

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Bagian ini merupakan bagian akhirdari penelitian terkait Penguatan Identitas Perusahaan sebagai Strategi Pembentukan Citra. Bagian ini akan terdiri dari dua sub-bagian yaitu :

A. Kesimpulan Berdasarkan data-data yang ditemukan dilapangan dengan menggunakan sumber data primer berupa wawancara kemudian data-data tersebut diolah dengan menggunakan metode analisis deskriptif, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra yang terdapat pada *The House of Raminten* merupakan kumpulan dari simbol-simbol secara visual yang unik dan istimewa. Keunikan yang ditonjolkan oleh *The House of Raminten* berupa gaya bangunan, interior, ornament, atribut, serta menu dan penyajian yang dimana terdapat perpaduan antara unsur budaya Jawa dan unsur modern. Sementara itu Keistimewaan yang dimaksud oleh *The House of Raminten* terletak dari perilaku yaitu bagaimana cara *The House of Raminten* memberikan pelayanan kepada pengunjung.
2. Simbol-simbol secara visual yang dimiliki oleh *The House of Raminten* merupakan kekuatan identitas perusahaan dalam membentuk citra sebagai kafe tradisional modern.

3. Percampuran unsure dari identitas perusahaan tersebut bertujuan supaya masyarakat khususnya pengunjung dapat lebih mengenal dan menerima *The House of Raminten*.
4. Identitas perusahaan yang dimiliki oleh *The House of Raminten* lebih dominan kepada elemen simbol, sedangkan elemen perilaku yang terwujud dari pelayanan sepintas hanya sebagai penunjang pembentukan citrate ersebut.
5. Kekuatan dari identitas perusahaan yang dimiliki oleh *The House of Raminten* dilakukan sebagai strategi dalam membentuk citra. Strategi tersebut disusun guna membentuk citra *The House of Raminten* sebagai kafe tradisional modern. Strategi tersebut meliputi ide/konsep, visi dan misi, tujuan, target khalayak, perencanaan, dan monitoring.
6. Manajemen tidak melakukan riset khusus untuk melihat bagaimana perkembangan dari strategi tersebut. Manajemen hanya mengandalkan dari segi kuantitas, yakni melihat dari tingkat kepadatan *The House of Raminten* dikunjungi pengunjung.

#### B. Saran

Berikut ini peneliti mencoba mengemukakan beberapa saran sehingga dalam membentuk citra tradisional modern dapat terencana dengan baik. Adapun saran-saran tersebut antara lain:

1. Hendaknya identitas perusahaan tersebut lebih ditonjolkan kepada sisi visual yang menguatkan citra *The House of Raminten* sebagai tradisional modern kafe, khususnya kultur Jawa itu sendiri.
2. Strategi merupakan salah satu bagian penting dalam membentuk citra perusahaan. Strategi yang dibuat hendaknya lebih ditonjolkan kepada identitas perusahaan, sehingga citra yang mau dibentuk lebih terarah.
3. Monitoring yang dilakukan manajemen dalam buku tamu dan koordinasi terbilang kurang cukup efektif. Diharapkan manajemen *The House of Raminten* membuat perencanaan B sebagai cadangan untuk menambah perencanaan sekaligus meminimalisir ketidaktersesuaian perencanaan yang direncanakan sebelumnya.
4. Harus diadakan riset dari strategi yang sudah dijalankan maupun yang akan dijalankan, sehingga manajemen dapat membuat strategi baru yang lebih jitu demi pengembangan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif :Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta :Kencana Prenada Media Group.
- Cutlip, Scoot.M dan Allen H.Center. 2006. *Effective Public Relations*. Persada Media Group: Jakarta.
- Dowling, Grahame R. 1994. *Corporate Reputations*. British Library: London.
- Effendy, OnongUchjana. 1987. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_, 2003.*Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fombrun, C.J. 1999. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Cambridge, MA : Harvard Business School Press.
- Frank, Jefkins. 1995. *Public Relations*. Jakarta: PenerbitErlangga.
- \_\_\_\_\_, 1998.*Public Relations*. Edisike 5. Jakarta. Erlangga.
- Henry Mintzberg, James Brian Quinn, 1991, *The Strategy Process. Concepts, Contexts, Cases*. Prentice-Hall
- Johnson, Gerry; Kevan Scholes, Richard Whittington. (2005). *Exploring Corporate Strategy*. Prentice Hall, Spain.
- Moleong, Dr.Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_, 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- \_\_\_\_\_, 2001. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ries, Jack Trout. 2002. *Positioning: The Beattle for Your Mind*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sutojo, Siawanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta : Damar Mulia Pustaka

Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung. PT. RemajaRosdakarya.

Susanto dan Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika.

Van Riel, Cees B.M. 1995. *Principles of Corporate Communication*. Prentice Hall

Skripsi :

Thomson Willy Siahaan, 2012, *Pengaruh Kekuatan Corporate Identity terhadap Corporate Image “The House of Raminten” Kota Baru Yogyakarta*, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Paper :

M. AlwiDahlan, *Peranan dan Peluang Pulic Relations dalam meningkatkan Citra dan Pelayanan Perbankan*, (disampaikan pada seminar PR Bank: Pasca UU Perbankan 1992 di Jakarta, 20 Juni 1992)

JurnalAkademis :

Csordas, Tamas (2008). *Corporate Identity With Special Regards to Human Factor*. University of Miskolc

Website :

[http://id.wikipedia.org/wiki/Identitas\\_perusahaan](http://id.wikipedia.org/wiki/Identitas_perusahaan)



**LAMPIRAN**

## INTERVIEW GUIDE *THE HOUSE OF RAMINTEN*

### A. Gambaran Umum *The House of Raminten*

1. Kapan berdirinya *The House of Raminten*?
2. Bagaimanakah sejarah perkembangannya?
3. Apa yang melatarbelakangi didirikannya Raminten?
4. Apa visi dan Misi dari Raminten?
5. Apa tujuan utama didirikannya Raminten?
6. Usaha-usaha apa saja yang dilakukan untuk mencapai kesuksesan seperti sekarang ini?

### B. Citra *The House of Raminten* sebagai Kafe Tradisional Modern

1. Menurut saudara, citra itu apa?
2. Menurut saudara sendiri, bagaimanakah citra Raminten dimata publik?
3. Apakah dengan dikenalnya *The House of Raminten* sebagai kafe tradisional modern, merupakan salah satu tujuan perusahaan untuk membangun citra..atau adakah faktor lain seperti branding atau positioning?
4. Apa yang dimaksud dengan citra “tradisional modern” dari Raminten itu sendiri?
5. Apakah tujuan utama dari terbentuknya citra “kafe tradisional modern” Raminten?

