

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data dan analisis data secara kualitatif diperoleh beberapa kesimpulan.

1. PR PT. AJE Indonesia kedudukannya berada di bawah Departemen Marketing dan terdiri dari dua bagian, yaitu *Above the Line* dan *Below the Line*. Strategi komunikasi PR PT AJE Indonesia dilakukan dengan proses-proses: pendefinisian problem, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, serta mengevaluasi program. PR PT. AJE Indonesia bertugas mengkomunikasikan *brand* baru minuman berkarbonansi dan perlu membentuk *image* di benak masyarakat. PR PT. AJE Indonesia dalam mengkomunikasikan produk menggunakan segala cara agar tujuan ini tercapai, antara lain dengan memanfaatkan PR Agency dan Media Agency, khususnya untuk kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan *Above the Line*. Kegiatan yang berkaitan dengan *Below the Line* dilakukan dengan kegiatan-kegiatan di lapangan dan mendayagunakan seluruh potensi sumberdaya manusia yang dimiliki, misalnya dengan *event sponsor*, *direct selling*, dan *direct event*.

2. Kegiatan *customer relations* yang dilakukan PR PT. AJE Indonesia diimplementasikan dalam bentuk pelayanan yang baik kepada pengecer sehingga pengecer merasa senang dan loyal menjual Big Cola. Berdasarkan

jawaban responden ketika ditanyakan tentang kepuasan terhadap Big Cola, mayoritas pengecer merasa puas atau senang. Faktor-faktor yang menyebabkan para pengecer puas terhadap penjualan Big Cola, adalah saluran distribusi yang lancar, harga produk yang murah, dan pemberian fasilitas untuk display dan promosi sehingga Big Cola selalu tersedia di toko dan harga yang murah menarik pembeli, khususnya para remaja dan orang dari segmen menengah ke bawah.

3. PR PT. AJE Indonesia dalam kegiatan *customer relations* dengan pengecer dilakukan melalui kegiatan-kegiatan komunikasi perusahaan kepada pengecer, misalnya: melalui acara *gathering* dan *reward*, pemecahan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi pengecer melalui salesman, dan sebagainya

4. Meskipun secara umum pelayanan kepada pengecer sudah baik, namun ada pengecer yang merasa kurang mendapatkan perhatian karena adanya perbedaan perlakuan dengan toko waralaba. Mengenai komunikasi secara interpersonal dengan salesman, pengecer juga ada yang merasa bahwa salesman terlalu ingin tahu bisnis mereka.

B. Saran

1. Mengingat sangat pentingnya fungsi PR dalam pembentukan citra perusahaan, sebaiknya departemen PR terpisah dengan departemen Marketing dan berada langsung di bawah Direktur Utama, karena selain berfungsi untuk komunikasi ke pihak eksternal, PR juga harus melakukan komunikasi dengan pihak internal perusahaan agar terjadi hubungan yang harmonis di antara manajemen perusahaan dengan karyawan.
2. Adanya toko pengecer yang merasa kurang puas akibat perbedaan perlakuan dan komunikasi yang kurang efektif dari salesman (dianggap banyak ingin tahu) perlu mendapatkan perhatian dari PR, dan PR hendaknya segera memberikan penjelasan kepada toko dan melakukan supervisi kepada salesman agar kekurangan ini bisa segera diatasi dan tidak merembet ke pengecer yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. 2000. *Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Buttle, F. 2007. *Customer Relationship Management*. Oxford: Elseiver Ltd.
- Cutlip, Scoot. M dan Allen H. Center. 2006. *Effective Public Relations: Edisi Kesembilan*. Prenada Media Group : Jakarta.
- DeVito, J.A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia: Kuliah Dasar*. (Terjemahan Maulana, A.). Jakarta: Profesional Books (Buku asli diterbitkan tahun 1996).
- Effendy, Onong U. 1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni.
- _____. 2000. *Hubungan Masyarakat Suatu Study Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fatmawati, Indah. 2004. "Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan – Studi Pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta". *Utilitas Vol. 12 No. 2 Juli 2004*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations* (terj.) Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kincaid, D. Lawrence dan Wilbur Schramm. 1977. *Asas-Asas Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: LP3ES bekerjasama dengan East-West Communication Institute.
- Kotler, Philip. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, Monle & Johnson, Carla. 2004. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta : Prenada Media.
- Malik, Dedy Djamiluddin dan Irianta, Yosol (ed.). 1994. *Komunikasi Persuasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mintzberg, H. Quinn. B.C. 1991. *The Strategy, Concepts, Contents, Case*. 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall Inc.

- Mital, Vikas, William T. Ross and Patrick M Baldasare. 1998. "The Asymetric Impact of Negative and Positive Attribute Level Performance on Overall Satisfaction and Repurchase Intentions," *Journal of Marketing*. Vol.62,pp.33-47.
- Moleong, M.A., Dr. Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moore, H. Frazier. 2000. *Hubungan Masyarakat : Prinsip, Kasus, dan Masalah*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2006. *Pengantar Public Relations: Strategi Menjadi Humas Professional*. Ramdina Prakarsa: Tangerang.
- Nawawi, H. Hadari dan H.M. Martini Hadari. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Rakhmat, Djalaluddin. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.
- _____. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN – JP*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Astrid S., 1988, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek Jilid 1*, Bandung: Binacipta.
- Tjiptono, Fandi. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tubss, Stewart L. Sylvia Moss. 1996. *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*, Bandung: PT. Remadja Rosdakarya.
- Utomo, T.J. 2009. "Fungsi dan Peran Bisnis Ritel dalam Pemasaran". *Jurnal Fokus Ekonomi*. Vol. 4 No. 1, Juni 2009, hlm 44-55.
- Veredenbregt, J. 1983. *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.

Wasesa, Silih Agung. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Zeithaml, Valerie A, Leonard L., Berry and Parasuraman A. 1996. "The Behavioral Consequences of Service Quality". *Journal of Marketing*. Vol. 60, pp.31-46.

Internet:

bigcolaindonesianetwork.co.id.htm.

www.AJEGoup.com.

www.mediaindonesia.com/reads/2011.



Lampiran 1

Lay out pada bigcolaindonesianetwork.co.id.htm.



