diberikan *coffee shop* Carani?
9. Bagaimana anda mengetahui informasi terkait harga menu *coffee shop* Carani?
10. Bagaimana anda mengetahui informasi mengenai *event* yang diselenggarakan oleh *coffee shop* Carani?

##### (Conflict Handling)

11. Apakah *coffee shop* Carani selalu membantu kesulitan konsumen?
12. Bagaimana cara *coffee shop* Carani bertanggung jawab ketika terjadi ketidaksesuaian dengan produk yang ditawarkan?

##### Konsep : Gaya Hidup Konsumsi *Coffee Shop*

##### (Aktivitas)

1. Kegiatan apa saja yang biasa dilakukan di *coffee shop* Carani?

2. Adakah kegiatan sosial yang dilakukan di *coffee shop* Carani? Dan seperti apa?

**(Minat)**

3. Adakah ketertarikan kegiatan di *coffee shop* Carani yang membuat anda merasa selalu ingin kembali? Dan jelaskan?

**(Opini)**

4. Apakah yang melatar belakangi anda untuk ke *coffee shop* Carani? Vibes nya

5. Bagaimana penilaian anda mengenai *coffee shop* Carani?

**LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA (OWNWER 2)**

**Informan 1**

I. Jadwal Wawancara

3. Tanggal, hari : 21 September 2022

4. Waktu mulai dan selesai : 16.30 – 17.20 WIB

II. Identitas Informan

5. Nama : Humam

6. Jenis kelamin : Laki-laki

7. Usia : 26 tahun

8. Jabatan : Owner 2 (Konsultan Carani Coffee)

9. Pendidikan terakhir : D3

**Hasil Wawancara**

Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani untuk meningkatkan kualitas produk?

Informan : Jadi dalam dunia *coffee shop* atau dunia f&b secara luas tentang makanan atau pun hotel, restoran, dan cafe meningkatkan kualitas produk itu sangat penting ya, salah satu kenapa peningkatan kualitas itu penting agar konsumen itu suka dengan produk kita dan dapat balik kembali kesini. Kemudian apa yang dilakukan Carani untuk bisa meningkatkan kualitas produknya, pertama di Carani sendiri ada *ingredients* minuman, dalam *ingredients* minuman ini sebelum disajikan kepada pelanggan ataupun ditawarkan untuk dijual

produknya itu kan ada testimoni terlebih dahulu, kita coba terlebih dahulu apakah sesuai apakah sudah enak dan apakah sudah memenuhi standart yang Carani inginkan, nah ketika itu sudah memenuhi standart baru itu bisa kita jual ataupun kita tawarkan kepada pelanggan. Disisi lain juga kita juga ada *crosh check* menu setiap bulan sebanyak 1-2 kali, gunanya *crosh check* ini untuk mengetahui apakah kita ada evaluasi menu atau tidak, seperti missal ada tanggapan-tanggapan dari konsumen dan itu kita masukan kedalam catatan, dimana missal ada 1 menu yang perlu revisi ingredients itu akan kita revisi, hal ini dilakukan untuk menyajikan menu terbaik seperti itu ka.

Peneliti : Ketika proses *crosh check* menu dilakukan itu yang biasanya dilakukan oleh siapa ya ka?

Informan : *crosh check* menu biasa kita lakukan dari pihak pemilik dan pengelola. Jadi nanti headbar akan mengajukan ada beberapa tanggapan dari konsumen misalkan pada satu produk rasa kopi nya terlalu pahit, kurang creamy dan ini masuk dalam masalah rasa jadi objektif karena setiap orang punya perspektifnya masing-masing, kaya misalkan contoh saya suka kopi yang pahit begitu juga dengan pelanggan yang suka kopi manis, nah ketika perihalnya hanya “mas yang ini kurang manis, mas yang ini kurang pahit” itu bisa request diawal pemesanan tentunya. Tapi yang kita disini digaris bawah diganti menunya adalah misalkan emang kurang sesuai sekali dan menu ini tidak pernah keluar setiap bulannya walaupun sudah kita sale up tetapi tetap kurang menarik. Jadi nanti yang ngecheck itu tetap dari pihak ownernya langsung.

Peneliti : Bagaimana cara coffee shop Carani untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen?

Informan : Untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen banyak banget caranya, pertama dari greetings awal itu salah satu cara peningkatan. Kenapa greetings, karena Ketika pelanggan datang gak kita sapa itu pelanggan bakal merasa diacuhkan, maka dari itu greetings itu paling

pertama ketika kita memberikan greetings yang baik itu udah salah satu point plus untuk kita. Kemudian disisi lain kita tetap beradaptasi ataupun berkomunikasi dengan pelanggan secara humble, karena pelanggan-pelanggan coffee shop itu kan suka dengan pelayanan yang humble atau friendly. Misal dihari pertama kali pelanggan masuk kita belum kenal kita masih menyapa, dan dia datang kedua atau ketiga kalinya, temen-temen bar disini harus sudah tau namanya, kenapa seperti ini agar mereka pelanggan merasa dianggap “gue dikenal loh” itu kan pasti ada rasa kesenangan tersendiri. Kemudian juga kita saat menyajikan minuman V90, dimana orang-orang yang memesan minuman V90 biasanya merupakan orang penggemar kopi, nah disitu nanti headbar atau orang-orang bar akan berinteraksi menanyakan perihal rasa. Dari sini konsumen pasti akan merasa di “gue denger banget nih” begitu.

- Peneliti : Bagaimana cara coffee shop memberi kenyamanan bagi pelanggan?
- Informan : kenyamanan di Carani Coffee ini terbagi menjadi dua ya, kenyamanan fasilitas dan kenyamanan pelayanan tentunya. Untuk kenyamanan fasilitas sendiri tidak beda jauh dengan café-café lainnya, kita menyediakan tempat indoor (AC), dan outdoor tentunya, lalu kita juga ada tempat parkir kita yang luas banget, WIFI, toilet, dan disisi lain kita juga menyediakan musholla. Lalu untuk kenyamanan pelayanan itu seperti yang saya jelaskan dipertanyaan sebelumnya yaitu dengan kita melayani secara humble, karena dengan kita memberikan kesan yang humble kepada pelanggan maka pelanggan akan merasa nyaman juga dan akan balik lagi ke kita seperti itu. Karena nilai pertama dari pemasaran itu juga adalah pelayanan dan Ketika kita memberikan pelayanan yang terbaik itu akan menimbulkan rasa kenyamanan.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani memastikan terkait produk kopi yang disediakan untuk customer sudah berkualitas?
- Informan : Kalau dari bar Carani sendiri kita tidak sungkan ataupun segan untuk meminta atau menanyakan komentar, karena dengan komentar itu

penting banget untuk kebaikan kita bersama, baik itu kritiknya konstruktif atau deskruktif itu kan sangat kita butuhkan, jadi ketika kita serve minuman mereka sudah mulai menikmati kita biasanya akan muter dan bertanya bagaimana dengan menu minumannya dan Insyaallah pada bulan-bulan ini kita akan kasih kertas dimana kertas ini akan bertuliskan minumannya rasa apa dan komentar, jadi kita akan memberikan formular berbentuk kertas nanti akan diberikan kepada pelanggan komentarnya apa si terhadap minuman ini apalagi banyak menu-menu baru sekarang.

Peneliti : Bagaimana cara coffee shop Carani menjaga hubungan baik dengan pelanggan?

Informan : kalau menjaga hubungan baik dengan pelanggan kita disini kan ada SOP ya kak, maka teman-teman di Carani harus tetap menjalani standart operasional presedur yang ada, karena dengan begini akan menjaga juga kualitas pelayanan dan itu akan menimbulkan kenyamanan pada temen-temen yang suka kesini. Dan secara tidak langsung itu juga akan menimbulkan hubungan yang baik nantinya.

Peneliti : Bagaimana dengan ketentuan mengenai aturan jam operasional *coffee shop*?

Informan : Mengenai aturan jam operasional Carani ini sesuai dengan informasi yang diberikan melalui Instagram yaitu buka mulai pukul 16.00 – 00.00 WIB, dan jika terjadi keterlambatan jam buka karena ada acara atau apa itu akan diinformasikan juga melalui sosial media Instagram begitu kak.

Peneliti : Kalau boleh tau kenapa ya kak Carani Coffee ini mulai buka dari sore hari? Soalnya kan banyak juga coffee shop yang buka dari pagi atau siang.

