

KUESIONER

kuisisioner ini hanya untuk followers dari Kv_kaos.id

Nama Lengkap :

Nomor Handphone/Whatsapp :

User ID Instagram :

Karakteristik Follower

1. Berapa umur anda saat ini?

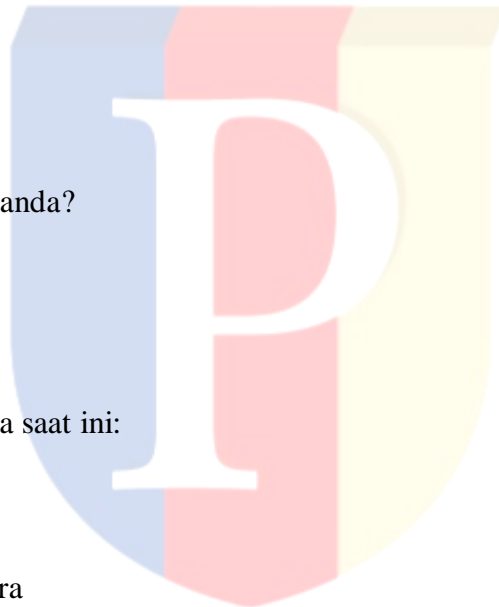
- a. 16-20
- b. 21-25
- c. 26-30
- d. 31-35

2. Apa jenis kelamin anda?

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

3. Apa pekerjaan anda saat ini:

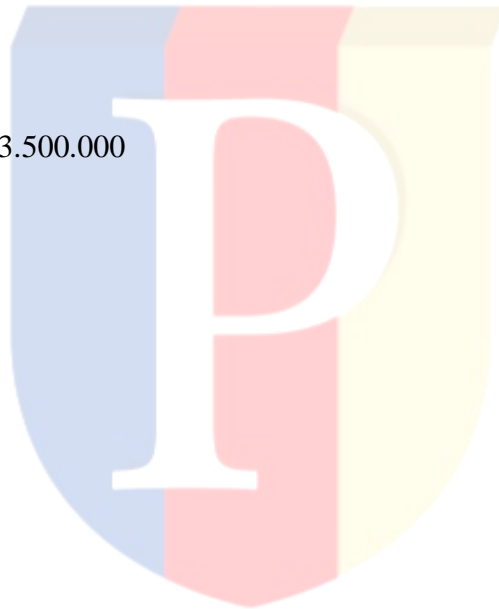
- a. Pelajar
- b. Mahasiswa
- c. Aparatur sipil negara
- d. Pegawai swasta
- e. Wiraswasta
- f. yang lain: _____



4. pendidikan terakhir anda
 - a. MI/SD
 - b. MTs/SMP/SLTP Sederajat
 - c. MA/SMA/SMK/SLTA Sederajat
 - e. D1/D2/D3 sederajat
 - f. Sarjana/D4 sederajat
 - g. Magister
 - h. Doktor
 - i yang lain:_____