Selamat Datang di
Big Cola

Anggota Gratis



Big Cola
Indonesia

-

- Depan
- [Info Perusahaan](#)
- [Hubungi Kami](#)
- [Katalog Produk](#) [1]
- **Bagi pengalaman anda**
 - [Menulis tinjauan](#)
 - [Kenalkan ke teman Anda](#)
 -

[Share](#)

Selamat Datang di

Big Cola

<http://bigcola.indonetwork.co.id>

AJEGROUP adalah perusahaan yang memproduksi, mendistribusikan dan memasarkan sirup dan minuman tak berakohol yang berbasis di Lima, Peru. Perusahaan ini beroperasi di Peru, Ekuador, Republik Dominika, Venezuela, Meksiko, Kosta Rika, Guatemala, Honduras, El Salvador dan Thailand. Perusahaan ini berbasis di Lima, Peru. Perusahaan ini dijalankan oleh Keluarga Añ añ os-Jerí dari Ayacucho, Peru.

Anda bisa mengklik "[Info Perusahaan](#)", "[Katalog Produk](#)" dan "[Hubungi Kami](#)" untuk melihat isi dan informasi lain dari situs Big Cola.

Membuat situs langsung jadi?

Lampiran 2

Hasil Jawaban PR Big Cola melalui email.

[wawancara BIG COLA](#)

[Tampilkan Detail](#)

BIG COLA

* Divisi MArketing membawahi PR - Trade Marketing - Branch Marketing

* PR terdiri dari 2 bagian yaitu ABove the Line dan Below the Line.

ABOVE THE LINE dijalankan oleh PR Agency (Saatchi & Saatchi) dan Media Agency.

Para agency ini lah yang menjalankan media relation serta meng create image dari perusahaan dimana pemikiran utama tetap dari perusahaan.

BELOW THE LINE - overload

- event sponsor - direct selling - direct event (ex:PRJ)

* Untuk menjalankan kebijakan PR

* Rekrutmen salesman langsung oleh Departemen Marketing. Syaratnya : berbakat menjual dan telah berpengalaman di MLM atau pernah jadi salesman retail. Rekrutmen kerja antara Manajer PR dengan Direktur Marketing.

- Ada pelatihan sistematis dan berjenjang

- Pelatihan Achievement Motivations Training (AMT)

- Salesman diberi materi product knowledge, psikologi praktis, pembentukan attitude, teknik-teknik persuasi, dan time management.

*menjawab pertanyaan no.7 mengenai strategi

terdapat 3 komponen yaitu PDB Product - Differencialy - Brand Product:

- good taste

- big size

- fair price

Differencialy:

- No caffeine

- Low gas

- Low sugar

- marketing tools

Brand:

- Revitalisasi logo --> sales and positive impact
- Big Cola campaign --> Be England, Think Big, Spiderman

Cara untuk mengkomunikasikan dengan publik adalah dengan beberapa cara, yaitu:

1. label produk
2. TVC
3. Direct Selling
4. POP (Point Of Purchase) ex: sticker, poster, dll

BIG COLA lebih cenderung menonjolkan kualitas daripada kuantitas.

menjawab pertanyaan no. 10 mengenai apakah BIG COLA melakukan aktivitas customer relation kepada pengecer

Marketing nya menjalankan dua fungsi horizontal dan vertikal.

fungsi vertikal nya dijalankan dengan memberikan tools kepada pengecer tentang Ricing & Product Guidance

fungsi horizontal nya adalah langsung kepada end user dengan mempergunakan TVC serta MEDIA Campaign

menjawab pertanyaan no. 9 mengenai program kerja BIG COLA

SES : 12 - 45 thn

maka BIG COLA lebih mementingkan untuk memikirkan apa yang disukai oleh orang2 dengan range usia tersebut. maka BIG COLA memutuskan untuk mengambil SPORTS khususnya Bola - FILM - serta MUSIC sebagai program kerja untuk melakukan pendekatan kepada customer nya.

Lampiran 3

PANDUAN WAWANCARA UNTUK PR

1. Bagaimanakah kedudukan *public relations* Big Cola dalam struktur organisasi perusahaan?
2. Apakah tugas dan fungsi PR Big Cola tertulis dalam *job description*? Apakah tugas dan fungsi PR Big Cola?
3. Apakah visi, misi, dan tujuan perusahaan?
4. Apakah yang dilakukan PR Big Cola dalam mengimplementasikan visi, misi, dan tujuan perusahaan?
5. Apakah kendala yang dihadapi Big Cola sebagai *brand* baru di industri minuman berkarbonasi dalam memasarkan produk?
6. Apakah strategi yang dijalankan Big Cola dalam mengkomunikasikan produk kepada masyarakat?
7. Apakah program kerja PR Big Cola tahun 2012?
8. Apakah program kerja PR Big Cola yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran di tahun 2012?
9. Bagaimanakah keterlibatan PR dalam aktivitas *customer relations* bagi pengecer?
10. Apa saja bentuk aktivitas *customer relations* bagi pengecer yang dilakukan PR Big Cola?
11. Departemen/divisi apa sajakah yang terlibat dalam aktivitas *customer relations* bagi pengecer Big Cola?
12. Siapa saja personil yang terlibat dalam aktivitas *customer relations* bagi pengecer Big Cola?
13. Siapakah yang bertanggung jawab dalam aktivitas *customer relations* bagi pengecer Big Cola?
14. Bagaimana cara mengevaluasi keberhasilan program PR Big Cola?
15. Bagaimana cara mengevaluasi program PR Big Cola kepada Pengecer?
16. Apakah kendala yang dihadapi dalam aktivitas *customer relations* bagi pengecer Big Cola? Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?

PANDUAN WAWANCARA UNTUK PENGE CER BIG COLA

1. Sudah berapa lama anda menjual Big Cola?
2. Bagaimanakah cara anda membeli produk Big Cola? Apakah anda belanja langsung ke grosir atau agen? Ataukah ada sales dari Big Cola yang mendatangi toko anda?
3. Bagaimanakah cara pembayaran anda dengan perusahaan dalam pembelian Big Cola?
4. Apakah di lingkungan sekitar anda juga ada toko lain yang menjual Big Cola?
5. Apa yang dilakukan salesman ketika menawarkan dagangan? Apa yang dikatakan agar anda menjual Big Cola?
6. Bagaimana pelayanan karyawan perusahaan atau salesman Big Cola? Apa yang dikatakan salesman tentang rasa, kualitas dan harga Big Cola?
7. Apakah perusahaan Big Cola melalui karyawan atau salesman pernah melakukan survei atau penelitian tentang keinginan dan kebutuhan pengecer? Apakah karyawan atau salesman pernah bertanya-tanya tentang penjualan atau yang lain kepada anda?
8. Apakah salesman sering curhat atau berbincang-bincang tentang penjualan Big Cola atau permasalahan-permasalahan lain, misalnya kendala-kendala menjual Big Cola atau persaingan dengan merek lain kepada anda?
9. Apakah ada pemberian fasilitas dari Big Cola kepada anda? Misalnya pemberian rak, lemari pendingin atau barang lain untuk memajang produk? Bagaimana jika perusahaan memasang spanduk atau poster di toko anda, apakah mereka memberikan imbalan atau hadiah?
10. Apakah anda merasa puas terhadap penjualan Big Cola? Apa yang menyebabkan anda merasa puas?
11. Apa keinginan atau harapan anda terhadap Big Cola? Apakah keinginan tersebut telah terpenuhi?
12. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pelayanan perusahaan Big Cola? Misalnya masalah kesopanan, keramahan atau masing-masing pembayaran atau masalah lainnya?
13. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pembelajaran fasilitas atau perhatian dari perusahaan Big Cola?