Informan : Jadi sebelumnya kita pernah buka dari pagi kak, akan tetapi karena kita sadar letak bangunan kita tersorot oleh matahari dan ketika kita coba di jam siang kita buka itu yang bagian indoor sangat tersorot dan bagian outdoor juga tentunya terkena sinar matahari dan itu

mengurangi rasa nyaman pelanggan yang duduk disini. Oleh karena itu kita memutuskan untuk buka di jam 4 sore dulu, sembari menanggulangi permasalahan yang ada seperti yang kakak lihat sekarang itu dibagian kaca-kaca indoor Carani ada penutup cahaya jadi ketika temen-temen disini mau nugas di sore hari walaupun masih jam 4 terkadang sorot matahari masih lumayan, nah itu akan terhalangi untuk masuk kedalam dan tentunya juga agar pelanggan disini tetap merasa nyaman. Dan Insyaallah nantinya kita akan mulai buka lagi dari pagi atau siang hari, dengan strategi yang kita buat yaitu mengencangkan dibagian onlinenya ka, jadi siang kan biasanya banyak temen-temen ini malas untuk keluar nah kita berencana akan mengencangkan di online seperti Gofood atau Shopeefood. Dan disini lain juga kita mau memaksimalkan beberapa tempat di Carani untuk dijadikan coworking space, karena banyak juga teman-teman yang membutuhkan coworking space untuk mereka bekerja.

- Penulis : Ngomongin soal online kak, Carani sendiri sudah mulai jualan di online blm ya kak?
- Informan : Kalau untuk Gofood alhamdulillah sudah ada, tapi sayangnya belum maksimal sudah ada penjualan namun blm maksimal. Oleh karena itu yang tadi saya bilang kita bakal dimaksimalin dibagian promonya dari bundling harganya dan menu-menu yang ditawarkan.
- Penulis : Kalau dengan *service* pegawai yang diberikan oleh *coffee shop* Carani terhadap pelanggan bagaimana kak?
- Informan : *service* Carani kepada pelanggan seperti yang sudah saya bilang, pertama itu kita harus membangun sikap kepercayaan kepada pelanggan bagaimana cara nya pelanggan bisa percaya dan loyal kepada kita tentunya lewat rasa pertemanan, seperti kakak sendiri kalau sudah percaya dengan temen dekatnya akan curhatin apapun karena sudah ada rasa percaya. Sama hal nya dengan *service* yang diterapkan oleh Carani, seperti kemarin kita melihat ada pelanggan yang sendiri setelah kita menyajikan minumannya kita mencoba mengajak ngobrol

sekedar untuk menanyakan hal-hal sepele seperti rasa minumannya, sehingga ini akan menimbulkan rasa kesenangan karena merasa dianggap dan didengarkan dan tentu membuat rasa nyaman. Lalu pelayanan-pelayanan lainnya ya tentu dengan bersikap baik, sopan, good attitude, penampilan diperhatikan juga seperti itu.

Peneliti : Kalau mengenai komunikasi, bagaimana cara *coffee shop* Carani dalam memberikan setiap informasi terkait *coffee shop* kepada konsumen?

Informan : Untuk informasi sendiri bisa melalui online dan offline, kalau offline sendiri pertama bisa dikasir saat pelanggan pertama datang kita akan memberikan produk knowledge, karena tentu di Carani ada beberapa menu dengan nama-nama yang unik , disitu kita memberikan informasi mengenai produk knowledge kepada pelanggan. Kemudian disisi lain secara online kita melalui sosial media Instagram, kita akan memberikan informasi-informasi promo, kenyamanan tempat duduk di Carani, ataupun acara-acara di Carani.

Peneliti : Berarti untuk acara-acara yang bisa diselenggarakan di Carani biasanya di informasikan melalui Instagram saja ya kak?

Informan : Untuk lebih jelasnya iya kak, namun kita biasanya dari tim Carani tidak sungkan untuk mengingatkan kepada pelanggan saat mereka memesan minuman jika dapat waktu dekat akan ada acara.

Peneliti : Adakah SOP pelayanan yang diterapkan *coffee shop* Carani kepada setiap pelanggannya? dan seperti apa?

Informan : tentunya ada, pertama greetings , kemudian cara meng serve minuman kan ada ingredients minuman yang harus sesuai, kemudian melayaninya dengan mengantar, menanyakan kepada pelanggan sebelum menyajikan minuman “permisi kak atas nama kak... dengan pesanan ... ya kak” hal ini untuk memastikan tidak terjadi kesalahan atau kekeliruan, kurang lebih begitu.

Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menyampaikan informasi terkait harga menu?

- Informan : Terkait informasi menu kita sudah pasang di depan kasir menu beserta harganya, jadi memudahkan pelanggan untuk melihat saat ingin memesan. Kemudian untuk di online kita biasanya pada event tertentu seperti 17 Agustus kemarin kita meluncurkan menu baru khusus untuk hari kemerdekaan jadi layer minumannya itu putih merah, disitu pun kita kasih tau terkait informasi menu special khusus hari kemerdekaan beserta harganya.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menyampaikan informasi kepada pelanggan mengenai *event* yang akan diselenggarakan
- Informan : Sama seperti pertanyaan sebelumnya sudah saya jelaskan juga, event yang akan diselenggarakan oleh Carani biasanya akan diinformasikan di Instagram, kalau offline biasanya kita mengingatkan kembali kepada pelanggan.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani dalam membantu kesulitan konsumen?
- Informan : Kesulitan konsumen ini biasanya terjadi sebelum melakukan pemesanan kak, seperti yang kakak tau menu di Carani namanya cukup unik-unik, maka dari situ teman-teman Carani ini akan memberikan produk knowledge atau pemahaman. Jadi teman bar Carani dengan senang akan membantu konsumen yang kesulitan memilih menu dengan cara akan kita arahkan dengan menanyakan tipe minuman apa yang ingin pengunjung pesan. Dan jika ada konsumen yang mau pesen kopi tapi tidak mau terlalu pahit itu pun bisa request dari awal.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menangani masalah ketika terjadi ketidaksesuaian pada produk yang ditawarkan ke konsumen?
- Informan : Jika ketidaksesuaian ini terjadi atas dasar kekeliruan dari pihak Carani kita akan menggantinya dengan menu baru yang sesuai dengan catatan kesalahan dari pihak kami. Namun jika ketidaksesuaian terjadi atas dasar kesalahan konsumen ini belum bis akita ganti dengan produk baru.

Peneliti : Bagaimana *coffee shop* Carani menanggapi gaya hidup ngopi pelanggan?

Informan : Di Yogyakarta ini banyak sekali sebutan ada yang bilang kota pariwisata, kota wisatan, kota pelajar, bahkan akhir-akhir ini banyak yang dibidang kota sejuta kopi karena banyak banget nih kopi-kopi dijogja, nah salah satunya menanggapi gaya hidup ngopi, kita ini mengikuti gaya trend yang ada dengan menyajikan menu-menu ala Carani contoh misalkan sekarang ini kalau kakak lihat banyak café-café maraknya menu2 mocktail yang based nya soda atau pun kopi, otomatis Carani membuat menu tersebut karena itu akan permintaan dari pelanggan kita menyajikan juga menu2 seperti itu, karena tidak sedikit dari pelanggan yang datang menanyakan “ada ga si menu mockail nya kak?”, atau juga pelanggan yang masih suka dengan trend-trend sebelumnya seperti kopi susu gula jawa atau gula aren dan segala macem, itupun kita tetap menyediakan. Gaya hidup trend ngopi sekarang itu kan yang pertama dicari view, rasa kopi, dan menu-menu minumannya. Salah satu yang kita angkat disini view sawah kita kalau kakak kesini pas sunset asik banget kak bisa lihat matahari terbenam sembari minum kopi, dan Insyaallah juga nanti kita tanggal 1 ada event chill sunset nanti kita ada music DJ nya juga, acara ini kita buat juga sebagai strategi Carani dalam menanggapi gaya hidup ngopi kak seperti itu.

Peneliti : Aktivitas apa yang paling sering dilakukan pelanggan di coffee shop Carani? Dan jelaskan?

Informan : berbagai macam si kak aktivitas yang dilakukan pelanggan di Carani Coffee, ada yang nugas, ada yang rapat organisasi, kemudian ada yang coworking atau bekerja seperti yang kakak lihat indoor Carani ada meja yang pas untuk ukuran laptop, kemudian ada juga yang shooting karena melihat view nya yang cantik, dan shooting yang dilakukan di Carani tidak hanya sekali dua kali tetapi sering kak, bahkan sempat pas ngadain event shisha di bulan Juni itu ada salah satu selebgram shisha

dateng kesini untuk shooting video, dan komentar yang diberikan beliau Carani merupakan salah satu tempat yang saya suka di Jogja, setelah beberapa tempat yang sudah di kunjungi, view yang Carani Coffee sajikan yang paling menarik buat saya.

Peneliti : kalau ada yang mengadakan shooting di Carani Coffee seperti yang kakak bilang tadi, itu nantinya hanya membayar harga sewa atau membeli produk Carani dengan minimal pembelian atau gimana kak?