5. Pendapatan anda dalam waktu satu bulan:

- a. \leq Rp. 500.000
- b. Rp. 500.000 – Rp. 3.500.000
- c. \geq Rp. 3.500.000



Frekuensi informasi terkini

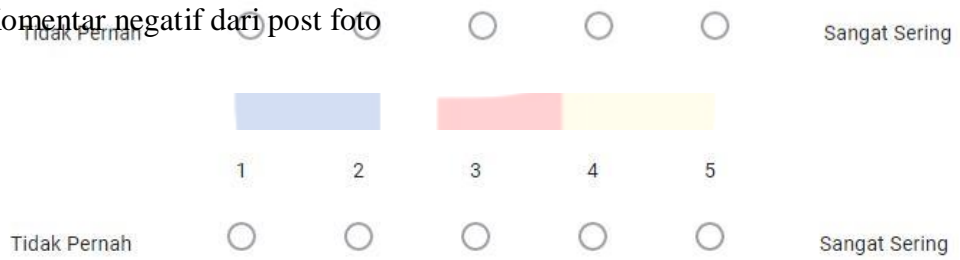
1. Post foto muncul di timeline saya



2. Komentar positif dari post foto



3. Komentar negatif dari post foto



4. Saran terhadap post foto

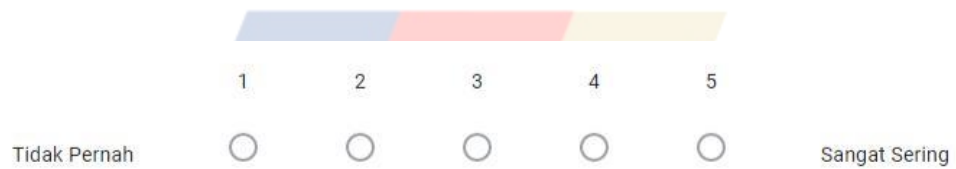


Feekuensi *Feedback* Pesan

1. *Instagram* membalas *comment*



2. Kecepatan *Instagram* membalas *comment*



Daya tarik pesan

1. *Desain Feed Instagram*



2. Kualitas pengambilan foto



Gaya Pesan


1. Caption setiap posting mudah dimengerti

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

2. Caption setiap posting bersifat mengajak (persuasif)

						
	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

3. Kesesuaian Caption dengan postingan

						
	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

Kejelasan Informasi

1. Informasi produk

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

2. Informasi harga produk

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

3. Informasi stok barang

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering



4. Informasi lokasi Reseller

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering


5. Informasi Cara pembelian

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

Attention


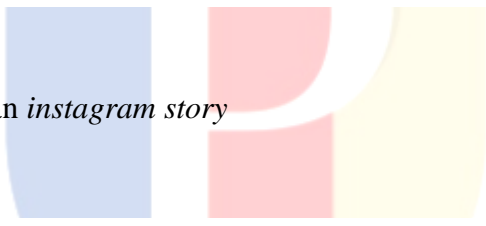
1. Saya melihat foto di timeline

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering



2. Saya memperhatikan *instagram story*

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering



3. Saya melihat informasi cara pembelian produk

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

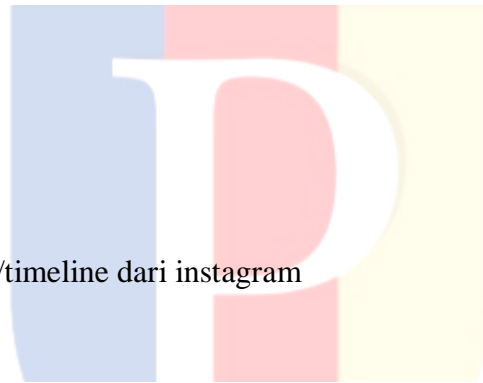
4. Saya memperhatikan informasi stok produk

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

5. Saya memperhatikan informasi promosi (diskon, kupon, dsb)

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

Interest



1. Saya membaca bio/timeline dari instagram

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

2. Saya membaca caption

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

3. Saya pernah memberikan comment pujian pada foto produk yang menarik

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

4. Saya pernah memberi like pada foto yang menarik

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

5. Saya tertarik dengan informasi mengenai varian produk

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

6. Saya tertarik dengan informasi promosi penjualan (diskon, kupon, dsb)

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

Search

1. Saya pernah mencari informasi di medsos dan/atau menghubungi pihak untuk menanyakan harga produk

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

2. Saya pernah mencari informasi di medsos dan/atau menghubungi pihak untuk menanyakan informasi promosi penjualan (diskon, kupon, dsb)

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

3. Saya pernah mencari informasi di medsos dan/atau menghubungi pihak untuk menanyakan berbagai model yang tersedia

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

4. Saya pernah mencari informasi di medsos dan/atau menghubungi pihak untuk mengetahui cara pembelian online

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

5. Saya pernah mencari informasi di medsos dan/atau menghubungi pihak untuk menanyakan biaya pengiriman

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

Action

1. Saya pernah melakukan pembelian secara *online* dan *delivery order*

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

2. Saya pernah melakukan pembelian kembali (*Repeat Order*) dengan model yang sama

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

3. Saya pernah melakukan pembelian kembali (*Repeat Order*) dengan model yang berbeda

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

4. Saya pernah melakukan pembelian berskala besar untuk dijual lagi

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

Share

1. Saya pernah memberikan comment dan melakukan posting foto yang berisi pendapat setelah membeli produk

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

2. Saya pernah memberikan comment dan melakukan posting foto di *Instagram story* setelah membeli produk

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

3. Saya pernah mem-posting foto di akun media sosial lainnya (Path, Instagram, Facebook, dsb) setelah membeli produk

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering

4. Saya pernah mengajak orang lain untuk mengunjungi instagram setelah melihat

	1	2	3	4	5	
Tidak Pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Sering



Respon :