Lampiran 4

TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PR

1. Bagaimanakah kedudukan *public relations* Big Cola dalam struktur organisasi perusahaan?

PR berada di bawah Marketing Director dan tugas-tugasnya banyak dilakukan untuk mendukung kegiatan pemasaran

PR terdiri dari dua bagian Above the Line dan Below the Line

Above the Line dijalankan oleh PR Agency saat ini perusahaan sering menggunakan jasa Saatchi & Saatchi dan untuk iklan-iklan atau komunikasi yang lain juga menggunakan Media Agency para agency inilah yang menjalankan *media relations* serta meng-*create image* dari perusahaan di mana pemikiran utama tetap dari perusahaan..... below the line dijalankan dengan beberapa cara..... contohnya *event* sponsor seperti nonton bareng Piala FA, *direct selling* khususnya pada saat ada even-even *direct event* seperti di Pekan Raya Jakarta.

2. Apakah tugas dan fungsi PR Big Cola tertulis dalam *job description*? Apakah tugas dan fungsi PR Big Cola?

Tugasnya ya membantu mengkomunikasikan program-program perusahaan terutama untuk mendukung pemasaran kalau mau lengkap lihat dalam *job descriptions* ada penjelasannya..

3. Apakah visi, misi, dan tujuan perusahaan?

Misi perusahaan ini adalah menjadi produk pilihan dengan budaya pelayanan dan pertumbuhan dengan mengutamakan kualitas, peningkatan kualitas tenaga kerja dan berperan dalam menciptakan kehidupan sosial yang lebih baik Visi perusahaan adalah menjadi perusahaan multinasional terbaik nomor satu di dunia dalam 10 tahun.

Semboyan perusahaan ini adalah : Menawarkan kepada konsumen produk berkualitas dengan harga yang kompetitif Menjadi pelopor dalam harga,

menjaga kualitas tinggi produk dengan bahan-bahan terbaik Menggunakan teknologi tinggi yang sesuai dengan standar kualitas ini semua ada dalam company profile silahkan anda cek sendiri di situs juga ada coba lihat di www.AJEGroup atau bigcola.indonesianetwork.co.id.

4. Apakah yang dilakukan PR Big Cola dalam mengimplementasikan visi, misi, dan tujuan perusahaan?

PR menjalankan program *customer relations* dan diimplementasikan pada lima kegiatan ... menangani keluhan pengecer ... menjaga dan meningkatkan kepuasan pengecer ... menjaga dan meningkatkan loyalitas pengecer ... pengenalan produk dan perusahaan ... dan melakukan analisis kebutuhan pengecer ... atau kalau kurang lengkap anda bisa baca di job deskripsi

5. Apakah kendala yang dihadapi Big Cola sebagai *brand* baru di industri minuman berkarbonasi dalam memasarkan produk?

Kendalanya ya sebagai produk baru belum dikenal masyarakat luas maka pemasarannya harus dilakukan dengan sungguh-sungguh memanfaatkan segala sumber daya yang tersedia

6. Apakah strategi yang dijalankan Big Cola dalam mengkomunikasikan produk kepada masyarakat?

Perusahaan berkomunikasi dengan segala cara misalnya memanfaatkan PR Agency Media Agency dan cara-cara lain seperti pameran direct selling dan sebagainya.

7. Apakah program kerja PR Big Cola tahun 2012?

Big Cola mengkomunikasikan 3 komponen yang menjadi keunggulan yaitu PDB Product - Differencially – Brand Product misalnya menekankan good taste, big size, fair price Differencially menekankan pada no caffeine, Low gas, Low sugar, marketing tools Brand dilakukan dengan Revitalisasi logo sales and positive impact Big Cola campaign Be England Think Big Spiderman.

Cara untuk mengkomunikasikan dengan publik adalah dengan beberapa cara, yaitu: label produk TVC Direct Selling POP (Point Of Purchase) misalnya sticker , poster dan lain-lain

Cara komunikasi BIG COLA adalah mengkomunikasikan lebih cenderung menonjolkan kualitas daripada kuantitas

8. Apakah program kerja PR Big Cola yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran di tahun 2012?

SES : 12 - 45 thn ... maka BIG COLA lebih mementingkan untuk memikirkan apa yang disukai oleh orang2 dengan range usia tersebut maka diambil sponsor dengan SPORTS khususnya Bola - FILM - serta MUSIC sebagai program kerja untuk melakukan pendekatan kepada konsumen

9. Bagaimanakah keterlibatan PR dalam aktivitas *customer relations* bagi pengecer?

Marketingnya menjalankan dua fungsi horizontal dan vertikal..... fungsi vertikalnya dijalankan dengan memberikan tools kepada pengecer tentang Ricing dan Product Guidance fungsi horizontal nya adalah langsung kepada end user dengan mempergunakan TVC serta MEDIA Campaign

10. Apa saja bentuk aktivitas *customer relations* bagi pengecer yang dilakukan PR Big Cola?

Menjalankan semua yang ada dalam job description dengan mengerahkan seluruh sumber daya yang dimiliki misalnya tenaga produksi, tenaga pemasaran, salesman, SPG, dan lain-lain

11. Departemen/ divisi apa sajakah yang terlibat dalam aktivitas *customer relations* bagi pengecer Big Cola?

Sebenarnya secara struktural hanya departemen marketing yang terkait namun pelaksanaannya seluruh departemen berkewajiban mendukung program-program PR