6. Apakah dari tujuan tersebut, *The House of Raminten* memiliki strategi untuk membentuk citra?
7. Kalau ada, strategi seperti apa yang digunakan? Strategi mana yang mau diterapkan?
8. Apa yang menjadi latar belakang dibuatnya strategi dalam membangun citra Raminten sebagai kafe tradisional modern?
9. Tujuan dari dibentuknya strategi tersebut?
10. Siapakah target khalayak dalam strategi membentuk citra ini?
11. Bagaimana proses perencanaan strategi berjalan?
12. Program apa saja yang sudah direncanakan dalam membentuk citra tersebut? apa bentuknya?
13. Memakan waktu berapa lama dalam merencanakan strategi tersebut?
14. Dalam melakukan perencanaan tersebut, apakah ada pihak ke tiga yang ikut membantu?
15. Alat-alat komunikasi seperti apa yang dipakai untuk menunjang penerapan strategi tersebut?
16. Faktor-faktor apa saja yang menghambat dalam membangun citra Raminten sebagai kafe tradisional modern?
17. Apakah kedepannya raminten melakukan monitoring? monitoring yang seperti apa?
18. Harapan apa yang diinginkan oleh *The House of Raminten*?



## **Wawancara dengan Pak Hamzah Sutikno (Informan I) selaku *Owner***

### ***The House of Raminten***

Peneliti : Yang melatarbelakangi didirikannya *The House of Raminten*?

Informan I : Ya..oo yang melatarbelakangi..sebenarnya ini tu kan kalau saya pension, saya butuh teman terus saya e..mencoba mendirikan Raminten ini..tapi tidak..tidak...emm mempunyai rencana sebesar ini. Jadi rencananya tu hanya kecil-kecilan aja, hanya untuk teman..karena rumah ini kan kosong, sepi. Jadi perencanaan dalam pembentukan Raminten secara besar-besaran ini selebihnya yang mengatur manajemen.

Peneliti : Oo gitu

Informan I : Iya,

Peneliti : kalo dari segi visi dan misi pembentukan Raminten ini sebenarnya menurut Romo gimana?

Informan I : Kalo dari saya ga ada ya mbak, karena kalau saya ini kan awalnya kemauan sendiri..eee...cuma dirumah ini kan kesepian..kesepian terus saya membutuhkan teman..terus membuka ini.

Peneliti : Target marketnya Romo ini siapa aja Romo?

Informan I : Kalau dari saya pada awal pembukaan Raminten ini ya sebetulnya siapa saja bisa, dari kalangan mana-mana itu bisa..

Peneliti : menurut persepsi Romo sendiri, bagaimana publik memandang Raminten sebagai kafe?

Informan I : Menurut saya..kalo persepsinya itu kental dengan Jawa, ya, apa..kental dengan kultur Jawa ya, jadi sehingga cocok untuk kalau orang pergi ke Yogya iya cocok untuk mampir ke sini.

Peneliti : Nah, jadi kan menurut saya, tentunya kalau citra yang demikian telah terbentuk pasti punya strategi Romo, strategi yang diterapkan apa ya Romo?

Informan I : Ohh..nggak...kalo dari saya nggak ada strategi ya mbak, saya disini hanya senang mendengarkan lagu-lagu jawa..saya justru bisa menjadi sinden itu saya

bisa..ya..terus menari..tari jawa..menjadi sinden itu saya bisa..karena saya juga pemain wayang orang..pemain ketoprak...jadi bagi saya sendiri tidak ada strategi..saya senang seperti ini. Jadi secara psikologis saya senang. Waktu dulu saya juga designer baju, saya juga yang mendesain baju-baju

Peneliti : Jadi semua konsep tradisional Jawa itu, dari Romo sendiri?

Informan I : Ya...iya....

Peneliti : Jadi manajemen ini bisa dikatakan sebagai penerus dari kesenangan Romo?

Informan I : Ya..ya...dulu kan ini cuma beberapa orang..terus setelah banyak ini...ini saya serahkan ada manajemennya..ada managernya..ada apa..ada apa...terus ada seperti ini...ada manajemen ini.

Peneliti : Terus bisa sampai kepada perekrutan karyawan ini bagaimana Romo?

Informan I : Ini kan anu ya..kebanyakan itu kan karyawan itu kan KKN..jadi kayak Mbak Lisa itu kan anaknya Indro temen saya main ketoprak...terus nanti Pak Topan itu anaknya sutradara

Peneliti : Jadi dari teman..kerabat gitu lah Romo ya?

Informan I :Ya..hubungan kerabat

Peneliti : Terus kan Romo di bandara Yogya itu kan pas saya turun pertama kali ke Yogya itu ada banner besar dengan foto Romo kemudian ada tulisan *The House of Raminten*, jadi kan *imagenya* publik kan pastinya menganggap Raminten sebagai tujuan obyek wisata dengan kekhasannya. Apakah itu salah satu tujuan yang dilakukan Romo?

Informan I : Oh kalau itu menurut saya bagian manajemen yang mengurus, kalau saya mengalir dengan sendirinya..ya karena kesenangan saya. Seperti kereta ini ya, kereta ini kan memang ada sebelum Raminten ada ya ini sudah lama ada ini

Peneliti : Dalam mempublikasikan Raminten kepada publik, apakah Romo ada kerjasama dengan pihak lain Romo?

Informan I : Oh..mungkin facebook ya..kalau itu bagian manajemen yang mengatur..tapi saya tidak memasukkan apapun. Kalo majalah kabare itu yang memasukkan saya..karena majalah kabare itu kepunyaan teman saya terus ya..ee..karena teman ya saya juga memunculkan ya...majalah kabare

Peneliti : Jadi image yang awalnya tidak disangka oleh Romo akan jadi seperti, namun ketika dilemparkan ke masyarakat akan menjadi seperti itu..begitu ya Romo?

Informan I : Iya..jadi..bagi saya sendiri..tidak ada rencana akan menjadi seperti ini itu tidak ada.. adanya dulu cuma kecil-kecilan...adanya berapa orang..tapi kok terus menjadi begini..terus kok menjadi besar.

Peneliti : Oh iya Romo, dulu yang pernah saya lihat, Raminten ini dulunya tempat pengobatan tradisional ya Romo ya?

Informan I : Ohhh nggak..cuma saya jual jamu..ya jual jamu. Maksudnya saya jual ini kan awalnya cuma jamu. Ha'ah terus lama-lama saya pikir lagi kenapa nasi kucing ga ditonjolkan..terus kita tonjolkan nasi kucing..terus nasi liwet..terus apa lagi..apa lagi. Keunikan itu juga terjadi kan dari penyajiannya, kayak pemilihan gelas-gelasnya, saya memberi nama minumannya apa..namanya apa gitu. Jadi konsep tradisi Jawa sudah berjalan begitu saja, terus sekarang semua itu sudah diatur oleh manajemen..saya sudah nggak mikirkan..jadi kan saya sudah pensiun dari mirota batik..jadi maksud saya tu saya nganggur itu.