Informan : Kalau shooting-shooting yang dilakukan di Carani kan tidak hanya selebgram2 atau pegiat youtube, tetapi juga ada mahasiswa-mahasiswa kampus dekat sini yang mereka memang fokusnya ke digital sehingga mereka menggunakan tempat ini shooting seperti untuk video profil, video keseruan mereka, nah kalau untuk budgetnya kita tidak ada harga sewa, jadi mereka cukup membeli produk kami tanpa minimal pembelian. Sama hal dengan pelanggan yang membooking tempat coworking space untuk dijadikan tempat rapat tidak ada minimal order. Karena saya yakin ketika orang datang dengan tim nya kesini tentu akan ada timbal baliknya juga untuk kami, dan ini juga salah satu cara Carani dalam menjalin relasi kak.

Peneliti :Bagaimana kalian menanggapi konsumsi kopi di coffee shop Carani yang dilakukan oleh pelanggan?

Informan : melihat gaya hidup konsumsi kopi yang sangat meningkat tentu Carani ikut senang, karena kita menyajikan dan menawarkan menu-menu kopi, dan dengan melihatnya banyak sekali penikmat kopi dengan banyak permintaan seperti ingin tempat dengan model seperti ini, menu-menu seperti ini itu adalah salah satu masukan untuk kami untuk selalu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan serta fasilitas yang ada.

Peneliti :Adakah makna / nilai sosial yang ingin disampaikan *coffee shop* Carani kepada pelanggan yang melakukan aktivitas konsumsi kopi? Dan apa makna sosial tersebut?

- Informan : Carani sendiri ini kan berasal dari Bahasa Sangsekerta yang berarti pondok kecil untuk wanita, yang tersirat dari situ adalah Carani ingin menjadi tempat kembali teman-teman. Jadi dalam artian ketika kita menghadapi hiruk pikuk kampus yang cukup penat atau butuh refreshing temen-temen bisa ke Carani ngopi sambil menikmati pemandangan sawah, tidak hanya itu Carani juga terbuka untuk teman-teman yang sekedar butuh teman cerita, karena tim Carani sangat terbuka untuk sharing-sharing, karena gak ada salahnya kita mendengarkan cerita orang apalagi kita sebagai makhluk sosial yang satu sama lainnya saling membutuhkan. Kalau dari sisi lainnya Carani juga menyediakan beberapa space untuk teman-teman UMKM yang ingin berkontribusi dan berkolaborasi aktif dengan kita, seperti contohnya disini ada humam shisha, sebelumnya juga ada grill gank. Itu kita disini seperti di awal pertama ada pembagian persentasi ataupun ada kontrak tempat dan itu nanti dibicarakan sesuai hasil keuntungan satu sama lainnya baik bagi pihak Carani ataupun pihak UMKM nya seperti itu.
- Peneliti : Adakah pesan khusus dari coffee shop Carani untuk pelanggan yang membeli kopi disini? Dan apa?
- Informan : okey yang pertama yang paling tepat tentunya terimakasih banyak untuk teman-teman pelanggan setia Carani dan teman-teman yang pernah mampir ke Carani makasih banyak dari kami karena teman-teman mau datang kesini dan bahkan tidak sedikit juga dari temen-temen memberikan saran dan masukan buat kami, karena kami juga manusia tidak luput dari salah kami meminta maaf jika dalam pelayanan kami ada yang kurang maksimal dan kami akan selalu meningkatkan juga dan jika nanti kedepannya ada yang ingin disampaikan ataupun ada yang ingin memberikan saran masukan kami dengan tangan terbuka akan menerima dan dari sisi lain kalau mau cari tempat kopi yaa Carani.

## LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA (OWNER 1)

### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal, hari : 23 September 2022
2. Waktu mulai dan selesai : 20.00 – 20.45 WIB

### II. Identitas Informan

3. Nama : Muhammad Irfan
4. Jenis kelamin : Laki-laki
5. Usia : 22 tahun
6. Jabatan : Owner 1
7. Pendidikan terakhir : SMA

### Hasil Wawancara

Peneliti : Apa yang melatarbelakangi anda memilih bisnis kopi di industry *food and beverage*?

Informan : Jadi sebenarnya saya terjun ke bisnis kopi ini gak sengaja si kak, berawal dari orang tua sebenarnya terutama ayah saya kebetulan banget ada lahan kosong yang bisa dimanfaatkan buat bisnis. Karena adanya lahan kosong akhirnya ayah saya suruh saya untuk belajar berbisnis nyambi kuliah juga. Awalnya ayah saya mau buka rumah makan bertema joglo tradisional gitu kak, lalu nanya lah pendapat saya dengan tempat yang seperti ini cocoknya dijadikan apa. Karena saya melihat lahannya cukup luas juga akhirnya saya sarankan untuk bisnis kearah coffee shop yang tidak hanya menjual rasa kopi tetapi juga menjual pemandangan. Dan yang saya lihat juga ketertarikan anak muda saat ini ke kopi sudah sangat meningkat ya, dimanamana sekarang orang carinya kopi maka dari situ akhirnya saya membuat konsep *coffee shop* nya dan saya kasih ke ayah saya dan langsung disetujui ka. Jadi bisa dibilang saya kecemplung tiba-tiba si kak kedalam bisnis di industry f&b ini.

Peneliti : Dengan proses yang panjang dan akhirnya kakak memilih bisnis *coffee shop* ini, sebenarnya emang ada ga si ketertarikan dalam dunia kopi atau gimana kak?

- Informan : Kalau saya jujur sebenarnya gak ada pemikiran sama sekali si di awal, pure karena bantu orang tua sebenarnya dan mau gak mau harus bantu kan, tapi seiring berjalannya waktu akhirnya dari sini aku banyak belajar tentang bisnis, tentang kopi karena emang aku dipercayakan orang tua aku untuk mengelola ini jadi mau gak mau aku terjun langsung juga ke lapangan dan sambil belajar juga tentunya. Tapi bukan aku terpaksa dan jadi gak enjoy ya menjalani ini, sejauh ini aku sangat enjoy karena juga banyak dibantu juga tentunya oleh teman-teman Carani yang lain seperti Mas Humam.
- Peneliti : Apa yang menginspirasi anda dalam merancang konsep *coffee shop* Carani ini ka?
- Informan : Saya terinspirasi dari perkembangan *coffee shop* yang sangat pesat, namun perkembangan *coffee shop* tidak hanya terbatas pada konsep *coffee shop* untuk anak muda saja yang minimalis dan instagramable. Carani Coffee sendiri mempunyai konsep untuk dapat dinikmati juga oleh semua kalangan.
- Peneliti : Apakah ada *coffee shop* yang menjadi referensi?
- Informan : Tentunya ada ya, kalau misal tentang rasa kopi nya sendiri yang jadi referensiku sebenarnya kalau local itu Space Coffee Roastery karena menurutku rasa kopi yang disajikan di Space itu gak ada yang enak dan dia juga punya roastery sendiri. Kalau tempat aku sebenarnya aku referensi lebih ke Marisini Coffee karena dia juga jual tempat kan, kebetulan tempat dia juga view nya alam di pinggir sawah gitu.
- Peneliti : Siapakah target pelanggan *coffee shop* Carani?
- Informan : Sebenarnya pas awal aku buat Carani ini target aku lebih ke anak muda karena daerahnya deket sama beberapa kampus, cuman seiring berjalannya waktu gak cuman anak muda aja yang ke Carani tapi semua kalangan si sekarang, bahkan sering kaya keluarga gitu dateng untuk nongkrong di Carani Coffee, terus juga pernah sekumpulan bapak-bapak juga nongkrong di Carani. Jadi sekarang beragam si lebih ke general karena dari konsep pun juga masuk ke semua kalangan gak hanya anak muda aja gitu.

Peneliti : Apakah tujuan dari pembentukan bisnis *coffee shop* Carani yang ingin dicapai?

Informan : Kalau tujuan dalam pembentukan bisnisnya sendiri ini tentunya kita punya goals ya kak, kalau tujuan aku untuk setahun kedepan aku ingin meningkatkan pendapatan Carani yang jelas dengan cara meningkatkan penjualan produk, dalam meningkatkan penjualan produk ini tentunya juga selaras dengan meningkatkan kualitas nya juga ya kak dalam hal produk yang ditawarkan, pelayanannya dan dapat memberikan harga yang worth it. Dan yang terpenting aku selalu berharap pelanggan puas dengan apa yang diberikan Carani Coffee maka dari itu tujuan-tujuan aku ini tentunya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjadikan pelanggan menjadi loyal kak. Kalau tujuan aku untuk 5 tahun kedepan, tentunya aku ingin membuka cabang baru, memelihara kelangsungan hidup bisnis Carani sendiri, meningkatkan juga kesejahteraan Carani melalui pendapatan yang optimal, dan yang pasti meningkatkan jumlah pelanggan kak.

Peneliti : Kalau tujuan sosialnya sendiri ada gak si kak?

Informan : tentu ada kak, tujuan sosial dari Carani Coffee sendiri kami ingin berdampak baik kak untuk para UMKM dengan melakukan Kerjasama atau kolaborasi dengan Carani Coffee kak, karena kita kebetulan mempunyai beberapa space yang dapat dipakai untuk UMKM yang berminat. Selain itu juga tujuan sosial Carani Coffee tentu ingin menjadi tempat pilihan dan tempat kembali kak entah itu hanya sekedar nongkrong atau pun nugas, kami selalu berharap Carani Coffee menjadi tempat yang nyaman untuk bersosialisasi dalam hal apapun.