12. Siapa saja personil yang terlibat dalam aktivitas *customer relations* bagi pengecer Big Cola?

Secara langsung manajer PR dan stafnya di bawah koordinasi Direktur Marketing namun di lapangan salesman juga bertugas melaksanakan kegiatan yang bertujuan menjalin hubungan baik dengan pengecer

13. Siapakah yang bertanggung jawab dalam aktivitas *customer relations* bagi pengecer Big Cola?

Manajer PR dan Direktur Marketing

14. Bagaimana cara mengevaluasi keberhasilan program PR Big Cola?

Dilihat dari bagaimana respons masyarakat dari surat-surat yang masuk melalui email, komentar di facebook perusahaan juga menampung keluhan atau pertanyaan dari masyarakat melalui face book dari survei seperti pada saat *louncing* dan ujicoba pasar melalui ritel Indomaret di Jawa dan Sumatra

15. Bagaimana cara mengevaluasi program PR Big Cola kepada Pengecer?

Dari laporan salesman atau supervisor tentang keluhan penjual keinginan dan kebutuhan penjual dari situ kami mengarahkan dan selalu menekankan kepada seluruh salesman untuk melayani toko atau warung sebaik-baiknya.

16. Apakah kendala yang dihadapi dalam aktivitas *customer relations* bagi pengecer Big Cola? Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?

PR tidak bisa memantau seluruh kegiatan salesman di lapangan sehingga pembinaan salesman dilakukan oleh supervisor dan para kepala cabang pemasaran

TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENGECEK BIG COLA

Nama Toko : Abadi
Alamat : Cebongan Raya Mlati Sleman
Tgl. Wawancara : 17 Juli 2012

1. Sudah berapa lama anda menjual Big Cola?

Saya menjual Big Cola sudah sekitar dua tahun

2. Bagaimanakah cara anda membeli produk Big Cola? Apakah anda belanja langsung ke grosir atau agen? Ataukah ada sales dari Big Cola yang mendatangi toko anda?

Saya didatangi salesman dari Big Cola.

3. Bagaimanakah cara pembayaran anda dengan perusahaan dalam pembelian Big Cola?

Salesman mengirim barang sekalian menagih yang telah terjual istilahnya titip barang atau bayar belakang.

4. Apakah di lingkungan sekitar anda juga ada toko lain yang menjual Big Cola?

Banyak warung-warung kecil di kampung-kampung juga menjual ada yang mengambil barang dari sini atau kulakan untuk dijual di warung

5. Apa yang dilakukan salesman ketika menawarkan dagangan? Apa yang dikatakan agar anda menjual Big Cola?

Salesman Big Cola ketika pertama menawarkan Big Cola membujuk saya untuk menjual Big Cola. Saya diberi gambaran bahwa dengan harga Big Cola yang murah akan lebih menarik pembeli

6. Bagaimana pelayanan karyawan perusahaan atau salesman Big Cola? Apa yang dikatakan salesman tentang rasa, kualitas dan harga Big Cola?

Mengenai pelayanan dari salesman Big Cola menurut saya cukup baik Saya selalu diyakinkan Salesman Big Cola bahwa rasa Big Cola tidak kalah dengan merek lain yang terkenal juga kualitasnya padahal harganya murah hal ini akan memudahkan saya menjualnya

7. Apakah perusahaan Big Cola melalui karyawan atau salesman pernah melakukan survei atau penelitian tentang keinginan dan kebutuhan pengecer? Apakah karyawan atau salesman pernah bertanya-tanya tentang penjualan atau yang lain kepada anda?

Ya salesman Big Cola pernah bertanya tentang bagaimana penjualan saya bagaimana jika dibanding merek lain tapi saya nggak tahu itu survei atau bukan tapi kadang-kadang pertanyaannya kalau terlalu jauh ke hal-hal yang pribadi saya malah risih soal penjualan dan hasil itu kan masalah saya pribadi untung berapa itu bukan urusan mereka

8. Apakah salesman sering curhat atau berbincang-bincang tentang penjualan Big Cola atau permasalahan-permasalahan lain, misalnya kendala-kendala menjual Big Cola atau persaingan dengan merek lain kepada anda?

Ya salesman Big Cola sering curhat sama saya kadang-kadang cerita tentang penjualan Big Cola di toko lain saya juga sering ditanya laris apa tidak

9. Apakah ada pemberian fasilitas dari Big Cola kepada anda? Misalnya pemberian rak, lemari pendingin atau barang lain untuk memajang produk? Bagaimana jika perusahaan memasang spanduk atau poster di toko anda, apakah mereka memberikan imbalan atau hadiah?

Ya ini tempat memajang botol ini dari perusahaan Big Cola tetapi dengan syarat tidak boleh untuk memajang merek lain pemasangan spanduk poster di

depan itu juga diberi imbalanseperti ini juga dilakukan barang lain seperti rokok

10. Apakah anda merasa puas terhadap penjualan Big Cola? Apa yang menyebabkan anda merasa puas?

Lumayan puas saya menjual Big Cola dibandingkan dengan merek lain belum terlalu lama tapi penjualan Big Cola lumayan laris barangkali harganya yang murah dan terjangkau.

11. Apa keinginan atau harapan anda terhadap Big Cola? Apakah keinginan tersebut telah terpenuhi?

Keinginan kami sih harga tidak naik sehingga dagangan bisa laku tapi biasanya kalau barang sudah laris harga terus dinaikkan kalau harga naik kami susah laku

12. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pelayanan perusahaan Big Cola? Misalnya masalah kesopanan, keramahan atau masing-masing pembayaran atau masalah lainnya?

Keinginan kami pelayanan terhadap kami tetap baik salesman ramah, sopan dan bisa memahami jika kami ada kesulitan kalau menagih setoran jangan terlalu keras kalau pas kami sedang kesulitan uang agar bisa diberi waktu.

13. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pemberian fasilitas atau perhatian dari perusahaan Big Cola?

Kalau fasilitas saya rasa sudah cukup kalau di tempat saya diberikan rak untuk display yang besar nanti malah menyita tempat kecuali rak tersebut boleh untuk memajang minuman merek lain soalnya kalau rak atau lemari pendingin pemberian perusahaan mereka mensyaratkan hanya untuk memajang dan mendinginkan minuman merek mereka tidak boleh untuk merek yang lain

TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENGEGER BIG COLA

Nama Toko : Yusri
Alamat : Trini Rt 03 Gamping Sleman
Tgl. Wawancara : 17 Juli 2012

1. Sudah berapa lama anda menjual Big Cola?

Sekitar satu setengah tahun

2. Bagaimanakah cara anda membeli produk Big Cola? Apakah anda belanja langsung ke grosir atau agen? Ataupun ada sales dari Big Cola yang mendatangi toko anda?