Peneliti : Jadi Romo kasi konsep...lewat kesenangan dan hobby romo..terus romo salurkan kemudian romo berikan kepada manajemen yang mengatur dan mengelola

Informan I : Ya..ada bagian manager..ada bagian keuangan..ada bagian personalia..ah itu sekarang saya mikirkan sendiri.

Peneliti : Dari mana asalnya nama Raminten ini Romo?

Informan I : Kalau Raminten itu kan peran saya di Yogya TV..

Peneliti : Oh iya Romo..acara comedian itu kan ya Romo?

Informan I : Iya..komedian minggu jam 5 itu.tetapi sekarang uda nggak setiap minggu..Cuma sebulan sekali dan saya pada waktu itu kan oleh produser dari pengkolan itu diberi nama Raminten

Peneliti : kemudian Romo sebenarnya apa harapan Romo dari Raminten saat ini?

Informan I : Ya anu..harapan saya..sekarang harapannya tu kan ini kan sudah memberikan lowongan kerja bagi 86 karyawan dengan gaji yang bagus dan itu kan..ini..apa..emm...saya tidak mengambil keuntungan..semua itu buat karyawan. Jadi dapat berapa dibagi karyawan.

Peneliti : Iya Romo..oke...makasi banyak romo sudah meluangkan waktunya.



## **Wawancara dengan Ibu Lisa (Informan II) selaku *General Manager***

### ***The House of Raminten***

(Dalam keadaan sedang hujan, saya menunggu Ibu Lisa di kursi tunggu tamu untuk wawancara. Tiba-tiba Ibu Lisa dengan ramah memegang bahu saya. Untuk panggilan akrab peneliti memanggil dengan sebutan Mbak. Sosok Mbak Lisa pada waktu itu agak sedikit gemuk, pendek, berambut pendek bob dan di cat dengan warna cokelat terang, mengenakan baju batik, rok selutut ditambah dengan sepatu sandal berhak tinggi sedang, seingga kelihatannya beliau terkesan santai dan modis)

Informan II : Ini mbak sari ya? Yang dulu pernah magang di Raminten?

Peneliti : Iya bu, hehehe, tapi nggak lama karena ada sesuatu dan lain hal..hehe..Mbak uda melahirkan ya?kan kemaren saya lihat sempat hamil

Informan II : Walah..masih ingat to?hehehe...iya udah mbak sari..anaknya cewek.

Peneliti : Ya masih to mbak..kan magangnya juga baru beberapa bulan yang lalu. Ya uda bu, kita mulai wawancaranya ya mbak...td uda sempat nanya Mas Topan..sekarang giliran mbak lisa.

Informan II : Iya...(Sambil tersenyum menunggu pertanyaan dari peneliti)

Peneliti : Hehe...Tujuan utamanya didirikan Raminten ini apa Mbak Lisa?

Informan II : emm...tujuan utamanya ya jadi kalo..apa namanya..emm..mungkin dari...emm..sebenarnya ini dari *ownernya* sendiri ya. Beliau mendirikan ini ya sebetulnya ingin memberikan kesempatan kerja bagi orang-orang. Selain itu kita juga menginginkan supaya Raminten ini menjadi pusat kuliner..jadi..ya...salah satu wisata kuliner lah di Yogya.

Dulunya kan ini Pak Hamzah lepas dari Mirota Batik sebenarnya ingin mengisi waktu tuanya beliau. Kok sepi atau gimana, supaya dirumah ada kegiatan, makanya beliau membuka Raminten.

Peneliti : berarti yang pertama itu dari Bapak Hamzahnya itu sendiri?

Informan II : Iya..he'em...terus semakin kedepan ya..pengennya sih Raminten jadi apa ya..menjadi sedikit bisa berperan di kalangan pariwisata di Yogyakarta.

Peneliti : Terus mbak...usaha-usaha apa aja yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari Raminten ini apa mbak?

Informan II : Ya..emm..yang jelas kita terus meningkatkan..ya..saya kira itu sih yang penting kita meningkatkan apa yang menjadi keunikan kita.

Peneliti : Nah..yang uniknya dari Raminten ini apa Mbak Lisa..emm..yang beda dari yang lain?

Informan II : Ya...yang jelas dari ini ya..emm..apa..arsitek bangunannya juga Jawa, kemudian ornamen-ornamennya juga Jawa..terus waitreesnya berbusana Jawa..kemudian apa namanya..emm pecah belah dalam penyajian yang sangat beda dari yang lain..yang sangat khas yang sangat kita jaga..emm..gelasnya..piringnya kan itu tidak biasa.

Peneliti : itu tu contohnya apa mbak?

Informan II : emm..misalnya kayak ini..emm..apa namanya gelas kelapa muda..yang jumbo-jumbo. Kemudian wedang sere..yang tinggi-tinggi. Barangkali kalau orang yang baru pertama kali lihat..itu merupakan sesuatu yang waw gitu...hehehe

Peneliti : Hehe..oh iya..apakah dari beberapa hal tadi bisa dikatakan Raminten sebagai kafe yang mempunyai citra tradisional modern?

Informan II : Betul..bisa dibilang seperti itu..emm..konsepnya tradisional tapi kita campur dengan perpaduan antara tradisional dan modern yang..kalo cowok itu kan dia kolaborasinya pake rompi, dasi..kita waitreesnya ada yang pake HT, barangkali tidak semua waitrees itu pake semua.

Peneliti : Terus mbak..tujuannya dari terbentuknya citra Raminten..dan menurut mbak sendiri citra itu apa mbak lis?

Informan II : menurut saya citra itu kekhususan..sesuatu yang dipunyai sebuah perusahaan yang khas dan menurut saya itu hal yang bisa menjadi sosok Raminten yang positif. Tujuannya ya supaya Raminten ini betul-betul bisa dikenal oleh masyarakat terutama dalam hal pariwisata ya mbak sari. Ada beberapa *customer* yang bilang kalo pergi ke Yogyakarta tapi belum ke raminten rasanya kayak ada yang kurang. Hal-hal seperti itu yang perlu kita catat. Ya..Raminten itu ya mendedikasikan Yogya.

Peneliti : Hmm...jadi menurut mbak Lisa sendiri mewakili Raminten, sebenarnya citra yang ingin dibentuk Raminten ini apa mbak..dari kesemuanya itu?