Peneliti : Apa yang menjadi diferensiasi produk pada *coffee shop* Carani?

Informan : Tentunya ada kak, kalau untuk kopi susu nya sendiri kita ada menu namanya javane Carani, sebenarnya ini menu umum tapi kita bedakannya bahannya, biasa *coffee shop* lain pakai gula aren kita pakai gula jawa jadi rasa yang kita tawarkan di Javane Carani juga mempunyai keunikan sendiri kak. Lalu kalau di menu mocktailnya

kita bikin pure resep sendiri yang dibantu oleh tim dari Carani juga yang pasti dan itu prosesnya lumayan panjang karena kita *trial error* juga ya sampai akhirnya menemukan rasa yang pas dan yang kita mau. Jadi dalam menu mocktail yang kita tawarkan yang jadi pembeda itu lebih ke coffee mocktail nya kak, seperti menu darmarita kita menciptakan coffee mocktail dengan campuran rasa floral yang di padupadankan dengan coldbrew, jadi rasa yang kita buat niatnya memang unik agar menjadi pembeda dari menu coffee shop lainnya.

Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani untuk meningkatkan kualitas produk?

Informan : Untuk meningkatkan kualitas produk lebih ke seringnya *maintenance* ya mulai dari bahan bakunya, mesin espresso nya. Dan aku sebagai owner harus sering controlling si, walaupun kaya aku lagi diluar kota gini atau lagi sibuk kuliah aku gimanapun tetap ada tanggung jawab aku kan jadi itu juga gunanya punya tim jadi biasanya aku serahin itu ke Mas Humam untuk controlling. Dan yang jelas kita mengadakan *croch check* sebulan 1-2 kali ya, terkait rasa produk yang diperjual belikan biasanya kita juga pernah memperbaiki rasa berdasarkan saran atau pendapat dari konsumen, atau *crosh check* menu yang jarang keluar tiap bulan itu kita *crosh check* bareng-bareng dan tentunya juga kita saling terbuka dan berdiskusi mengenai rasa produk, jadi semua juga bisa saling memberikan saran dan pendapat juga karena aku juga pastinya butuh saran-saran dari teman-teman Carani yang lain untuk memperbaiki rasa dan kualitas minuman yang kita tawarkan begitu si kak.

Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen?

Informan : Kalau mengenai pelayanan aku bersama Mas Humam tentu udah buat SOP orang-orang bar termasuk teknis pelayanan juga sudah tertulis, dan yang aku tadi bilang aku sering controlling juga kalau lagi di Jogja kalaupun enggak juga aku serahkan semua ke Mas Humam. SOP yang

sudah kita buat juga wajib untuk diterapkan kak untuk teman-teman Carani selama melayani konsumen, seperti salah satunya hal pertama yang sepele tapi sangat penting yaitu greetings itu wajib dilakukan oleh tim bar Carani, terus juga bersikap humble dan friendly itu juga termasuk dalam standart operasional prosedur, dan tentunya memahami menu yang akan ditawarkan ya kekonsumen itu si kak kurang lebih yang Carani lakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani memberi kenyamanan bagi pelanggan?

Informan : Dalam hal memberi kenyamanan bagi pelanggan aku yang pertama pasti mengenai kebersihan, jadi memang dari awal aku menerapkan ke teman-teman Carani untuk selalu memperhatikan kebersihan dan itu sudah aku tulis di dalam SOP kebersihan juga baik itu toilet, tempat duduk, meja, bahkan asbak itu harus dicuci tiap hari. Dan yang kedua tentunya pelayanan ya seperti yang udah aku bilang bahwa dalam hal pelayanan semua teman-teman Carani harus greetings pelanggan diawal dan bersikap ramah, friendly, dan tentunya sopan. Dan yang terakhir dalam memberi kenyamanan bagi pelanggan aku juga menyediakan beberapa fasilitas yang dapat dipakai oleh pengunjung setia Carani. Menurut aku ketiga hal tersebut yang utama dalam memberi kenyamanan bagi pelanggan yang nantinya diharapkan pengunjung dapat kembali lagi ke Carani.

Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani memastikan terkait produk kopi yang disediakan untuk customer sudah berkualitas?

Informan : Mengenai produk kopi sendiri, aku mewajibkan tim bar setiap jam buka untuk melakukan kalibrasi kopi terlebih dahulu tujuannya untuk menjaga konsistensi dari rasa kopi itu sendiri, dan memperhatikan mengenai penyimpanan biji kopi itu sendiri karena tentu akan mempengaruhi rasa kak.

- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menjaga hubungan baik dengan pelanggan?
- Informan : Dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan aku terapkan yang pasti pertama kualitas produk dan tentunya pelayanan karena konsumen pasti akan selalu inget mengenai rasa produk yang kita tawarkan kalau udah enak harga terjangkau pasti konsumen juga akan percaya dan balik dengan sendirinya gitu kalau mengenai pelayanan ya balik seperti sebelumnya memberikan greetings bersikap humble sehingga menciptakan konsumen menjadi nyaman di Carani Coffee, selain itu juga mengadakan promo atau bundling harga gitu, lalu juga mengadakan event-event seperti live music itu kan juga salah satu strategi kita agar mengikat konsumen dalam artian mengikat seperti membuat konsumen selalu merasa nyaman maka secara tidak langsung kan juga tercipta hubungan yang baik juga.
- Peneliti : Bagaimana dengan ketentuan mengenai aturan jam operasional *coffee shop*?
- Informan : untuk ketentuan mengenai aturan jam buka Carani selama ini selalu sesuai dengan informasi yang sudah kami berikan ya, yaitu buka dari jam 16.00 – 00.00 WIB. Kalaupun ada keterlambatan buka karena terjadi kendala mungkin akan kami infokan di sosial media Instagram Carani.
- Peneliti : kalau boleh tau kenapa bukanya mulai dari sore ya kak, kenapa gak mulai dari pagi atau siang hari gitu?
- Informan : Jadi gini di awal Carani buka kita menerapkan system buka dari pagi pukul 10.00 pagi, dan ternyata tidak efektif seperti yang bisa kakanya lihat Carani ini kalau di pagi atau siang hari matahari mengarah ke Carani sehingga ini menyebabkan ketidaknyamanan bagi para pengunjung dan berakibat dari pagi sampai menuju sore itu sepi dan tentu ngaruh pada masalah pendapatan karena sudah mengeluarkan tenaga lebih banyak, listrik juga akan tetapi penjualan pada pagi dan siang hari tidak ada. Maka solusi yang kita ambil pada akhirnya buka

mulai pada sore hari. Dan disisi lain Carani juga mulai memasang tirai pada ruang indoor agar meminimalisir cahaya matahari yang masuk, tujuannya agar pengunjung yang berada di indoor tetap merasa nyaman seperti itu kak.

Peneliti : Bagaimana dengan *service* pegawai yang diberikan oleh *coffee shop* Carani terhadap pelanggan?

Informan : Tentu sesuai dengan SOP pelayanan ya yang pertama wajib greetings, lalu menjelaskan menu, serta membantu pelanggan untuk memilih menu jika mengalami kesulitan karena nama menu yang kita tawarkan cukup unik-unik. Dan yang pastinya pesenan akan kita anter sesuai dengan meja pengunjung. Jadi dalam hal *service* atau pelayanan kita utamakan kenyamanan bagi pelanggan.

Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani dalam memberikan setiap informasi terkait *coffee shop* kepada konsumen?

Informan : Informasi yang Carani berikan biasanya melalui sosial media yaitu Instagram, mau ada event atau promo bundling dan suasana Carani tiap harinya itu kita sampaikan dan tampilkan di Instagram. Kalau secara langsung mungkin kita kalau ada event biasanya pasang banner atau poster gitu yang kita tempelkan di Carani jauh sebelum hari acara sehingga pelanggan juga dapat melihat.

Peneliti : Adakah SOP pelayanan yang diterapkan *coffee shop* Carani kepada setiap pelanggannya? dan seperti apa

Informan : tentunya ada, seperti yang tadi sudah saya jelaskan mulai dari hal yang basic dan terdengar sepele tetapi itu sebenarnya berdampak besar yaitu greeting, knowledge produk ke konsumen, bersikap ramah dan sopan, dan yang jelas selalu sedia untuk membantu setiap kesulitan yang dirasakan oleh pelanggan ya.

Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menyampaikan informasi terkait harga menu?