Salesman Big Cola datang ke toko saya.

3. Bagaimanakah cara pembayaran anda dengan perusahaan dalam pembelian Big Cola?

Bayar belakang Membayar sesudah dagangan laku

4. Apakah di lingkungan sekitar anda juga ada toko lain yang menjual Big Cola?

Ada beberapa toko dan warung kecil menjual Big Cola

5. Apa yang dilakukan salesman ketika menawarkan dagangan? Apa yang dikatakan agar anda menjual Big Cola?

Karyawan Big Cola yang datang dulu mengatakan Big Cola akan lebih menguntungkan karena saya diberi harga kulakan dan untuk menjualnya sudah ada harga dari pabrik sehingga keuntungan saya sudah jelas

6. Bagaimana pelayanan karyawan perusahaan atau salesman Big Cola? Apa yang dikatakan salesman tentang rasa, kualitas dan harga Big Cola?

Pelayanan salesman Big Cola baik ramah Saya juga diberitahu bahwa rasa dan kualitas Big Cola tidak kalah dengan merek lain mengenai harga juga lebih murah

- 7. Apakah perusahaan Big Cola melalui karyawan atau salesman pernah melakukan survei atau penelitian tentang keinginan dan kebutuhan pengecer? Apakah karyawan atau salesman pernah bertanya-tanya tentang penjualan atau yang lain kepada anda?**

Saya kurang tahu kadang-kadang kalau pas waktunya longgar dan saya tidak ada pembeli juga sering berbincang-bincang tapi saya ya cuma masalah dagangan saja laku apa tidak juga hitung-hitungan karena sekarang setelah saya cukup lama menjual Big Cola saya membayarnya di belakang mbayar dagangan yang sudah laku

- 8. Apakah salesman sering curhat atau berbincang-bincang tentang penjualan Big Cola atau permasalahan-permasalahan lain, misalnya kendala-kendala menjual Big Cola atau persaingan dengan merek lain kepada anda?**

Kadang-kadang saya berbincang-bincang topik yang hangat saat ini juga dia tanya dagangan saya laku apa tidak

- 9. Apakah ada pemberian fasilitas dari Big Cola kepada anda? Misalnya pemberian rak, lemari pendingin atau barang lain untuk memajang produk? Bagaimana jika perusahaan memasang spanduk atau poster di toko anda, apakah mereka memberikan imbalan atau hadiah?**

Saya diberi uang sebagai ucapan terima kasih pemasangan poster itu kadang-kadang saya juga diberi semacam hadiah atau souvenir dari perusahaan dengan gambar produk seperti payung, kaos asbak, dan sebagainya

10. Apakah anda merasa puas atau senang terhadap penjualan Big Cola?

Apa yang menyebabkan anda merasa puas?

Cukup senang..... Big Cola sebagai merek baru cepat mendapatkan pelanggan pembeli di toko saya terutama anak muda banyak yang beralih ke Big Cola karena harganya murah apalagi yang suka minum sering dipake untuk oplosan

11. Apa keinginan atau harapan anda terhadap Big Cola? Apakah keinginan tersebut telah terpenuhi?

Keinginan saya cuma sederhana dagangan laris dan dapat banyak untung namun biasanya jika laris, perusahaan terus menaikkan harga ini sudah seringkali terjadi hampir setiap barang apalagi untuk dagangan rokok kalau ada merek rokok baru harganya sangat murah dan banyak hadiah tapi kalau sudah laris ... hampir tiap bulan naik sedikit demi sedikit

12. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pelayanan perusahaan Big Cola? Misalnya masalah kesopanan, keramahan atau masing-masing pembayaran atau masalah lainnya?

Selama ini saya berhubungan baik dengan sales mereka mudah akrab dan melayani dengan baik keinginan saya mereka tetap baik kalau kami terlambat bayar barang mereka dapat memaklumi karena kadang-kadang pas mereka datang mengedrop barang dan menagih pembayaran barang yang telah terjual uangnya baru saya pakai untuk membayar dagangan yang lain ya maklum namanya orang jualan harus pinter-pinter putar uang

13. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pemberian fasilitas atau perhatian dari perusahaan Big Cola?

Fasilitas apa ya yang saya butuhkan? Kalau fasilitas kayaknya saya tidak begitu memerlukan tapi kalau hadiah atau bonus saya mau dan membutuhkan

TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENGECEK BIG COLA

Nama Toko : Ababil

Alamat : Jalan Seturan Raya Depok Sleman

Tgl. Wawancara : 18 Juli 2012

1. Sudah berapa lama anda menjual Big Cola?

Dua tahunan

2. Bagaimanakah cara anda membeli produk Big Cola? Apakah anda belanja langsung ke grosir atau agen? Ataupun ada sales dari Big Cola yang mendatangi toko anda?

Ada mobil dan salesman datang ke toko saya.....

3. Bagaimanakah cara pembayaran anda dengan perusahaan dalam pembelian Big Cola?

Bayar setelah barang laku terjual

4. Apakah di lingkungan sekitar anda juga ada toko lain yang menjual Big Cola?

Ya.... Hampir semua toko juga menjual Big Cola

5. Apa yang dilakukan salesman ketika menawarkan dagangan? Apa yang dikatakan agar anda menjual Big Cola?

Salesman Big Cola memberitahu saya kalau menjual Big Cola akan lebih mendapatkan keuntungan karena harganya murah sehingga bisa cepat laku

6. Bagaimana pelayanan karyawan perusahaan atau salesman Big Cola? Apa yang dikatakan salesman tentang rasa, kualitas dan harga Big Cola?

Salesman Big Cola pelayanannya baik dan menyenangkan ia juga selalu memberitahu bahwa kualitas Big Cola tidak kalah dengan produk lain dan harganya murah

- 7. Apakah perusahaan Big Cola melalui karyawan atau salesman pernah melakukan survei atau penelitian tentang keinginan dan kebutuhan pengecer? Apakah karyawan atau salesman pernah bertanya-tanya tentang penjualan atau yang lain kepada anda?**

Mungkin bisa juga untuk survei wong saya sering ditanya macem-macem tapi nggak tahu juga survei atau bukan.

- 8. Apakah salesman sering curhat atau berbincang-bincang tentang penjualan Big Cola atau permasalahan-permasalahan lain, misalnya kendala-kendala menjual Big Cola atau persaingan dengan merek lain kepada anda?**

Ya seperti tadi itu..... saya sering ditanya macem-macem tapi nggak tahu juga namanya juga “wong srawung” kalau sama-sama ada waktu ya ngobrol...