Informan II : ya..emm..bagi saya ya karena Raminten sendiri memiliki kekhususan yang tidak dimiliki oleh kafe lain..ya..e..citra yang kami inginkan ini sebenarnya unik dan istimewa ya mbak sari. Ee..unik ya seperti yang dijelaskan tadi...interiornya, seragamnya, ornamennya, gelasnya, piringnya. Kalau istimewanya ya karena kami bergerak di bidang jasa ya..e..ya citranya arahnya ke pelayanan...ya..meskipun sebenarnya ya mbak sari ya...proses untuk menciptakan pelayanan yang sesuai dengan keinginan kami ini masih agak lambat



ya..em..mbak sari tau sendiri lah ya, kan pernah magang disini  
toh...?hehehe

Peneliti : Iya mbak..hehe..tapi uda agak mending lah..kan karyawannya  
kayaknya nambah..kemaren juga mas bayu broadcast nyari  
waitrees. Lanjut ya mbak..emm..dalam membentuk citra ini,  
Raminten mempunyai program khusus nggak sih mbak?

Informan II : Ya pada intinya kami bagaimana caranya selalu berusaha  
menata SDMnya untuk membentuk citra yang menjadi  
keinginan kami dan kami pertahankan...ya..emm..kelengkapan  
waitreesnya...kelengkapan busananya..menjadi pusat.yang  
membedakan diri dengan yang lain menjadikan tampilannya  
unik dan istimewa.

Peneliti : Faktor yang menjadi penghambatnya pembentukan citra  
Raminten ini apa aja mbak lis?

Informan II : Faktornya pasti ada ya mbak sari..emm..misalnya pada saat  
rame..itu kan kadang-kadang kita terkesan apa  
ya..emm..lebih..lebih..agak terlambat datangnya..jadi kadang-  
kadang..ada yang kecewa..kok seperti ini..barangkali orang  
mengatakan Raminten ini bagus tapi ketika rame Raminten  
barangkali kesannya lama.

Peneliti : Kalo dari strateginya..raminten punya strategi nggak mbak?

Informan II : Tentu ada ya mbak sari...setiap perusahaan pasti punya strategi

Peneliti : Strateginya yang bagaimana mbak lisa?

Informan II : Kalo strateginya bagi kami yaa...menerapkan..menanamkan kepada anak-anak..jadi intinya gini..bagaimana kita membentuk serta mempertahankan apa yang menjadi keunikan kita. Ketika unik harapannya adalah *customer* terkesan. Dengan *customer* terkesan bagus pada Raminten, ditularkan ke orang lain. Harapannya ya itu dari mulut ke mulut tadi. Jadi bagaimana kita membuat impresi yang bagus kepada *customer*.

Peneliti : dalam membuat strategi ini, apakah Raminten juga mempunyai tujuan mbak?

Informan II : Ya tujuan kami terletak dari visi kami. Ya kami ingin menjadi alternatif kuliner dengan membawa budaya tradisional namun bertaraf bintang lima. Kami juga ingin mengundang wisatawan dari luar daerah.

Peneliti : Hal yang melatarbelakangi tujuan dibuatnya strategi pembentukan citra Raminten?

Informan II : kita ingin berbuat yang terbaik tadi ya..yaa..membuat kesan baik pada *customer* ya.

Peneliti : apakah dalam membuat perencanaan strategi tersebut membutuhkan proses yang lama?

Informan II : Ya jelas...itu prosesnya..mungkin sampe sekarang pun itu masih dalam masa proses..artinya kita masih belajar terus..kita menginjak tahun ke-4..pasti itu masih..kita juga ini masih dalam rangka proses..belum sepenuhnya menjadi apa yang kita inginkan..tapi bahwa itu mendekati ke arah itu iya.

Peneliti : Proses yang seperti apa mbak?

Informan II : Ya contohnya kayak karyawan kita ya..koordinasi untuk bisa supaya menjadi apa yang tujuan kita agak sulit, karena kan disini yang kerja lumayan banyak, sekitar 86 karyawan..jadi untuk merangkul harus ekstra mbak sari.

Peneliti : Pihak-pihak yang terlibat dalam strategi pembentukan citra ini apa mbak lis?

Informan II : Yang jelas yang terlibat ya *ownernya* langsung...maksudnya sangat-sangat berperan penting. Beliau yang sebelumnya menciptakan Raminten ini seperti apa kan sebenarnya beliau..konsep awalnya seperti apa..kita hanya menjaga dan meneruskan

Peneliti : Kalau boleh tau konsepnya ini seperti apa ya mbak lis?

Informan II : Konsep awalnya ya tradisional itu tadi..dari awal ya kita sudah berkembem..sudah ada gamelan..sudah ada pernak-pernik jawa itu tadi.

Alhamdulillah hasil realnya itu ada ya...*customer* yang semakin banyak. Trus *customer* yang semakin banyak menunggu..*waiting list*.nah itu salah satu bentuk nyata bahwa kita dari tahun ke tahun semakin bertambah. Sebetulnya awalnya kan kapasitasnya tidak seperti ini, kapasitasnya sudah kita tambah dan masih berkurang. Dulunya bangunan awal kan ini hanya pendopo dan meja-meja aja.

Peneliti : Ada pesan yang ingin disampaikan kepada pelanggan atau publik dari strategi yang diterapkan?

Informan II : Yang jelas sih mudah-mudahan Raminten bisa diterima sebagai salah satu tujuan wisata di Yogyakarta dengan menikmati suasana di Yogyakarta.

Peneliti : apakah selama proses menjadi seperti sekarang ini Raminten mendapatkan bantuan dari pihak ke tiga?

Informan II : Sejujurnya si nggak...sebenarnya semua dilakukan oleh *ownernya* sendiri..tidak ada bantuan dari luar..semua dari dalam.

Peneliti : Oke mbak..sudah...makasi

Informan II : Oke...sudah ini?sama-sama ya mbak sari

## **Wawancara dengan Pak Topan (Informan III) selaku Wakil *Manager***

### ***The House of Raminten***

- Peneliti : Kapan berdirinya *The House of Raminten* mas?
- Informan III : 26 Desember 2008
- Peneliti : Apa yang melatarbelakangi didirikannya Raminten dan bagaimanakah sejarah perkembangannya?
- Informan III : Ooo...sejarahnya baik-baik saja (sambil nyengir dan Pak Topan melanjutkan), jadi...mulai biasa, mulai usaha dari nol sampai sekarang..berkembang sekarang
- Peneliti : maksudnya dari nol ni gimana mas? Memangnya sebelum menjadi Raminten ini dulunya seperti apa mas?
- Informan III : Belum ada...belum ada..dari awal ya buka Raminten..House of Raminten..ya sampai sekarang ya *The House of Raminten*
- Peneliti : Trus mas..kalau misalnya dari posisi kompetitif Ramintennya saat ini gimana mas..emmm kalo persaingannya dengan yang lain?
- Informan III : Eeee...sebenarnya ee..kalo masalah bersaing sebenarnya tu kan bahasa kompetitor to ya..bersaing..tapi kalo kami sih menyebutnya itu jadi bagian dari anu to..e.bagian dari..e apa..ee..ya semacam apa ya..semacam..ee..bukan sebenarnya bukan kompetitor si pada intinya..cuman bersama-

samalah..bersama-sama ininya...kita juga yang penting itu kita semua bergerak di bidang yang sama...jasa serta wisata..gitu..jadi..semua itu..semua punya khasnya sendiri-sendiri kok.