NO	Nama Lengkap	No Handphone/Whatsapp	User ID Instagram
1	Michel	082195038856	Michaelaagness
2	fitriani	087840056902	fitriani_
3	arvinia holiwono	081354551646	Arvnia
4	Anthony Gunawan	082284046508	@anthony_gunawan7
5	ratu nia	081315221452	Niaparsatika
6	susi susna	082258387887	sussy-ssn2
7	Chandra Gupta	082215934421	chandragupta
8	metta	081356852592	metta_
9	meidianto	081315932225	meidianto_05
10	edi	081256852597	Edi
11	Desi wijaja	081315893325	desi_wijaja_
12	widyantari	085256832576	Widyantari
13	venadya gracia	081213152314	gracia_venad
14	jessica wijaya	082257912507	jessica9g
15	veronica winata	081316923046	verowinata
16	winda astika sari	085613209938	windaastikasari
17	selly surya pratiwi	081589290034	sellysurya_
18	yunita cristian	082258723991	yunitachris
19	widya novitasari	081315804611	weedealu
20	dyah astikasari	081316784432	dyah21
21	bianca salsabilah	091329845529	biancasalsabilah_
22	wulandari	081325693201	wulandarii
23	arvy valery	085678023360	arvy_valery
24	zindy clara	082278983277	zindclr_
25	dyah rosita	082568091276	dyah98
26	grace erdiana	081319823019	graceerdiana
27	kartika ho	081317923093	ho.kartika
28	daisy loangga	085678910356	daisy.loangga
29	niiia	081519025300	niiia.ayy
30	nola sari rahayu	081528301926	nola.rahayu1
31	christian viviani	081518209364	vivi.christiani
32	nur atika	085678201934	atikanurrc
33	fafa salsabilah	081510293401	fafaa.id
34	Averina Sheryl	082817102372	averina.sheryl
35	Keisha Angelia	085396766654	Keishangeliaa
36	nanda aditya	081280688090	aditya.nanda
37	mega chandra	081529367712	mega_
38	vincent aditya	082283746102	adityavincent
39	vitalauren	087875084205	vitalaurenn
40	Nirmala niora	087820394518	Nirmalaniora
41	stevani	082219332227	setvani.99
42	Pricill stefany	085828192353	Stefanyypricil
43	theresia pangestu	082190718887	theresia
44	Michelle liem	087781768645	Michelllee01
45	Enrico kamal	082190718856	Erico_k

46	vermiwang	082195038888	vermiwang_
47	tanya anya sofia	087826371426	tanyaanyasofia
48	gabriel aurel	087892035172	gabriel.A
49	yulianti	087802347104	yulianti
50	novita regina	081318204530	regina.novita_
51	elsa maulana	087830295022	elsaamaulanaa_
52	zhasqia keyko andjani	082288476106	keykoandjani
53	nini karnia	087840117690	ninikarniaa
54	maya liusady	081528190076	mayaliu
55	livia cahyadi	083808495969	livia
56	fitra januari	081267403398	fitra.jan
57	gilma susanto	081273047780	gilmasusanto
58	selvita wijaya	089835029980	selvita
59	prameswari	085623984438	prameswari
60	mington triwijaya	081273926491	mington
61	mangasih petter	081273016239	petter
62	dina sonia	087843729152	dinna_
63	Agung Wijaya	081326903360	Agungwo8
64	Lina	081219040544	Linalu
65	yani ardianti	081174088878	yani
66	novitasari	081325309724	novita
67	adeline wijaya	081235709341	adl_
68	adhis pratama	082256402818	adhis.par
69	Yeni safitri	081238406200	yenn_safitri
70	Laora	081376320958	laorabelo
69	Siska oktaviani	087809295301	siska_oktaviani21
70	Fitria	081287530918	redirakariki50
71	Revi marrisscca	081376209477	revimarr
72	Mutia faddhila	081276409233	mutiafaddhila
73	Lorryni oliveira	082298531690	lorryni_oliveira
74	Martha sihombig	087864109399	tha_shb
75	Nofianti eka pertiwi	081397365966	nofi.ep
76	Nur elma maulia	082276021964	elmael20_
77	Intan rahmawati	083856092144	intan._
78	Susi Susana	083475777892	sussy_ssn2
79	Theresia javelin	081247054766	theresia
80	Indri	081356074216	indri1529
81	Nita Rosita	087864309991	nitarosita359
82	Debby ayu	082279310977	debbyayu
83	Rosalina Irma	081367073168	rosaliarirma1.
84	Gina mariana	081943209597	gina31_mariana
85	Dian novella utami	082365881409	novellaardian
86	Cindy ayu	085271196546	cindy_ayu123
87	Yeni lestari	085371230954	yenilestari661
88	Rissa lestari	085714669430	rissa_lestari
89	Rosita damayanti	085836408823	rosita_ona23
90	Adinda dewi	088747880921	adindadewi
91	Anggun cahyadi	087854219766	cahyadi_anggun
92	Bella venissa	081376320917	bella_