- Informan : untuk menu kita sudah tertera jelas ya di tempat pemesanan yaitu kasir, di meja pesanan sudah kita sertakan menu berserta harganya agar konsumen dapat menyesuaikan juga ketika memesan.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menyampaikan informasi kepada pelanggan mengenai *event* yang akan diselenggarakan
- Informan : ini juga sama kita melalui sosial media yaitu Instagram, dan biasanya juga kita pasang poster atau standing banner disekitar Carani supaya pengunjung juga bisa lihat gitu.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani dalam membantu kesulitan konsumen?
- Informan : tentunya kita sangat open ya, apapun yang konsumen butuhkan pasti akan kita bantu. Terutama dalam hal pelayanan juga semisal ada konsumen yang kesulitan memilih menu juga teman-teman Carani akan bantu menjelaskan mengenai ingredients dan rasa pada produk yang ditawarkan, karena nama menu kita juga unik-unik jadi mungkin ini yang menyebabkan konsumen terkadang bingung untuk memilih menu. Dan biasanya juga dari tim bar di awal pasti akan menanyakan mau pesen kopi, non kopi, soda, tea, mocktail, atau bahkan V90.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menangani masalah ketika terjadi ketidaksesuaian pada produk yang ditawarkan ke konsumen?
- Informan : kalau ketidaksesuaian yang salah produk dan memang pure salah dari kami, tentu kami akan mengganti produk secara free sesuai dengan pesenan konsumen, kecuali ketidaksesuaian rasa seperti kurang pahit atau terlalu manis itu tidak dapat diganti karena itu merupakan selera mungkin hal tersebut bisa diatasi dari konsumennya yang dari awal request untuk tidak terlalu pahit kopinya atau sebagainya, dan jika ketidaksesuaian itu salah dari konsumennya kami tidak ada penawaran untuk diganti seperti itu si kak kurang lebih.
- Peneliti : Bagaimana *coffee shop* Carani menanggapi gaya hidup ngopi pelanggan?

Informan : Karena budaya ngopi ini sekarang bisa dikatakan menjadi kebutuhan dan lifestyle ya, bahkan sekarang *coffee shop* dikatakan sebagai ajang fashion show karena orang berlomba-lomba tampil kece ke *coffee shop* yang sebenarnya ke coffee shop kan untuk menikmati kopi cuman kini karena udah mengalami pergeseran makna terlalu mengikuti trend yang ada, jadi aku selaku owner terus memodifikasi Carani ini sendiri si kak mengikuti perkembangan yang lagi trend. Kayak misalnya di awal buka Carani hanya menjual kopi susu aja namun sekarang karena lagi trendnya minuman mocktail akhirnya kita sebagai pebisnis tentunya harus kreatif ya, pada akhirnya aku bersama tim membuat beberapa menu baru mocktail, apalagi sekarang kan banyak banget bermunculan coffee shop dan tentu jadi semakin banyak juga pesaingnya jadi harus pinter-pinter untuk berkembang si, dan selain itu kita juga sering mengadakan live music karena berdasarkan survey konsumen senang dengan adanya live music di Carani karena ini merupakan wadah mereka dalam mencari hiburan diluar. Dan tentunya Yogyakarta sebagai kota pelajar kita cukup sering mengadakan acara bertema anak muda dan diskon khusus untuk mahasiswa dengan syarat menunjukkan KTM (Kartu Tanda Mahasiswa).

Peneliti :Aktivitas apa yang paling sering dilakukan pelanggan di coffee shop Carani? Dan jelaskan?

Informan : sebenarnya cukup beragam si kak, ada yang nugas, nongkrong, dan juga meeting.

Peneliti : Bagaimana kalian menanggapi konsumsi kopi di coffee shop Carani yang dilakukan oleh pelanggan?

Informan : karena aku berbisnis di industry ini yang pasti aku senang dengan semakin meningkatnya konsumsi kopi yang terjadi, dan semoga Carani juga dapat melayani dengan kualitas yang terbaik dan pelayanan yang terbaik juga untuk pelanggan agar pelanggan setia Carani juga tetap percaya dan setia kepada Carani.

- Peneliti : Adakah makna sosial yang ingin disampaikan *coffee shop* Carani kepada pelanggan yang melakukan aktivitas konsumsi kopi? Dan apa makna sosial tersebut?
- Informan : Sebenarnya untuk makna sosial Carani sendiri kita ingin teman-teman setia Carani dapat kembali ke Carani untuk melakukan berbagai aktivitas dan menjadi teman baik, teman berdiskusi dan teman untuk nongkrong, maka dari itu pelayanan yang diutamakan dari Carani adalah bersikap humble dan friendly agar tidak adanya pembatas antara tim Carani dengan pelanggan sehingga pelanggan dapat percaya seterusnya kepada Carani.
- Peneliti : Adakah pesan khusus dari coffee shop Carani untuk pelanggan yang membeli kopi disini? Dan apa?
- Informan : yang jelas aku mau berterimakasih banyak ke teman-teman setia Carani yang memilih Carani sebagai tempat untuk beraktivitas baik itu nongkrong, nugas, kerja dan lain sebagainya dan aku cukup terbuka untuk kalian yang mau memberi saran atau pendapat untuk Carani agar Carani tetap berkembang terus.

### LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA (HEAD BAR/MANAGER)

- I. Jadwal Wawancara
  1. Tanggal, hari : 21 September 2022
  2. Waktu mulai dan selesai : 19.00 – 19.45 WIB
- II. Identitas Informan
  1. Nama : Lucky
  2. Jenis kelamin : Laki-laki
  3. Usia : 23 tahun
  4. Jabatan : Manajer / Headbar
  5. Pendidikan terakhir : SMA

### Hasil Wawancara

- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani untuk meningkatkan kualitas produk?

- Informan : Pertama kalau dalam kualitas produk kita omongin soal harga terlebih dahulu ya, di Carani sendiri ini bukan coffee shop yang punya jenis mesin yang mahal dan juga bukan coffee shop yang pakai bahan-bahan mahal, tapi kita memanfaatkan dan meminimilasikan pengeluaran yang banyak tetapi tetap mempertahankan kualitas. Jadi dalam hal ini kita memilih produk-produk yang ada harga di menengah keatas bukan mengengah kebawah, maka dari itu cara kita menjaga kualitas produk seperti itu. Pertama untuk beans bulan ini aku sendiri ambil yang harganya agak lumayan mahal yang mana ada arabikanya lebih banyak untuk meningkatkan kualitas produk kita, kan banyak konsumen penggemar kopi ini suka yang arabikanya lebih dominan di rasa ekspressnya. Selain itu kita juga dalam menjaga kualitas produk banyak feedback dari para customer, misalnya setelah ada customer yang pesen terus minumannya masih sisa itu biasanya aku sebagai headbar mencari tau apa kurangnya didalam minuman tersebut sehingga sering sisa dimenu yang sama, entah itu di rasa beans nya, takarannya, atau pun di bahan lainnya.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen?
- Informan : Untuk di Carani sendiri kita tentunya ada SOP ya dalam bekerja terutama dalam hal pelayanan, jadi dalam meningkatkan pelayanan seluruh tim bar wajib menerapkan SOP itu seperti diawal memberi greeting ke customer yang datang, menjelaskan menu, dan membantu customer yang bingung dalam memilih menu. Dan biasanya juga kita tidak segan untuk bergabung duduk dengan customer yang sekiranya open untuk kita datengin ke mejanya, untuk sekedar menanyakan bagaimana rasa minumannya apa yang kurang dan lain sebagainya, ini juga merupakan salah satu cara kita untuk meningkatkan pelayanan agar kedepannya customer-customer ini menjadi loyal dan datang kembali karena merasa Carani ada tempatnya yang nyaman dan tentu terpercaya.

- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani memberi kenyamanan bagi pelanggan?
- Informan : Untuk kenyamanan kebetulan kita baru melakukan renov ya kak jadi kita baru buat ruangan indoor yang khusus bisa ngevape atau ngeshisha, dan itu salah satu contoh kita dalam memberikan kenyamanan bagi pelanggan, selain itu juga kita menyediakan beberapa fasilitas ya kak tentunya untuk menambah kenyamanan seperti kita ada musholla, tempat parkir kita juga luas, ada toilet juga yang terpisah jadi toilet wanita sendiri toilet laki-laki juga sendiri, dan tentunya kita menyediakan wifi ya kak.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani memastikan terkait produk kopi yang disediakan untuk customer sudah berkualitas?
- Informan : Dalam ini kita aku sebagai headbar tentu bertanggung jawab penuh ya kak pada setiap rasa produk yang akan keluar, jadi aku selalu mengingatkan kepada tim bar aku untuk selalu mengecek dan mencoba produk sebelum disajikan aman dan sesuai dengan rasa dari masing-masing produk. Selain itu untuk minuman kopi, Carani mewajibkan sebelum jam buka harus kalibrasi beans dulu untuk menyesuaikan rasa ekspreso kak karena itu akan berpengaruh ke setiap produk minuman kopi yang akan ditawarkan ke pelanggan.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menjaga hubungan baik dengan pelanggan?
- Informan : dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan kita menggunakan system member kak, teman-teman di bar kan tentu hafal ya dengan pelanggan-pelanggan yang cukup sering di Carani makan biasanya kita nanti akan menawarkan menjadi member. Dalam system member ini kita cukup mendata nama dan nomer hp, nanti untuk next pembeliannya dapat potongan 10% gitu kak. Karena kita baru merintis ya kak jadi kita rasa dengan adanya system member ini membuat pelanggan-pelanggan terus ingin datang kembali ke Carani.