Peneliti : emm..ada khasnya?

Informan III : iya...maksudnya ada kelebihan dan ada kekurangannya masing-masing..jadi kalo kompetisi tu kalo sama...plek menunya sama...layoutnya sama..orangnya, pakaiannya sama, semua serba sama semua itu namanya kompetisi..tp kalo berbeda ya saya kira nggak...nggak...kurang tepat kalo dibilang kompetitor toh...

Peneliti : oh..ya..ya...emm..trus berbicara soal citra *The House of Raminten* sebagai kafe tradisional modern itu..ee..mas itu..e apa..paham..apakah masnya tu paham mengenai citra tradisional modern Raminten itu sendiri?

Informan III : citra gimana ini ya maksudnya?

Peneliti : citra tradisional modern..maksudnya terbentuknya persepsi masyarakat mengenai Raminten ini dianggap sebagai kafe tradisional modern.

Pak Topan : oh..kalo hal seperti itu kan sebenarnya konteksnya paham atau tidak paham..tetapi konteksnya itu adalah opini publik ya..

Peneliti : Ho'oh (sambil mengangguk serius memandangi Pak Topan)

Informan III : Opini publik itu kan ya..kalo kami kan orientasinya kan dari awal seperti manajemen kami itu dari awal adalah berbuat yang terbaik untuk konsumennya..sesuai dengan apa yang menjadi keinginan konsumennya..tapi itupun juga se..se..semampu kita..jadi ala Raminten dan dengan standar ala Raminten yang sudah memang dibagikan seperti demikian.

Peneliti : hmm...seperti demikian ini maksudnya ini gimana ya mas?apakah sudah ada dalam SOP atau bagaimana?

Informan III : Ya...betul sekali mbak sari..jadi memang sudah ada SOPnya, seperti cara memberikan pelayanan yang harus gimana..misalnya duduk besimpuh dan sebagainya..ee jadi konteksnya bukan paham atau tidak paham ya mbak sari.

Peneliti : nah..menurut dari mas sendiri..citra itu apa ya mas?

Informan III : Citra itu kan sesuatu yang kita dapatkan dari orang lain sebenarnya kan?

Peneliti : He'eh.. (menganggukkan kepala)

Informan III : Dapatkan dari orang lain..e jadi sekali lagi itu bagian dari opini publik citra itu..tapi kalo citra handbody beda lagi (sambil nyengir menggoda peneliti)..ya to..?

Peneliti : Hehe..nah..(tiba-tiba pak Topan memotong pembicaraan)

Informan IV : Citra Rasyid juga beda lagi..ya to..hehehe...

Peneliti : Nah..ini mas..tujuan utama terbentuknya citra kafe tradisional modern Raminten itu apa mas? Tujuan utamanya...terbentuknya kafe tradisional modern Raminten?

Informan III : Ya...kalo tujuan utamanya adalah ikut mengayubagyo berkembangnya pariwisata di Yogyakarta..karena salah satu bagian dari pariwisata ini itukan..ee..tempat kuliner..itukan juga salah satu..hotel..terus ee..obyek-obyek wisata..aaa..kami buka...kami mencoba di bidang jasa e apa restoran..rumah makan yang ikut berusaha..nah usahanya itu..itu ikut membantu perkembangan pariwisata Yogya.

Peneliti : Eee..kalo dalam manajemennya itu sendiri ada upaya atau usaha apa aja untuk membentuk supaya citra Raminten ini dikenal sebagai kafe tradisional modern?

Informan III : Eee..bukan kalau..bukan hanya manajemennya..tetapi kami ini berusaha untuk semua bidang..semua lini..baik yang dibelakang mau didepan..diatas maupun dibawah..semua berusaha untuk yang terbaik..untuk konsumennya...gitu...usahanya itu...pasti itu..kalo ee usaha yang tidak sesuai dengan apa yang jadi tujuan eee jasa kita..utama kita..tentu tidak akan kita lakukan.

Peneliti : Ada..e..terus mas..kalo dalam membentuk citra ini..ada nggak strategi-straginya?



Informan III : Strategi-strategi membentuk citra?

Peneliti : Iya

Informan III : Ya..berbuat yang terbaik..melayani yang terbaik..strateginya itu..

Peneliti : Emm...seperti pelayanan ya mas ya?

Informan III : Iya..pasti..karena kita jasa to...ya makanya kalo jasa kan hubungannya ke pelayanan.

Peneliti : Berarti citra menurut mas ini...citra itu merupakan pelayanan?

Informan III : Saya kira..itu bukan hanya Raminten ya...ee..mungkin terlalu..ee...kalo Raminten itu kan jasa ya..jasa..restoran..rumah makan..pariwisata..ya pencitraannya itu kan kembali lagi..tergantung opini...karena kami tau citra itu terbentuk melalui penilaian dari orang lain..kami berusaha membentuk sesuai dengan keinginan dan harapan kami..selebihnya orang lain yang menilai...yaa...emm...kami hanya berbuat yang terbaik bagi Raminten dan bagi konsumen...gitu..

Peneliti : Terus...ada hambatan ga ini mas dalam membentuk citra Raminten seperti sekarang ini?

Informan III : Pasti..hambatan itu pasti selalu ada..tetapi dari hambatan itu kita mencoba menarik positifnya to? Yang namanya hambatan

itu pasti dan hambatan itu adalah udah menyertai kita..selalu...apapun menyapa kita.

Peneliti : Kalau saya boleh tau mas...contoh real dari hambatan itu apa ya mas?

Informan III : Ya..seperti yang mbak sari bilang tadi..pembentukan citra tersebut..misalnya kita kan berbuat yang terbaik..tetapi kadang kan ada yang tidak puas dan sebagainya..aa...seperti itu menjadi hambatan dan itu akan kita ambil positifnya. Lama sekali..komplainan lama dan sebagainya itu kan salah satu hambatan juga..tetapi kita harus ambil positifnya..artinya dari hambatan itu yang selalu dikomplain kan biasanya pasti akan terus menerus membuat kita terus down...terobsesi dan sebagainya dan itu menjadi tantangan kita yang harus kita pecahkan dan itu tidak jadi hambatan. Bagaimana sebuah..aa..sesuatu yang negatif..pasti akan berubah menjadi sesuatu yang positif bila kita tau formulanya to?