93	Shelly melliana	089573440188	shelly_melliana
94	Hesti restyaka	087841953100	hestirestyaka
95	Amelia indah novianty	082239754677	ameliaindahnovianty
96	Hezty alfareza	089842774501	hezty_alfareza
97	Verawati meidianaa	087851300733	medianav
98	Siska oktaviani	082239775190	siska_oktaviani
99	Rara	081367027791	rara_1
100	Nindya wijaya	08137064866 9	nindya.wijaya_99



Data wawancara

Pedoman Wawancara

Wawancara

Owner

1. Apa nama produk/usaha yang sedang anda jalani?
2. Bagaimana sejarah tercetusnya produk ini?
3. Apa visi, misi, dan tujuan dibentuknya usaha produk ini ?
4. Apa arti dari nama merek produk itu sendiri?
5. Apa saja strategi pemasaran yang dilakukan produk dalam menarik konsumen?
6. Media – media apa saja yang digunakan dalam pemasaran produk melalui media – media promosi?
7. Kenapa menggunakan Instagram untuk melakukan promosi?
8. Apakah ada perbedaan dari sebelum menggunakan media?
9. Bagaimana perkembangan pemasaran produk melalui media – media promosi?
10. Mengapa Anda memilih untuk menjual produk ini?

Hasil Wawancara

22:18 [Icons] Pedoman wawancara - Read-only

Read Only - You can't save changes to this file.

Pedoman Wawancara
Wawancara
Owner : Mington (POCATO)

1. Apa nama produk/usaha yang sedang anda jalani?
Pocato dan bergerak di dalam bidang food and beverages berfokus di penjualan makanan sehat yaitu salad
2. Bagaimana sejarah terciptanya produk ini?
Dimulai dari 3 sekawan yang ingin mencoba untuk melakukan bisnis sehingga terpikirkan oleh kami berfoga untuk mencoba usaha di bidang makanan, karena semua orang membutuhkan makan. Lalu kami berfoga tidak ada yang bisa masak sehingga terpikirkan untuk membuat salad karena hanya sayuran yang di rebus dan ayam yang di grilled tanpa perlu banyak bumbu
3. Apa visi, misi, dan tujuan dibentuknya usaha produk ini ?
Tujuan kami membentuk usaha ini adalah untuk belajar berbisnis dan bekerja sama dengan tim kerja. Kemudian kami ingin mempraktekan ilmu yang telah kami pelajari di perkuliahan.
4. Apa arti dari nama merek produk itu sendiri?
Nama merek kami adalah Pocato dan Pocato sendiri merupakan singkatan potato, carrot, tomato. 3 hal tersebut merupakan salah satu bahan yang kami gunakan untuk produk yang kami tawarkan
5. Apa saja strategi pemasaran yang dilakukan produk dalam menarik konsumen?
Ada beberapa cara yang kami lakukan untuk menarik konsumen
a. Kami melakukan discount
b. Kami membagikan fakta-fakta tentang hidup sehat sehingga orang akan semakin aware untuk hidup sehat
c. Kami memberikan positive quotes di label produk kami
d. Kami meminta teman teman kami untuk share foto atau video tentang produk kami
6. Media – media apa saja yang digunakan dalam pemasaran produk melalui media – media promosi?
Kami menggunakan media social salah satunya yaitu Instagram
7. Kenapa menggunakan Instagram untuk melakukan promosi?
Karena Instagram pada saat ini banyak di gunakan oleh semua kalangan masyarakat dan Instagram memiliki cakupan yang luas dengan biaya yang minim
8. Apakah ada perbedaan dari sebelum menggunakan media?
Perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan media adalah setelah menggunakan Instagram orang lebih banyak mengetahui dan mengenal produk kami.
9. Bagaimana perkembangan pemasaran produk melalui media – media promosi?
penjualan kami juga meningkat setelah melakukan promosi melalui media Instagram

10. Mengapa Anda memilih untuk menjual produk ini?
Karena salad memiliki suatu nilai yang lebih yaitu makanan sehat dan pada saat ini orang orang sudah mulai aware dan tertarik untuk hidup sehat.

1 of 2



Read Only - You can't save changes to this file.