- 9. Apakah ada pemberian fasilitas dari Big Cola kepada anda? Misalnya pemberian rak, lemari pendingin atau barang lain untuk memajang produk? Bagaimana jika perusahaan memasang spanduk atau poster di toko anda, apakah mereka memberikan imbalan atau hadiah?**

Ya saya diberi rak untuk meletakkan Big Cola tetapi menurut informasi yang saya dengar Big Cola memberi perhatian yang lebih pada toko semacam Indomaret ... baik fasilitas maupun hadiah yang diberikan

- 10. Apakah anda merasa puas terhadap penjualan Big Cola? Apa yang menyebabkan anda merasa puas?**

Ya meskipun tidak terlalu puas tetapi Big Cola di toko saya lumayan laku namun saya merasa ada perbedaan perlakuan dengan toko besar seperti Indomaret pelayanan terhadap mereka lebih diutamakan

- 11. Apa keinginan atau harapan anda terhadap Big Cola? Apakah keinginan tersebut telah terpenuhi?**

Ya ingin laris dan banyak untung inginnya rasanya dipertahankan dan harganya tidak naik-naik biasanya kalau laris harganya naik dan kalau naik terus ya susah njualnya

12. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pelayanan perusahaan Big Cola? Misalnya masalah kesopanan, keramahan atau masing-masing pembayaran atau masalah lainnya?

Saya ingin pelayanan kepada saya tetap baik sales mau mengerti kebutuhan saya saya juga mengerti kebutuhan mereka

13. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pemberian fasilitas atau perhatian dari perusahaan Big Cola?

Saya sudah mendapatkan lemari pendingin untuk memajang Big Cola stiker dan poster juga telah dipasang hadiah dan bonus juga pernah mendapatkan kalau ada bonus lagi saya mau

TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENGECEK BIG COLA

Nama Toko : Desika
 Alamat : Jalan Magelang Km. 5,3 Mlati Sleman
 Tgl. Wawancara : 18 Juli 2012

1. Sudah berapa lama anda menjual Big Cola?

Dua tahun yang lalu 2010 akhir

2. Bagaimanakah cara anda membeli produk Big Cola? Apakah anda belanja langsung ke grosir atau agen? Ataupun ada sales dari Big Cola yang mendatangi toko anda?

Mobil salesman Big Cola datang ke sini.

3. Bagaimanakah cara pembayaran anda dengan perusahaan dalam pembelian Big Cola?

Tidak cash Tapi bayar belakang.

4. Apakah di lingkungan sekitar anda juga ada toko lain yang menjual Big Cola?

Ya ada banyak.

5. Apa yang dilakukan salesman ketika menawarkan dagangan? Apa yang dikatakan agar anda menjual Big Cola?

Saya sering mendapatkan bujukan dari salesman Big Colakatanya dengan harga yang murah akan menarik pembeli namun adanya label harga Rp 3.000 membuat saya tidak bisa menaikkan harga dan mendapatkan keuntungan lebih.

6. Bagaimana pelayanan karyawan perusahaan atau salesman Big Cola? Apa yang dikatakan salesman tentang rasa, kualitas dan harga Big Cola?

Menurut saya salesman Big Cola melayani dengan baik, namun kadang-kadang selalu mendesak saya untuk mengambil barang padahal persediaan masih

cukup tetapi dibanding merek lain sekarang Big Cola lumayan laku salesman juga mengatakan kalau kualitas Big Cola baik

- 7. Apakah perusahaan Big Cola melalui karyawan atau salesman pernah melakukan survei atau penelitian tentang keinginan dan kebutuhan pengecer? Apakah karyawan atau salesman pernah bertanya-tanya tentang penjualan atau yang lain kepada anda?**

Saya sering berbincap-cakap dengan salesman kalau lagi “selo” tapi ndak tahu untuk survei atau bukan

- 8. Apakah salesman sering curhat atau berbincang-bincang tentang penjualan Big Cola atau permasalahan-permasalahan lain, misalnya kendala-kendala menjual Big Cola atau persaingan dengan merek lain kepada anda?**

Saya pernah berbincap-cakap dengan salesman tapi tidak terlalu sering kesibukan saya banyak ini jaga toko sambil ngerjain pekerjaan rumah tangga yang lain jadi sering hanya berbicara seperlunya saja

- 9. Apakah ada pemberian fasilitas dari Big Cola kepada anda? Misalnya pemberian rak, lemari pendingin atau barang lain untuk memajang produk? Bagaimana jika perusahaan memasang spanduk atau poster di toko anda, apakah mereka memberikan imbalan atau hadiah?**

Saya diberi tempat memajang barang ini juga itu spanduk di depan itu saya diberi uang saya juga sering diberi hadiah berupa barang dari pabrik

- 10. Apakah anda merasa puas terhadap penjualan Big Cola? Apa yang menyebabkan anda merasa puas?**

Saya cukup puas merek baru tetapi laku saya jual Big Cola baru sekitar setahun lho tapi sekarang sudah cukup laku

- 11. Apa keinginan atau harapan anda terhadap Big Cola? Apakah keinginan tersebut telah terpenuhi?**

Yang sudah ada sekarang ini dipertahankan rasanya ukurannya tetap nggak dikurangi dan harganya tetap murah

12. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pelayanan perusahaan Big Cola? Misalnya masalah kesopanan, keramahan atau masing-masing pembayaran atau masalah lainnya?

Keinginan saya mereka melayani kami dengan baik mereka mau mendengarkan keinginan kami

13. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pemberian fasilitas atau perhatian dari perusahaan Big Cola?

Di sini jalannya strategis pinggir jalan besar yang ramai kalau ada fasilitas khusus saya juga mau asalkan ada bonusnya kan bisa untuk promosi kalau fasilitas di pajang di depan akan mudah terlihat banyak orang yang lewat

TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENGECEK BIG COLA

Nama Toko : Panuntun

Alamat : Kutu Wates Jl. Selokan Mataram Sleman

Tgl. Wawancara : 19 Juli 2012

1. Sudah berapa lama anda menjual Big Cola?

Dua tahun lebih sedikit

2. Bagaimanakah cara anda membeli produk Big Cola? Apakah anda belanja langsung ke grosir atau agen? Ataupun ada sales dari Big Cola yang mendatangi toko anda?

Salesman datang ke toko saya.