Peneliti : Ohh..hehe...iya mas...mantap kata-katanya ini...kalo gitu sekian ya mas ya..makasi mas..

Informan III : Oke kalau gitu mbak sari...yaa...semoga bermanfaat ya..

#### **Wawancara dengan Pak Bayu (Informan IV) selaku HRD**

### ***The House of Raminten***

Peneliti : menurut Mas Yadi yang melatarbelakangi didirikannya Raminten itu apa sih mas?

Informan IV : Kalo dari latar belakangnya ini ya sebenarnya ingin melestarikan budaya jawa, Pak Hamzah kan dulu pas pension dari Mirota Batik ingin membuka sambilan. Dulunya itu adalah kafe Jamu, nah seiring dengan permintaan pelanggan, kita berubah menjadi restoran, tetapi latar belakangnya adalah ingin melestarikan budaya Jawa.

Peneliti : kalo dari Visi dan Misi itu apa mas?

Informan IV : Menginginkan orang-orang yang datang berwisata ke Yogyakarta untuk tinggal lebih lama berada di Yogyakarta. Sehingga masyarakat bisa lebih mengenal Raminten khususnya Raminten dikenal sebagai salah satu kuliner di Jogja. Dengan kata lain belum ke Raminten, berarti belum ke Yogyakarta. Kalo misinya, menyejahterakan seluruh karyawan *The House of Raminten*.

Peneliti : Tujuan utamanya didirikan Raminten itu apa Mas Bayu?

Informan IV : Tujuan utamanya ya itu tadi ya, melestarikan kebudayaan Jawa, melestarikan kebudayaan tradisional.

Peneliti : Untuk itu, usaha-usaha apa aja yang uda dilakukan untuk mencapai tujuan?

Informan IV : Usahanya banyak ri, dari segi apa dulu..misalnya kita kan dari uniform ada..uniform kita uda pake jarit, uda pake kemben..itu kan merupakan suatu kebudyaan jawa yah..kalo dari menu kan kita selalu pake nama-nama Jawa dan tradisi Jawa, dari interior juga kita menggunakan adat Jawa.

Peneliti : menurut pemahaman Mas Bayu sendiri citra itu apa mas?

Informan IV : Citra itu ya karakter..citra diri.

Peneliti : Yang dimaksud Raminten sebagai citra kafe tradisional modern itu apa mas?

Informan IV : Ya..basic kafe kita tradisional, tetapi penunjang-penunjang kita tu modern. Seperti uniform, kita udah pake jarit, kemben yang merupakan tradisional kebudayaan jawa, namun kita padu padankan dengan menggunakan ropi dan dasi kupu-kupu bagi pria. Termasuk juga HT sebagai alat komunikasi karyawan yang dikenal modern. Begitu pula menu makanan yang kami tawarkan berbau tradisional namun kita packaging dengan penyajian ala kafe bintang lima.

Peneliti : Tujuan utamanya dari terbentuknya citra tersebut apa mas bayu?

Informan IV : tujuan kami dengan terbentuknya citra Raminten sebagai kafe tradisional modern ialah selain melestarikan budaya jawa kami juga ingin supaya Raminten lebih mudah dikenali oleh masyarakat.

Peneliti : terus upaya yang dilakukan raminten dalam membentuk citra sebagai kafe tradisional modern?

Informan IV : emm kita membentuk apa yang ingin menjadi jati diri kita ya..kita bentuk..misalnya dari keunikannya, dari seragamnya..dari makanannya..dari semacamnya..apa yang sudah kita bentuk kemudian kita jaga untuk tetap seperti itu.

Peneliti : ada program-program apa aja yang dilakukan raminten untuk melakukan pembentukan citra tersebut?

Informan IV : Pasti ada ya ri... Pengembangan dari internal kita tingkatkan..sebenarnya kita udah ada program yang memang jadi kebiasaan kita ngelakuin hal tersebut. Dan kita juga tau citra itu kan mengalir sesuai dengan opini masyarakat tentang kita, nah jadi gimana baiknya kita melakukan yang terbaik buat konsumen.

Peneliti : Hasil yang diperoleh dalam membangun citra?

Informan IV : Ada...jadi orang kan misalnya ohh Raminten tu karyawan yang pake kemben, itu kan sesuatu jati diri ya..jadi oohh Raminten tu pegawai yang pake jarit..ohhh Raminten yang pake porsi jumbo...itu kan menurut saya menjadi suatu yang sesuatu yang menjadi ciri khaskan.

Peneliti : Dari segi pembentukan citra ini, raminten mempunyai strategi nggak mas?

Informan IV : kalo strategi kan pasti dilihat dari cara kita supaya kita terlihat beda dari orang lain. Nah...strategi kita ya itu ya dengan menunjukkan apa yang beda..e..ya kayak interior, atribut, seragam, menu-menunya, gelas-gelasnya..ya jadi kan sebenarnya pengen beda dari kafe yang lain, kita tidak mau menjadi kafe umum gitu kan ya..emang kita pengen jadi kafe yang unik, menjadi sesuatu yang berbeda.

Peneliti : Apakah dalam merencanakan strategi ini, Raminten memerlukan proses waktu yang lama nggak Mas?

Informan IV : gak sih sebenarnya, cepat kok karena kan kayak basicnya kan budaya tradisi. Nah kalo budaya tradisi kan udah ada pakem-pakemnya..itu yang kita pegang. Tapi kan untuk memodifikasinya yang mungkin perlu kita kembangin..oh bagusnya seperti ini..seperti ini...seperti ini. Jadi emang

sebenarnya cepat sih, Cuma kan karena kita udah ada pondasinya..jadi lebih enak mengolahnya.

Peneliti : Dalam penerapan strategi itu biasanya ada evaluasi nggak mas?

Informan IV : Iya..pasti ada evaluasi dong...kalo sesuatu yang nggak cocok kan kita pasti..oo itu ga bagus dan mungkin kita emm..oo bagusnya seperti ini,,seperti ini..ada perubahan dan itu harus bisa diterima dengan baik.

Peneliti : Pihak-pihak mana aja yang terlibat dalam strategi pembentukan citra ini Mas Bayu?