- Peneliti : Bagaimana dengan ketentuan mengenai aturan jam operasional *coffee shop*?
- Informan : Untuk ketentuan jam buka kita selalu on time si sesuai dengan keterangan di Instagram kita buka pukul 16.00 – 00.00 WIB.
- Peneliti : Kalau boleh tau kak, kenapa ya Carani buka mulai dari sore hari?
- Informan : sebenarnya dulu Carani sempat buka dari pagi jam 10.00 pagi kak cuman karena bisa dilihat dari sikon tempat kita yang banyaknya outdoor dan ruangan indoor kita dulunya kecil, jadi ketika kita buka dari pagi biaya operasionalnya menjadi lebih besar tetapi pendapatan dishift pagi juga kecil. Akhirnya langkah yang kita ambil sekarang ini kita buka dari sore dan mulai memperbaiki space tempat duduk dan juga menambah ruangan indoor kak seperti yang disebelah kiri itu juga ruangan indoor yang baru kita buat, kenapa kita tambahkan ruangan indoor itu sebagai upaya jika terjadi hujan juga kak. Untuk rencana kedepannya apakah akan bukan dari pagi lagi, tentunya kita ada plan seperti itu kak tetapi kita masih memperbaiki penghasilan dan flow di jam buka sore- malam ini kak.
- Peneliti : Bagaimana dengan *service* pegawai yang diberikan oleh *coffee shop* Carani terhadap pelanggan?
- Informan : untuk *service* kita masih standart ya kak, seperti *greeting* dikasir, terus juga membantu untuk memilih menu, kasih rekomendasi menu, dan minuman juga kita antar ke setiap meja pelanggan kak.
- Penulis : Bagaimana cara *coffee shop* Carani dalam memberikan setiap informasi terkait *coffee shop* kepada konsumen?
- Informan : Untuk informasi kita selalu update di sosial media Instagram ya kak, mulai dari event, menu baru, ataupun promo.
- Penulis : Adakah SOP pelayanan yang diterapkan *coffee shop* Carani kepada setiap pelanggannya? dan seperti apa
- Informan : tentunya ada SOP ya kak, sama seperti yang sebelumnya saya jelaskan juga SOP pelayanan kita masih sangat standart yaitu *greeting*, menjelaskan menu, memberikan rekomendasi menu, mengantar

pesenan ke meja, dan juga bersikap friendly dan sopan kepada setiap customer.

Penulis : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menyampaikan informasi terkait harga menu?

Informan : Untuk harga menu kita udah tempel jelas dikasir dan kita sertakan juga harganya, kalau untuk di Instagram kita yang tertera nama menu dan harganya hanya mocktail ya kak karena itu menu baru jadi kita selalu usahakan untuk upload terus untuk ngebranding dan tentunya agar teman-teman Carani lainnya juga tau dan ingin mencoba.

Penulis : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menyampaikan informasi kepada pelanggan mengenai *event* yang akan diselenggarakan

Informan : untuk event juga sama kak kita melalui Instagram, jadi kalau ada event kita akan ngeposting dari jauh-jauh hari di Instagram. Dan biasanya kita juga pasang poster disekitar Carani kak.

Penulis : Bagaimana cara *coffee shop* Carani dalam membantu kesulitan konsumen?

Informan : mungkin kalau kesulitan dalam hal memilih menu tentu akan kita bantu kak saat pemesanan maunya non coffee atau coffee, dan tentu nantinya akan kita kasih rekomendasi menu yang sekiranya pelanggan mau dan itu juga masuk dalam SOP pelayanan kak.

Penulis : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menangani masalah ketika terjadi ketidaksesuaian pada produk yang ditawarkan ke konsumen?

Informan : kalau kesalahannya dari kita tentu akan kita kasih compliment gratis, tapi kalau ketidaksesuaiannya ini soal selera seperti kurang manis atau terlalu pahit itu tidak bisa diganti kak, karena dalam hal selera itu bisa di request dari awal pemesanan seperti less ice, less sweet, atau jangan terlalu strong kopinya, seperti itu kak.

Penulis : Bagaimana *coffee shop* Carani menanggapi gaya hidup ngopi pelanggan?

Informan : kita dalam menanggapi gaya hidup ngopi pelanggan itu tentu beradaptasi melalui menu kita kak, menu kita kan banyaknya kopi susu

dari awal, lalu karena tipikal gaya hidup anak muda Yogyakarta suka ngopi tapi kopinya bukan kopi pahit melainkan kopi manis, jadi kita beradaptasi dari situ kita launching produk javani Carani itu sebenarnya menu umum tapi biasanya coffee shop lain pakai gula aren kita pakai gula jawa jadi kita mempunyai keunikan sendiri, jadi taste nya rasa coconutnya, karena kita tetap mau beda. Dan adaptasi beans juga kita menyediakan 3 jenis beans karena biasanya ada 2 tipe orang ada orang yang suka kopi murni dan ada yang suka kopi non coffee murni, nah biasanya yang suka sama kopi murni itu pasti lebih suka premium beans jadi pasti akan nanya mengenai single origin ada apa aja, maka dari itu kita sediain 3 jenis kak. Selain itu juga tentu kita sering mengadakan promo-promo lalu event anak muda.

Penulis : Aktivitas apa yang paling sering dilakukan pelanggan di coffee shop Carani? Dan jelaskan?

Informan : Carani bisa dibilang menggait semua kalangan ya kak, jadi tentunya aktivitas yang dilakukan juga cukup beragam, ada yang nongkrong, nugas, bekerja, meeting, dan kumpul keluarga. Tapi aktivitas yang paling sering dilakukan pelanggan si ya nongkrong kak apalagi dengan vibes yang Carani berikan lalu kita bekerja sama juga dengan shisha jadi menambah kenyamanan lah ketika orang mau nongkrong menikmati kopi dan nyambi shisha kak.

Penulis : Bagaimana kalian menanggapi konsumsi kopi di coffee shop Carani yang dilakukan oleh pelanggan?

Informan : Konsumsi kopi sekarang ini kan udah jadi trend dan menjadi kebutuhan juga ya kak, banyak juga orang yang pesan kopi V90 supaya terlihat anak kopi banget, ada juga yang memang pada dasarnya suka sama kopi murni dibanding kopi susu. Nah ini kan sebenarnya lebih ke selera dan kebutuhan masing-masing juga, maka dari itu kita menyediakan berbagai macam minuman kak mulai dari kopi susu, kopi V90, mocktail, soda based, tea based. Kalau di Carani ini ada 2 jenis pelanggan, yang pertama mereka melakukan kegiatan formal dan yang

kedua kegiatan informal seperti nongkrong. Biasanya yang melakukan kegiatan formal seperti kerja, nugas, meeting itu pasti lebih banyak yang pesennya kopi, tapi orang yang melakukan aktivitas informal seperti nongkrong biasanya pesen berbagai varian rasa dan itu lebih ke non coffee bentuk perilakunya kira-kira seperti itu di Carani. Jadi bisa dikatakan pelanggan akan memesan sesuai dengan kebutuhan dan tentunya selera juga kak.

Penulis : Adakah makna sosial yang ingin disampaikan *coffee shop* Carani kepada pelanggan yang melakukan aktivitas konsumsi kopi? Dan apa makna sosial tersebut?

Informan : mungkin kita lebih ke budayanya ya kak, karena kan dari Bahasa kita berarti tempat gubuk kecil untuk berkumpul jadi kita memberi nilai-nilai kenyamanan tempat untuk nongkrong ke pelanggan, dan kita juga menyediakan beberapa fasilitas untuk mendukung suasana nongkrong dan juga ada partnership dengan UMKM, itu kan juga untuk menambah kenyamanan kondisi dan suasana juga gitu. Dan karena kita menjual minuman kopi ya yang mana biji nya itu juga kita supply dari UMKM roastery yang mana mereka juga mensupply biji kopi nya dari para petani, jadi secara gak langsung dengan membeli segelas kopi di Carani membantu perekonomian UMKM dan petani kopi kak.

Penulis : Adakah pesan khusus dari coffee shop Carani untuk pelanggan yang membeli kopi disini? Dan apa?

Informan : dari aku sebagai orang yang bekerja disini, sering-sering datang ke Carani, buat membership, sering-sering ajak temen, kalau mereka senang dan merasa puas kita tentunya juga merasa senang.

## LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA (PELANGGAN 1)

### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal, hari : 24 September 2022
2. Waktu mulai dan selesai : 18.00 – 18.30 WIB

### II. Identitas Informan

1. Nama : Shafa
2. Jenis kelamin : Perempuan
3. Usia : 21 tahun
4. Jabatan : Pelanggan rutin
5. Pendidikan terakhir : SMA

### Hasil Wawancara

Peneliti : Bagaimana dengan kualitas produk yang ditawarkan *coffee shop* Carani?