3. Bagaimanakah cara pembayaran anda dengan perusahaan dalam pembelian Big Cola?

Bayar belakang..... kalau dagangan sudah laku.

4. Apakah di lingkungan sekitar anda juga ada toko lain yang menjual Big Cola?

Ya ada banyak

5. Apa yang dilakukan salesman ketika menawarkan dagangan? Apa yang dikatakan agar anda menjual Big Cola?

Saya sering ditawari salesman Big Cola untuk menjual Big Cola..... katanya harga Big Cola yang murah akan cepat laku dan menguntungkan

6. Bagaimana pelayanan karyawan perusahaan atau salesman Big Cola? Apa yang dikatakan salesman tentang rasa, kualitas dan harga Big Cola?

Salesman Big Cola ramah dan mudah akrab orangnya mudah bergaul dan bisa meyakinkan bahwa Big Cola tidak kalah dengan merek yang sudah terkenal, baik dari segi kualitas, rasa dan harganya

- 7. Apakah perusahaan Big Cola melalui karyawan atau salesman pernah melakukan survei atau penelitian tentang keinginan dan kebutuhan pengecer? Apakah karyawan atau salesman pernah bertanya-tanya tentang penjualan atau yang lain kepada anda?**

Pernah sih salesman menanyakan tentang bagaimana penjualan saya apa kesulitan saya apa yang saya inginkan barangkali itu disuruh perusahaan untuk data-data mereka

- 8. Apakah salesman sering curhat atau berbincang-bincang tentang penjualan Big Cola atau permasalahan-permasalahan lain, misalnya kendala-kendala menjual Big Cola atau persaingan dengan merek lain kepada anda?**

Salesman ya pernah bicara tentang dagangan saya kesulitan saya namanya juga sama-sama cari uang ya saling berbagi pengalaman

- 9. Apakah ada pemberian fasilitas dari Big Cola kepada anda? Misalnya pemberian rak, lemari pendingin atau barang lain untuk memajang produk? Bagaimana jika perusahaan memasang spanduk atau poster di toko anda, apakah mereka memberikan imbalan atau hadiah?**

Seperti dari perusahaan lain saya juga sering mendapat bonus maupun hadiah berupa barang semacam souvenir atau barang perlengkapan rumah tangga

- 10. Apakah anda merasa puas terhadap penjualan Big Cola? Apa yang menyebabkan anda merasa puas?**

Senang dan puas Big Cola laku keras apalagi sekarang ada iklan di TV itu lho yang Spiderman sekarang tambah laku murah sih

- 11. Apa keinginan atau harapan anda terhadap Big Cola? Apakah keinginan tersebut telah terpenuhi?**

Inginnya ya barang dagangan laku semua laris ... dapat uang kalau bisa rasanya enak ukurannya banyak harganya murah pasti semua orang pada senang dagangan bisa laku terjual

12. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pelayanan perusahaan Big Cola? Misalnya masalah kesopanan, keramahan atau masing-masing pembayaran atau masalah lainnya?

Keinginan saya terhadap pelayanan mereka ya yang baik mereka melayani saya sebagai penjual dengan baik syukur mau memberi bantuan modal

13. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pemberian fasilitas atau perhatian dari perusahaan Big Cola?

Keinginan saya yang penting tetap pada harga yang murah fasilitas di tempat saya tidak begitu mendesak tapi kalau ada pemberian bonus berupa uang jika saya bisa menjual dalam jumlah banyak ya sangat saya nantikan

TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENGEGER BIG COLA

Nama Toko : Abelyo
Alamat : Trini Rw 17 Gamping Sleman
Tgl. Wawancara : 20 Juli 2012

1. Sudah berapa lama anda menjual Big Cola?

Hampir dua tahunan

2. Bagaimanakah cara anda membeli produk Big Cola? Apakah anda belanja langsung ke grosir atau agen? Ataupun ada sales dari Big Cola yang mendatangi toko anda?

Salesman dari Big Cola datang ke toko.

3. Bagaimanakah cara pembayaran anda dengan perusahaan dalam pembelian Big Cola?

Pembayaran di belakang..... kalau sudah laku.

4. Apakah di lingkungan sekitar anda juga ada toko lain yang menjual Big Cola?

Ada beberapa

5. Apa yang dilakukan salesman ketika menawarkan dagangan? Apa yang dikatakan agar anda menjual Big Cola?

Salesman Big Cola sering menawarkan Big Cola dengan mengajak agar saya untuk menjual Big Cola untuk mendapatkan keuntungan karena harganya yang murah akan gampang laku

6. Bagaimana pelayanan karyawan perusahaan atau salesman Big Cola? Apa yang dikatakan salesman tentang rasa, kualitas dan harga Big Cola?

Pelayanan Salesman Big Cola cukup memuaskan bagi saya orangnya baik, sopan, ramah dan akrab sering mengajak berbincang-bincang dan menyakan

bagaimana penjualan saya dan juga sering mengatakan semoga saya laris salesman juga sering memuji-muji bahwa minumannya dari bahan berkualitas dan rasanya tidak kalah dengan merek lain harganya juga cukup murah

- 7. Apakah perusahaan Big Cola melalui karyawan atau salesman pernah melakukan survei atau penelitian tentang keinginan dan kebutuhan pengecer? Apakah karyawan atau salesman pernah bertanya-tanya tentang penjualan atau yang lain kepada anda?**

Kalau cuma ngobrol sih sering apalagi kalau pas sama-sama ada waktu biasanya kalau datangnya pas siang kalau di tempat saya sedang sepi dia istirahat sambil ngobrol dengan saya tapi saya nggak tahu apakah hasil ngobrol ini disampaikan ke perusahaan

- 8. Apakah salesman sering curhat atau berbincang-bincang tentang penjualan Big Cola atau permasalahan-permasalahan lain, misalnya kendala-kendala menjual Big Cola atau persaingan dengan merek lain kepada anda?**

Ngobrol sih sering ngalor-ngidul ia sering sambil istirahat di toko saya kok di sini kan agak enak eyub nggak begitu ramai

- 9. Apakah ada pemberian fasilitas dari Big Cola kepada anda? Misalnya pemberian rak, lemari pendingin atau barang lain untuk memajang produk? Bagaimana jika perusahaan memasang spanduk atau poster di toko anda, apakah mereka memberikan imbalan atau hadiah?**

Biasa mbak namanya juga perusahaan saya ini sering mendapat bingkisan dari berbagai perusahaan macam-macam barang ada kaos, perlengkapan, makanan, wah macem-macem tiap perusahaan punya cara sendiri agar saya mau membeli barang mereka

- 10. Apakah anda merasa puas terhadap penjualan Big Cola? Apa yang menyebabkan anda merasa puas?**

Saya cukup puas harga yang murah menyebabkan banyak yang membeli pas dengan kantong mereka.....