Informan IV : Semua pasti terlibat..terlibat dari atas sampe bawah. Karena..emm..itu kan...emm.apa..emm..lingkaran ya..maksudnya lingkup perlingkup..jadi kan dari atas sampe bawah ikut berperan. Kita baru 4 tahun ri, kita sudah bisa dikenal di luar ya..em..apa..banyak yang bilang lah kalo Raminten itu Yogya banget..itukan bisa dibilang suatu pencapaian selama 4 tahun yang bisa diukur dan itu baru sebentar. Orang pasti dari luar Yogya ke Yogya pasti ke Raminten.

Peneliti : Alat-alat atau media apa saja yang digunakan?

Informan IV : Alat-alatnya ya majalah..ya..emm..majalah kabare..emm..facebook.

Peneliti : Oke mas kalo gitu...makasi mas bayu



**Wawancara dengan Pak Yadi (Informan V) selaku *Manager Resto***



### ***The House of Raminten***

Peneliti : Menurut Mas Yadi yang melatarbelakangi didirikannya Raminten itu apa sih mas?

Informan V : Kalo masalah didirikannya Raminten itu..mungkin tujuan utama..emm..apa tujuan akhir Pak Hamzah itu sendiri. Setelah pensiun dari Mirota Batik Pak Hamzah ingin membuka kafe. Nah Raminten itu sendiri diambil dari nama tokoh beliau..gitu. jadi biar..emm...sebelumnya kan Pak Hamzah suka ngikut acara komedi gitu kan di Yogya TV sebagai Raminten. Nah nama Raminten itu dipake untuk membuka kafe ini. Dari awal kan kita jual jamu tok..tanpa ada embel-embel lah..pokoknya Pak Hamzah maunya jual jamu ya udah..mau untung mau rugi yang penting kita jual jamu. Cuma dengan berjalannya waktu..begitu banyak tamu..tamu..tamu.. yang emm..kok pesan ini..pesan ini..gitu akhirnya kita berkembang sendiri. Ternyata seiring berjalannya waktu lama kelamaan sampe sekarang menunya makin banyak dan variatif

Apalagi sekarang Raminten sendiri terkenal sebagai salah satu kuliner Yogya toh..itu yang tetap harus kita pertahankan apa yang mereka dengar dan mereka lihat, kita coba untuk sebisa mungkin..image itu akan tetap baik.

Peneliti : terus...emm usaha-usaha apa aja yang dilakukan Raminten dalam mencapai tujuan?

Informan V : Usahnya sebetulnya banyak, masih banyak usaha yang belum..belum tercapai..kenyamanan *customer* itu sendiri..terus misalnya dari segi kita juga..tapi kita kan utamanya tu tamu gitu. Karena kan utamanya pelayanan.

Peneliti : Eee..menurut mas Yadi citra itu apa mas?

Informan V : Kalo citra itu? Lebih lebih ke suatu kekhasan yang dipunyai Raminten..misalnya Raminten tu suasananya enak..gitu lo...kostumnya ini ya...sesuatu yang bikin tamu balik lagi.

Peneliti : Nah itu mas yang aku mau tau...apakah citra yang terbentuk dari raminten ini memang real citra atau ada kaitannya dengan branding atau positioning?

Informan V : Tentu beda ya mbak sari, kalo branding atau merk ya...itu kan sebuah nama..jadi yang dikenal tu nama..emm...kalo positioning ya itu mungkin barangkali menurut saya lebih ke marketing ya...e..lebih ke gimana si supaya semua masyarakat bisa menjangkau kami dengan harga yang relatif murah dan standar..ya..emmm..gitu.

Peneliti : Tujuan dari terbentuknya citra tradisional modern. Karena menurut saya raminten ini terkenal sebagai kafe dengan citra seperti itu. Menurut Mas Yadi gimana?

Informan V : Kita sebenarnya mix mbak sari. Kita dibilang sebagai kafe tradisional Jawa karena kita memang masih ada adat jawanya..kemben. Kenapa dibilang modern, karena kita memang memakai sistim yang benar-benar modern, walaupun kita hanya sekelas kafe tapi kita pengen kafe tapi bintang lima..gitu. Itu yang membedakan kafe kita dengan kafe-kafe yang lain.

Tujuannya sendiri..kita pengen Raminten tetap terus berkembang dan orang-orang yang datang kesini nggak sekali dua kali..tapi tetep kembali dengan pelayanan dan servis kita yang memuaskan.

Peneliti : upaya yang dilakukan dalam proses membentuk citra Raminten ini sehingga dikenal sebagai kafe tradisional modern ini apa mas?

Informan V : Upaya yang benar-benar kami lakukan ini pelayanannya. Masih banyak yang harus dibenahi, pelayanan ke *customer*, pelayanan ke kita sendiri, keramahtamahan, gitu.

Untuk saat ini..lumayan banyak...dari luar kota tau Raminten..jadi dimanapun..kadang-kadang dari luar kotapun penasaran Raminten tu seperti apa sih? Upayanya orang tu ke Jogja tu pengen memang pengen tau bener-bener pengen ngerasain Raminten tu gimana sih?tapi kita sendiri memang harus tetap bisa apa yang orang dengar dan apa yang orang bicarakan itulah yang harus kita jaga. Kalau dari segi perluasan tempat, dulu dibukanya Raminten ga seperti ini...hmm... masih sempit cuma sepetak gitu. Ini kemudian lama-lama bisa berkembang hingga bertingkat seperti ini sama ada penambahan tempat buat customer di garda depan, cuma repotnya kalo di garda depan biasanya suka kena tempias air hujan, jadinya kami juga agak kerepotan, tapi ya itulah, Raminten masih perlu adanya perbaikan-perbaikan gedung lagi.

Peneliti : terus faktor-faktor apa saja yang menghambat pembentukan citra ini Mas?

Informan V : Kalau faktor penghambat mungkin ya untuk saat ini ya..termasuk pelayanan..mungkin ya aksesoris-aksesoris seperti bunga ya..itu kan fresh dan itu yang harus kita kontrol tiap hari...sama kebersihan.

Peneliti : Nah terus mas yang ini, kalo berbicara mengenai pembentukan citra, tentunya pasti memiliki strategi-strategi. Strategi-strategi yang dilakukan Raminten ini apa aja mas?

Informan V : strategi kita ya kita tunjukkan segi pelayanan, segi kostum, dan segi emm..alat..nah alatnya kita kan beda dengan alat yang serba jumbo itu mungkin yang membedakan kita dengan kafe yang lain dan itu juga yang mengingatkan *customer* untuk mau datang..mau datang lagi..nah..begitu pas mereka pesan es kelapa muda..emm..ohh..kok gede banget gitu kan..gitu..jadi jangan sampe image..emm..orang yang kesini pengen yang spesialnya..ahh...itu jangan sampe ilang.

Peneliti : bagaimana sih proses perencanaan strategi pembentukan citra tersebut?