Pedoman Wawancara

Wawancara

Owner

1. Apa nama produk/usaha yang sedang anda jalani?
Tezzen (Brand)
2. Bagaimana sejarah teretusnya produk ini?
Brand ini teretus dari 3 anak muda yang dari awal kuliah sudah menyukai dunia entrepreneurship, dimana masing-masing yang semuanya jurusan IT tapi kurang tertarik dengan bidang tsb. 3 orang ini masing-masing magang dan part time di bidang marketing/dunia yang berhubungan dengan bisnis. Dari awal part time kami masing-masing sudah mulai menjual barang-barang orang di social media. Singkat cerita awalnya kami tertarik dan suka dengan jual-jualan produk, hingga pada suatu hari ada salah satu co-founder mencetuskan dan mengajak untuk memulai bisnis di bidang grooming pria. Karena data penjualan dan data analisa yang kami dapat, trend perawatan pria mulai berkembang pesat dari tahun 2015 hingga sekarang 2020 makin banyak pria yang akan sadar tentang penampilan terutama bias dilihat dari jumlah barbershop yang makin berkembang disaat itu. Dari data tsb kami yakin ada peluang yang lumayan besar di bidang grooming, setelah itu kami menganalisa kembali produk-produk perawatan pria yang rata-rata untuk kelas menengah keatas itu produk dari luar (import). Sedikit sekali produk lokal yang mempunyai nama yang beredar di pasar, rata-rata orang menggunakan produk import. Padahal menurut kami, produk lokal tidak kalah bersaing dengan produk luar, bahkan ada yang lebih baik karena produk lokal pastinya menyesuaikan tentang iklan dan cuaca di Indonesia terutama dibidang grooming.

Setelah diskusi beberapa kali dan survey tentang potensi market, 3 orang anak muda ini sepakat untuk menjalankan bisnis bersama. Kami percaya produk lokal tidak akan kalah bersaing dengan produk luar, asalkan kami memproduksi produk yang berkualitas serta mengerti cara marketing yang baik. Tim Tezzen sendiri terkumpul pada akhir tahun 2016 dan mulai mempunyai produk pertama kami pada tanggal 15 Desember 2017.
3. Apa visi, misi, dan tujuan dibentuknya usaha produk ini ?
Visi : Membantu pria Indonesia menjadi lebih percaya diri melalui produk-produk Tezzen
Misi :
- Menciptakan produk-produk yang berkualitas & sehat
- Memberikan edukasi seputar penampilan dan perawatan pria
4. Apa arti dari nama merek produk itu sendiri?
Tezzen diambil dari salah satu marga co-founder itu sendiri, arti dari Tezzen memiliki arti keren, unik serta mirip seperti nama dari luar. Jadi tim Tezzen sepakat untuk menggunakan nama tsb.
5. Apa saja strategi pemasaran yang dilakukan produk dalam menarik konsumen?
- Membuat produk dengan design yang elegan
- Membuat kemasan yang eksklusif
- Memberikan bonus untuk setiap pembelian

- Produk mudah didapatkan (Channel penjualan : Offline store, Barbershop, Marketplace, E-Commerce, Website)

Read Only - You can't save changes to this file.



terutama bias dilihat dari jumlah barbershop yang makin berkembang disaat itu. Dari data tsb kami yakin ada peluang yang lumayan besar di bidang grooming, setelah itu kami menganalisa kembali produk-produk perawatan pria yang rata-rata untuk kelas menengah keatas itu produk dari luar (import). Sedikit sekali produk lokal yang mempunyai nama yang beredar di pasar, rata-rata orang menggunakan produk import. Padahal menurut kami, produk lokal tidak kalah bersaing dengan produk luar, bahkan ada yang lebih baik karena produk lokal pastinya menyesuaikan tentang iklim dan cuaca di Indonesia terutama dibidang grooming.

Setelah diskusi beberapa kali dan survey tentang potensi market, 3 orang anak muda ini sepekat untuk menjalankan bisnis bersama. Kami percaya produk lokal tidak akan kalah bersaing dengan produk luar, asalkan kami memproduksi produk yang berkualitas serta mengerti cara marketing yang baik. Tim Tezen sendiri terkumpul pada akhir tahun 2016 dan mulai mempunyai produk pertama kami pada tanggal 15 Desember 2017.