11. Apa keinginan atau harapan anda terhadap Big Cola? Apakah keinginan tersebut telah terpenuhi?

Saya inginnya harganya tetap murah sehingga menyebabkan banyak yang membeli kalau harga terjangkau dan pas dengan kantong mereka pasti mereka mau membeli

12. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pelayanan perusahaan Big Cola? Misalnya masalah kesopanan, keramahan atau masing-masing pembayaran atau masalah lainnya?

Saya inginnya mereka tidak macam-macam selama ini sudah terjalin hubungan baik, mereka perlu mempertahankan ini kalau ada pendapat yang berbeda dapat saling introspeksi tapi selama ini kami tidak pernah ada masalah kok mereka baik dalam memberi pelayanan pengiriman barang tidak pernah terlambat saya juga membayar tepat waktu sesuai barang yang telah terjual saya inginnya kalau mereka mau mengirim barang memberitahu dulu sehingga saya bisa menyiapkan uang untuk membayar barang yang telah laku

13. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pemberian fasilitas atau perhatian dari perusahaan Big Cola?

Saya sudah merasa mendapat fasilitas berupa rak dan lemari pendingin tapi sayangnya tidak dapat untuk memajang merek lain kalau semua merek memberi fasilitas seperti ini tempatnya malah menjadi “rowa” penuh sesak ...

TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENGECEK BIG COLA

Nama Toko : Agus

Alamat : Jambon Jl. Kabupaten Sleman

Tgl. Wawancara : 20 Juli 2012

1. Sudah berapa lama anda menjual Big Cola?

Saya menjual Big Cola kira-kira dua tahun lebih sedikit

2. Bagaimanakah cara anda membeli produk Big Cola? Apakah anda belanja langsung ke grosir atau agen? Ataukah ada sales dari Big Cola yang mendatangi toko anda?

Ada salesman dari Big Cola.

3. Bagaimanakah cara pembayaran anda dengan perusahaan dalam pembelian Big Cola?

Bayar di belakang kalau barang sudah terjual sambil menerima barang dagangan baru.

4. Apakah di lingkungan sekitar anda juga ada toko lain yang menjual Big Cola?

Ada sekarang yang jual Big Cola sudah banyak ... bahkan sampai ke warung-warung kecil.

5. Apa yang dilakukan salesman ketika menawarkan dagangan? Apa yang dikatakan agar anda menjual Big Cola?

Salesman Big Cola selalu mengatakan bahwa Big Cola lebih menguntungkan ketika nawarin Big Cola ia selalu membujuk saya untuk menjual Big Cola katanya harga Big Cola yang murah akan lebih menarik pembeli

6. Bagaimana pelayanan karyawan perusahaan atau salesman Big Cola? Apa yang dikatakan salesman tentang rasa, kualitas dan harga Big Cola?

Salesman Big Cola baik tetapi terlalu banyak bicara kadang-kadang topik pembicaraannya juga itu-itu saja ia memuji-muji produknya yang katanya rasanya enak dan mutunya baik

7. Apakah perusahaan Big Cola melalui karyawan atau salesman pernah melakukan survei atau penelitian tentang keinginan dan kebutuhan pengecer? Apakah karyawan atau salesman pernah bertanya-tanya tentang penjualan atau yang lain kepada anda?

Saya juga pernah ditanya-tanya tentang penjualan Big Cola penjualan merek lain mana yang lebih laku? saya tidak tahu apakah itu survei

8. Apakah salesman sering curhat atau berbincang-bincang tentang penjualan Big Cola atau permasalahan-permasalahan lain, misalnya kendala-kendala menjual Big Cola atau persaingan dengan merek lain kepada anda?

Saya kadang-kadang berbagi cerita dia juga cerita pengalaman menjual Big Cola di toko-toko lain

9. Apakah ada pemberian fasilitas dari Big Cola kepada anda? Misalnya pemberian rak, lemari pendingin atau barang lain untuk memajang produk? Bagaimana jika perusahaan memasang spanduk atau poster di toko anda, apakah mereka memberikan imbalan atau hadiah?

Ya ada pemberian barang dan imbalan uang untuk alat promosi mereka seperti pemasangan spanduk, poster, stiker, dan lainnya

10. Apakah anda merasa puas terhadap penjualan Big Cola? Apa yang menyebabkan anda merasa puas?

Saya senang ada minuman enak harganya murah di sini kan dekat pasar jadi orang yang lewat dari pasar sering beli Big Cola di sini harganya terjangkau mereka

11. Apa keinginan atau harapan anda terhadap Big Cola? Apakah keinginan tersebut telah terpenuhi?

Saya ingin minumannya rasanya tetap enak tapi biasanya kalau minuman ringan seperti ini rasanya tidak berubah dari dulu sampai sekarang merek yang sudah terkenal itu rasanya sama paling hanya ada tambahan variasi jenis rasa, misalnya rasa jeruk strawberry dan lain-lain saya inginnya ya harganya tetap murah terjangkau sehingga ada yang beli kalau rasanya enak tetapi harganya mahal ya orang nggak mau beli kalau bisa ya jangan dinaikkan terus harganya

12. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pelayanan perusahaan Big Cola? Misalnya masalah kesopanan, keramahan atau masing-masing pembayaran atau masalah lainnya?

Saya ingin minumannya rasanya tetap enak tapi biasanya kalau minuman ringan seperti ini rasanya tidak berubah dari dulu sampai sekarang merek yang sudah terkenal itu rasanya sama paling hanya ada tambahan variasi jenis rasa, misalnya rasa jeruk strawberry dan lain-lain saya inginnya ya harganya tetap murah terjangkau sehingga ada yang beli kalau rasanya enak tetapi harganya mahal ya orang nggak mau beli kalau bisa ya jangan dinaikkan terus harganya

13. Apakah yang menjadi keinginan anda berkaitan dengan pembelajaran fasilitas atau perhatian dari perusahaan Big Cola?

Saya inginnya fasilitas itu tidak hanya berupa barang tapi ada pemberian uang atau paling tidak potongan harga sehingga keuntungan saya bisa lebih saya tidak bisa menaikkan harga karena di botol sudah tercantum harganya