Informan V : dengan mendengarkan komplain *customer* yang menjadi kekurangan kita..misalnya bulan ini kita kurangnya ini...bulan ini..oh..jadi kita tahu kekurangan kita apa dan langsung kita benahin lagi.

Peneliti : Dengan adanya strategi tersebut..bagaimana perkembangan Raminten pada saat ini mas?

Informan V : Dari Raminten selama 4 tahun sampai sekarang ini, itu perkembangannya sangat pesat..didukung sama semua yang ada disini..dan yang ikut terlibat ya semua yang bekerja disini. Karena basicnya Raminten ini berdiri dari nol mbak sari,jadi maju mundurnya Raminten itu semua kita yang terlibat.

Alhamdulillah Raminten sampe saat ini rame terus..emm..biasanya orang-orang penting kayak pejabat juga sering pesan tempat buat acara disini....kadang mereka juga ada yang uda jadi pelanggan kita...emmm...trus juga artis-artis yang lagi ngadain syuting ataupun main kesini.

Peneliti : alat-alat komunikasi apa yang digunakan Raminten untuk menjalankan strategi ini Mas Yadi?

Informan V : Kalau untuk alat komunikasi ya kita menggunakan HT, karena dengan menggunakan HT akan mempermudah jalannya kami dalam bekerja, makanan yang dipesan, mungkin publikasi lewat majalah, facebook.

Peneliti : oh ya mas...berbagai macam patung itu apakah sudah menjadi penentuan dalam membentuk citra Raminten itu sendiri?

Informan V : Ya..betul mbak sari..namun dulunya itu memang sudah ada seperti itu..khususnya Patung Yesus kan karena romonya sendiri sebenarnya beragama katolik. Nah patung-patungnya tersebut juga sebenarnya sudah ada demikian dan memang tempat tersebut mendukung terbentuknya Raminten dan itulah menjadi perbedaan Raminten dengan kafe yang lain.

Peneliti : berarti ini juga sebenarnya mencari khasanah pemilik juga?

Informan V : ya..*owner* juga iya..dan selain itu kita juga membudayakan kebudayaan Yogya juga. Selain itu kan romo juga suka mengumpulkan barang-barang kuno, selain itu kan juga dipakai untuk supaya tamu nggak bosan, apalagi *waiting list* kan tamu bisa foto-foto, kan ada kereta. Mereka kalo belum foto kayaknya agak gimana gitu.

Peneliti : Apakah pesan yang ingin disampaikan kepada publik mengenai strategi yang diterapkan?

Informan V : Kita menginginkan supaya citra Raminten itu sendiri, memang tetap sesuai dengan apa yang mereka lihat, dan kita akan tetap memperjuangkan citra Raminten yang telah terbentuk tersebut.

Peneliti : Terus mas..biasanya kan pasti dalam manajemen melakukan evaluasi. Evaluasi yang sudah didapatkan dan dilakukan itu apa mas?

Informan V : Evaluasinya dari mana dulu ni..misalnya...bulan ini kita kemana dulu, arahnya misalnya pelayanannya agak lama. Evaluasinya pelayanannya, itu kita tinjau dulu..emm..gimana sih kok selama 4 tahun pelayanannya tetep lama, kendalanya gimana..itu yang kita cari. Masalahnya apa dan pemecahannya apa. Itu kan di depan situ ada buku comment toh buat customer..nah dari situ kita tinjau apa yang menjadi kekurangan kita, misalnya ohh..hari ini, bulannya ini kebanyakan komennya seperti ini, kita mungkin ee..kekurangannya pelayanan bulan ini, kebanyakan tentang pelayanannya, jadi itu yang harus kita tingkatkan, terus misalnya masakannya...kok masakannya gak standar atau apa.

Peneliti : Terus misalnya mengenai penamaan menu yang tradisional dan modern, misalnya ada wedang sere, koteka, itu tu gimana mas bisa dikasi nama-nama demikian?

Informan V : Kalo koteka ataupun disini itukan menu makanan kita kan disini terkenal dengan nama-nama yang unik...lucu gitu



misalnya juspurworukmi..orang kan pasti pada penasaran, apa sih juspurworukmi..padahal kan sebenarnya isinya cuma melon. Itu kita memang setiap bulan harus bisa menciptakan create makanan yang baru biar tamu yang kesini ga boring. Jadi bulan ini dia bisa merasakan koteka, mungkin bulan depan atau tiga bulan kedepan kita harus bisa menciptakan apa nih. Segi penyajian yang menggunakan gelas juga memang sudah dibedakan antara satu dengan yang lain. Misalnya gelas susu atau perawan tancep tu kan pake gelas putting, penyajiannya juga beda..kita bawa botol kecil berisi susu sama gelas puting ke pengunjung, terus kita tuangin ke botol ke susu didepan tamu.

Peneliti : Kenapa karyawan disini harus menggunakan kemben Mas?

Informan V : Ya..emm...yaa..sebenarnya ini selain dari kita ya ini kemauan dari romo juga ya, selain itu kan kemben identik dengan tradisi budaya Jawa, jadi pas pengunjung ke raminten kan kesannya wahh..gue di Jogja..kan gak kayak kalo makan di bandung dengan suasana modern kan kesannya gak dapat. Kalo disini kan ada gamelannya, ada bau-bau dupanya, jadi terbawa suasana. Kalo kombinasi rompi..dasi tu kan biar keliatan unik, lucu.

Kami juga dulu buka pertama kali 24 jam karena waktu itu ada bencana gunung merapi. Kami turut prihatin dengan keadaan warga Yogyakarta yang mungkin bingung ataupun takut mau singgah dimana, ataupun kami kasian sama mereka yang jauh-jauh datang ke Yogya subuh-subuh tapi bingung mau duduk atau tidur di mana. Jadi biasanya kalau uda jam 12 malam kami menyiapkan bantal sama selimut buat mereka yang ga pulang ataupun ketiduran di tempat kami. Ya...itung-itung kami peduli dan kami senang kok, malah kadang kami kasian. Makanya itu mungkin juga menjadi salah satu ciri khas kami daripada kafe-kafe yang lain. hehehe....ga cuma bisa makan, tidur juga bisa. Tapi nyiapin bantal sama selimut uda ga lagi sekarang, sekarang lebih ke terbuka 24 jam penuh bagi customer.

Disamping itu juga bunga-bunga yang kami tata disini itu semuanya bunga asli dan fresh loh. Masih segar-segar, kesannya biar Raminten kelihatan hidup..eee...serasa kayak di keraton..hehe. Biasanya kami mengganti bunga dua hari sekali, tapi ga semua sih, tergantung misalnya ada beberapa jenis bunga yang biasanya ngga harus dua hari sekali ganti.

Peneliti : Ohh...gitu mas...oke mas yadi.