Informan : Menurutku aku karena aku sukanya kopi susu ya kak, rasanya oke dan creamy apalagi dengan harga yang ramah kantong jadi cocok buat aku sebagai mahasiswi kak.

Peneliti : Bagaimana dengan pelayanan yang ditawarkan oleh *coffee shop* Carani?

Informan : kalau pelayanan menurut aku barista di sini cukup friendly ya kak, dan ada salah satu barista yang memang udah kenal dan tau nama aku karena aku lumayan sering kesini. Dan pointnya mereka gak judes kak, soalnya kan banyak ya barista gitu yang suka judes tapi kalau Carani enggak.

Peneliti : Bagaimana dengan fasilitas yang diberikan oleh *coffee shop* Carani dalam tujuan memberikan kenyamanan bagi pelanggan?

Informan : menurut aku fasilitas yang diberikan Carani cukup lengkap si kak, dan yang jadi point plusnya buat aku parkirnya luas dan aksesnya gampang, dan untuk aku yang muslim disediakan juga musholla kak jadi gak repot kalau lagi nongkrong mau sholat.

Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menjaga hubungan baik dengan pelanggan?

- Informan : yang aku rasain si dengan mereka bersikap ramah, friendly, dan sopan kekita untuk merupakan cara mereka menjaga hubungan baik dengan pelanggan si kak, dan adanya system membership itu juga sebenarnya salah satu alesannya aku selalu kembali ke Carani karena adanya membership aku dapet diskon 10% setiap pembelian produk kak, jadi lumayan hemat buat aku pribadi. Dan waktu itu juga pernah ya bagian dari mereka dateng ke meja aku untuk bertanya bagaimana rasa kopinya sekaligus nanya kritik dan saranku sebagai customer.
- Peneliti : Apakah jam operasional *coffee shop* Carani sudah sesuai dengan informasi yang diberikan?
- Informan : sudah sesuai si kak, karena tutupnya jam 12 malam jadi biasanya setengah jam sebelum tutup dari pihak mereka udah announce ke kita kalau sudah clear area kak.
- Peneliti : Apakah service pegawai *coffee shop* Carani sudah memenuhi kualitas yang baik?
- Informan : menurut aku udah si kak, apalagi system mereka dianter ke meja jadi aku sebagai customer merasa sangat dilayani ka dan tentunya gak ribet juga di akunya gak perlu bolak balik untuk ambil pesenan ku.
- Peneliti : Apakah informasi yang diberikan oleh *coffee shop* Carani yang berkaitan dengan *coffee shop* sudah cukup jelas dan memuaskan?
- Informan : cukup jelas dan memuaskan kok kak, dan aku juga kebetulan follow Instagramnya Carani jadi aku biasanya kalau ada event gitu aku liatnya dari Instagram kak mereka cukup update menurutku.
- Peneliti : Bagaimana pelayanan yang diberikan *coffee shop* Carani?
- Informan : menurut aku udah cukup baik kok kak.
- Peneliti : Bagaimana anda mengetahui informasi terkait harga menu *coffee shop* Carani?
- Informan : kalau aku sendiri aku lihat menu itu di kasir kak kalau mau pesen, karena disitu udah tertera menu berserta harganya juga.
- Peneliti : Bagaimana anda mengetahui informasi mengenai *event* yang diselenggarakan oleh *coffee shop* Carani?

- Informan : kayak yang tadi aku bilang kak melalui Instagram
- Peneliti : Apakah *coffee shop* Carani selalu membantu kesulitan konsumen?
- Informan : iya sangat membantu menurutku kak, karena aku selalu dibantu dan dikasih rekomendasi menu yang enak, atau biasanya juga ditawarkan menu baru.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani bertanggung jawab ketika terjadi ketidaksesuaian dengan produk yang ditawarkan?
- Informan : sejauh ini kalau aku pesen gak pernah gak sesuai si kak, baristanya cukup teliti yang aku perhatikan.
- Peneliti : Kegiatan apa saja yang biasa dilakukan di *coffee shop* Carani?
- Informan : kalau aku lebih sering nongkrong ya kak, karena kan Carani sendiri bukanya dari sore ke malem jadi menurutku vibes nya lebih enak buat nongkrong kak.
- Peneliti : Adakah kegiatan sosial yang dilakukan di *coffee shop* Carani? Dan seperti apa?
- Informan : mungkin kalau dari aku kegiatan sosialnya sksd kalau anak sekarang bilanganya atau sok kenal sok dekat jadi ya saling berinteraksi aja biasanya kak, jadinya kenal dan jadi tambah teman otomatis relasi juga bertambah kak.
- Peneliti : Adakah ketertarikan kegiatan di *coffee shop* Carani yang membuat anda merasa selalu ingin kembali? Dan jelaskan?
- Informan : ada si kak, mereka menurut aku lumayan sering mengadakan event seperti di malam minggu ada live music jadi nongkrong juga tambah asik dan nyaman kak, terus mereka juga pernah mengadakan event namanya chill sunset di event ini mereka mengadakan promo diskon kak sebesar 20% pada setiap pembelian syaratnya hanya nunjukin KTM (Kartu Tanda Mahasiswa) jadi kira-kira itu si kak kegiatan-kegiatan yang buat aku tertarik buat kembali kesini.
- Peneliti : Apakah yang melatarbelakangi anda untuk ke *coffee shop* Carani? Bagaimana penilaian anda mengenai *coffee shop* Carani

Informan : yang melatar belakanginya aku ke Carani ya karena tempatnya asik buat nongkrong, harga murah apalagi aku ada membership jadi lebih murah lagi, dan Carani kebetulan deket sama kost kak jadi lebih deket dan gampang kalau kesini. Untuk penilaian aku ke Carani rasa oke harga pas dikantong dan vibes nya asik.

## LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA (PELANGGAN 2)

### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal, hari : 24 September 2022
2. Waktu mulai dan selesai : 19.00 – 19.30 WIB

### II. Identitas Informan

1. Nama : Yukita Yura
2. Jenis kelamin : Perempuan
3. Usia : 22 tahun
4. Jabatan : Pelanggan rutin
5. Pendidikan terakhir : SMA

### Hasil Wawancara

Peneliti : Bagaimana dengan kualitas produk yang ditawarkan *coffee shop* Carani?

Informan : untuk rasa dan harga menurut aku sangat oke kak, mereka jual dengan harga murah tapi rasa ga murahan.

Peneliti : Bagaimana dengan pelayanan yang ditawarkan oleh *coffee shop* Carani?

Informan : pelayanan di Carani sendiri menurut aku barista nya cukup ramah dan friendly yaa kak, dan mereka sangat membantu dalam memilih menu.

Peneliti : Bagaimana dengan fasilitas yang diberikan oleh *coffee shop* Carani dalam tujuan memberikan kenyamanan bagi pelanggan?

Informan : fasilitas yang diberikan Carani menurut aku cukup lengkap kak, dan akses parkirannya juga luas banget jadi gak ribet buat aku yang selalu naik kendaraan pribadi. Selain itu juga toilet cowok sama cewek

terpisah gak dicampur jadi nyaman, karena aku lumayan risih kalau toilet cewek dan cowok jadi satu.

Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menjaga hubungan baik dengan pelanggan?

Informan : kalau menurut aku mereka menjaga hubungan baik dengan pelanggan itu seperti mereka bersikap friendly, sangat membantu, komunikatif, dan yang jelas dengan adanya membership ya kak jadi diskon 10% itu yang buat aku balik lagi ke Carani karena potongan harganya lumayan.

Peneliti : Apakah jam operasional *coffee shop* Carani sudah sesuai dengan informasi yang diberikan?

Informan : menurut aku sesuai kak.

Peneliti : Apakah service pegawai *coffee shop* Carani sudah memenuhi kualitas yang baik?

Informan : buat aku pribadi udah ya kak, karena mereka sangat melayani banget apapun yang kita butuhkan jadi secara gak langsung buat aku nyaman.

Peneliti : Apakah informasi yang diberikan oleh *coffee shop* Carani yang berkaitan dengan *coffee shop* sudah cukup jelas dan memuaskan?

Informan : kalau di Instagram cukup jelas dan memuaskan kak.

Peneliti : Bagaimana pelayanan yang diberikan *coffee shop* Carani?

Informan : ini sama kayak sebelumnya udh aku jawab juga ya kak, kalau mereka good attitude dalam melayani, sopan dan ramah. Menurut aku mereka juga pasti ada SOP dalam pelayanan karena gak cuman satu barista yang bersikap good attitude tapi semuanya juga sama rata kak.

Peneliti : Bagaimana anda mengetahui informasi terkait harga menu *coffee shop* Carani?

Informan : kalau menu si aku paling lihatnya pas pesen ya kak itu udah tertera di kasir lengkap dengan harganya.

Peneliti : Bagaimana anda mengetahui informasi mengenai *event* yang diselenggarakan oleh *coffee shop* Carani?

- Informan : kalau event keseringan aku liatnya dari Instagram kak, tapi waktu itu pernah ada poster yang ditempel di Carani itu berisi mengenai informasi akan diselenggarakan suatu event ka.
- Peneliti : Apakah *coffee shop* Carani selalu membantu kesulitan konsumen?
- Informan : kalau aku pribadi iya yaa ka, mereka selalu menerima request dari kita sebagai customer dan juga biasanya aku bingung pesen menu mereka sangat sedia untuk bantu kita dan kasih rekomendasi menu.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani bertanggung jawab ketika terjadi ketidak sesuaian dengan produk yang ditawarkan?
- Informan : Kalau ketidak sesuaian mengenai selera rasa si mereka sangat open ya kak, kayak contohnya aku butuh gula berlebih mereka kasih. Tapi kalau ketidak sesuaian seperti salah produk sejauh ini aku belum pernah.
- Peneliti : Kegiatan apa saja yang biasa dilakukan di *coffee shop* Carani?
- Informan : kalau aku pribadi lebih ke nongkrong ya kak, tapi pernah juga aku nugas disini karena juga ada tempat indoornya yang khusus buat nugas dilengkapi meja yang cukup untuk laptop dan tentunya stop kontak disetiap meja.
- Peneliti : Adakah kegiatan sosial yang dilakukan di *coffee shop* Carani? Dan seperti apa?
- Informan : kalau menurut aku pribadi dengan membeli segelas kopi itu udah termasuk kegiatan sosial ya kak, karena sama aja dengan kita membantu dan ikut mensejahterahkan UMKM dan orang-orang yang terlibat di dalamnya.
- Peneliti : Adakah ketertarikan kegiatan di *coffee shop* Carani yang membuat anda merasa selalu ingin kembali? Dan jelaskan?
- Informan : kalau ketertarikan kegiatan yang jelas kegiatan minum kopi nya ya kak karena aku suka kopi, dan ditambah adanya acara-acara yang diselenggarakan oleh Carani kak jadi membuat kegiatan minum kopi makin asik dan seru.
- Peneliti : Apakah yang melatar belakanginya anda untuk ke *coffee shop* Carani? Bagaimana penilaian anda mengenai *coffee shop* Carani
- Informan : aku sendiri ke Carani jelas karena mau bersantai sambil nikmati kopi ka, kalau masalah view dan beberapa event yang diselenggarakan disini

itu jadi bonus buat aku. Penilaian ku terhadap Carani yang jelas asik dan nyaman buat ngopi.

### LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA (PELANGGAN 3)

#### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal, hari : 25 September 2022
2. Waktu mulai dan selesai : 19.30 – 20.00 WIB

#### II. Identitas Informan

1. Nama : Muchammad Ahsani
2. Jenis kelamin : laki-laki
3. Usia : 23 tahun
4. Jabatan : Pelanggan rutin
5. Pendidikan terakhir : SMA

#### Hasil Wawancara

Peneliti : Bagaimana dengan kualitas produk yang ditawarkan *coffee shop* Carani?

Informan : Kalau untuk kopi susu dan mocktailnya enak kak, tapi karena saya orangnya suka kopi murni jadi saya lebih sering pesan manual brew nya menurutnya pribadi penyajian manual brew nya cukup oke tetapi yang saya sayangkan pilihan beans nya terlalu sedikit kak.

Peneliti : Bagaimana dengan pelayanan yang ditawarkan oleh *coffee shop* Carani?

Informan : pelayanan Carani menurut saya sangat ramah ya dan humble juga barista-baristanya.

- Peneliti : Bagaimana dengan fasilitas yang diberikan oleh *coffee shop* Carani dalam tujuan memberikan kenyamanan bagi pelanggan?
- Informan : fasilitasnya cukup lengkap kak, tapi terkadang kalau lagi ramai wifinya suka lemot kak. Tapi untuk yang lainnya sangat oke terutama ruang outdoor sangat nyaman untuk nongkrong dan parkirannya juga cukup luas jadi memudahkan kita para customer yang bawa mobil untuk parkir.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani menjaga hubungan baik dengan pelanggan?
- Informan : kalau menurutku Carani dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan cukup berhasil ya kak, karena bisa dilihat pelayanan mereka yang super ramah, barista-baristanya humble semua, dan mereka cukup sering juga mengadakan acara dan promo jadi aku sebagai customer juga betah dan nyaman kesini dan pastinya akan balik lagi.
- Peneliti : Apakah jam operasional *coffee shop* Carani sudah sesuai dengan informasi yang diberikan?
- Informan : sejauh ini menurut aku sesuai ya kak.
- Peneliti : Apakah service pegawai *coffee shop* Carani sudah memenuhi kualitas yang baik?
- Informan : menurut aku pribadi iya kak, karena yang tadi aku bilang teman-teman Carani ini sangat ramah dan humble banget.
- Peneliti : Apakah informasi yang diberikan oleh *coffee shop* Carani yang berkaitan dengan *coffee shop* sudah cukup jelas dan memuaskan?
- Informan : kebetulan aku follow sosial media Instagramnya Carani ya kak dan mereka cukup update di Instagram jadi segala informasi pasti mereka suarakan di Instagram jadi menurut aku cukup jelas.
- Peneliti : Bagaimana pelayanan yang diberikan *coffee shop* Carani?
- Informan : aku sendiri cukup puas kak dengan pelayanan yang diberikan Carani, aku bisa berdiskusi dengan para barista disini kalau aku lagi pesen manual brew dan sekaligus aku bisa nanya-nanya kak perihal kopi terutama di manual brew.

- Peneliti : Bagaimana anda mengetahui informasi terkait harga menu *coffee shop* Carani?
- Informan : aku pribadi si jarang ganti menu ya kak kalau kesini, tapi kalau informasi tentang harga menu si yang aku lihat udah tertata rapih dikasir.
- Peneliti : Bagaimana anda mengetahui informasi mengenai *event* yang diselenggarakan oleh *coffee shop* Carani?
- Informan : dari Instagram si kak, pernah juga aku waktu lagi pesen manual brew baristanya menginformasikan kalau mau ada event di Carani gitu.
- Peneliti : Apakah *coffee shop* Carani selalu membantu kesulitan konsumen?
- Informan : sangat membantu kak.
- Peneliti : Bagaimana cara *coffee shop* Carani bertanggung jawab ketika terjadi ketidak sesuaian dengan produk yang ditawarkan?
- Informan : aku si belum pernah ya kak pesen dan yang datang tidak sesuai.
- Peneliti : Kegiatan apa saja yang biasa dilakukan di *coffee shop* Carani?
- Informan : aku lebih sering nongkrong kak biasanya.
- Peneliti : Adakah kegiatan sosial yang dilakukan di *coffee shop* Carani? Dan seperti apa?
- Informan : mungkin bersosialisasi ya kak, karena kan biasanya aku ke Carani itu pasti tujuannya mau nongkrong jadi biasanya sama temen-temen jadi kita banyak ngobrol bertukar pikiran satu sama lain dan menurutku ini masuk dalam kegiatan sosial.
- Peneliti : Adakah ketertarikan kegiatan di *coffee shop* Carani yang membuat anda merasa selalu ingin kembali? Dan jelaskan?
- Informan : kalau ketertarikan kegiatan di Carani aku si sekedar menikmati kopi dan kumpul sama temen-temen ya kak, didukung dengan tempat yang asik pelayanan yang ramah dan bersih jadi aku ngerasa ini yang buat aku selalu mau kembali nongkrong ke Carani apalagi ditambah adanya membership jadi lumayan harga kopi kepotong 10% kak.
- Peneliti : Apakah yang melatar belakangi anda untuk ke *coffee shop* Carani? Bagaimana penilaian anda mengenai *coffee shop* Carani

Informan : kalau dari aku karena aku suka tempat dan suasananya kak, yang tadinya aku jenuh kesana bisa gak jenuh gitu karena suasana Carani asik menurutku dikelilingi sawah apalagi kalau sore hari adem asri gitu kak. Penilaian ku terhadap carani cukup oke dirasa dan sangat oke diharga dan suasana, semoga kedepannya semakin berkembang.



## STRATEGI PEMASARAN CARANI COFFEE SLEMAN DALAM MENANGGAPI GAYA HIDUP KONSUMSI KOPI

### ORIGINALITY REPORT

**14%**

SIMILARITY INDEX

**14%**

INTERNET SOURCES

**3%**

PUBLICATIONS

**7%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://eprints.kwikkiangie.ac.id">eprints.kwikkiangie.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://repository.uma.ac.id">repository.uma.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://jptam.org">jptam.org</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://ejournal.uin-suka.ac.id">ejournal.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://bajangjournal.com">bajangjournal.com</a> Internet Source	1%