3. Apa visi, misi, dan tujuan dibentuknya usaha produk ini ?

Visi : Membantu pria Indonesia menjadi lebih percaya diri melalui produk-produk Tezen

Misi :

- Menciptakan produk-produk yang berkualitas & sehat
- Memberikan edukasi seputar penampilan dan perawatan pria

4. Apa arti dari nama merek produk itu sendiri?

Tezen diambil dari salah satu marga co-founder itu sendiri, arti dari Tezen memiliki arti keren, unik serta mirip seperti nama dari luar. Jadi tim Tezen sepekat untuk menggunakan nama tsb.

5. Apa saja strategi pemasaran yang dilakukan produk dalam menarik konsumen?

- Membuat produk dengan design yang elegan
- Membuat kemasan yang eksklusif
- Memberikan bonus untuk setiap pembelian

- Produk mudah didapatkan (Channel penjualan : Offline store, Barbershop, Marketplace, E-Commerce, Website)
- Aktif di social media dan memberikan konten yang sesuai dengan produk

6. Media – media apa saja yang digunakan dalam pemasaran produk melalui media – media promosi?

- Website resmi Tezen
- Facebook
- Instagram
- Marketplace
- Youtube

7. Kenapa menggunakan Instagram untuk melakukan promosi?

Karena produk yang kami tawarkan mayoritas targetnya anak muda tepatnya di usia 17 – 35 tahun (Seperti anak kuliah dan kantor). Rata-rata sudah mempunyai akun Instagram dan mereka bisa dibidang tergolong aktif karena pergerakan teknologi sekarang yg begitu pesat, sehingga informasi sangat cepat didapatkan oleh mereka.

8. Apakah ada perbedaan dari sebelum menggunakan media?

Dari awal Tezen berdiri sudah menggunakan Social Media, perbedaan dibandingkan offline pastinya lebih spesifik target yang didapatkan. Apalagi lagi sudah menggunakan iklan bisa langsung mentargetkan berdasarkan jenis kelamin, umur, kesukaan pada suatu hal dan lain-lain.

9. Bagaimana perkembangan pemasaran produk melalui media – media promosi?

Media promosi online sekarang sudah semakin banyak digunakan oleh orang-orang, termasuk perusahaan besar ataupun UMKM. Pemasaran di media promosi akan tetap berdampak jika tepat sasaran dan angle yang kita sampaikan juga tepat. Maka target customer yang diincar juga akan semakin percaya terhadap brand dan pastinya akan meningkatkan penjualan produk.

10. Mengapa Anda memilih untuk menjual produk ini?

Seperti pada awal tadi, kami melihat potensi pasar ini lumayan besar dan kami yakin produk lokal bisa bersaing dengan produk luar. Untuk saat ini kami sudah mempunyai 4 produk utama khususnya untuk *styling* rambut, dan akan terus bertambah yg pastinya berhubungan dengan perawatan pria.

Cici Dubaiii



Read Only - You can't save changes to this file.



Pedoman Wawancara

Wawancara

Owner

1. Apa nama produk/usaha yang sedang anda jalani? Midoriya Babyshop
2. Bagaimana sejarah tercetusnya produk ini? Hanya melihat ruko sederetan dan melihat kondisi lingkungan setempat tidak ada yang jualan produk baby. Jadi, saya putuskan untuk membuka babyshop
3. Apa visi, misi, dan tujuan dibentuknya usaha produk ini ?

Visi : Menjadikan babyshop yang memiliki daya saing dengan babyshop lainnya terutama di pasar Indonesia, Memperluas bisnis babyshop hingga ke pasar Indonesia.

Misi :Menyediakan berbagai kebutuhan bayi yang lengkap dengan kualitas sesuai yang dibutuhkan konsumen, menjaga kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen, meningkatkan promosi produk melalui promosi secara online maupun offline.

Tujuan: memperoleh pendapatan yang sebesar-besarnya,

4. Apa arti dari nama merek produk itu sendiri? Tidak ada arti. Hanya sekedar buat nama saja.
5. Apa saja strategi pemasaran yang dilakukan produk dalam menarik konsumen?
Sering memberikan diskon terutama yang telah membeli lusinan, mengadakan giveaway, memberikan harga-harga promo, mengadakan free ongkir dan jangan menetapkan harga yang terlampau tinggi.
6. Media – media apa saja yang digunakan dalam pemasaran produk melalui media – media promosi? Hanya melalui spanduk, brosur dan media online seperti instagram.
7. Kenapa menggunakan Instagram untuk melakukan promosi?
Karena sekarang banyak orang yang lebih menggunakan instagram dibandingkan media online lainnya. Melalui instagram kita bisa mempublikasikan foto-foto yang bagus dengan mudah dan adanya fitur ads dimana kita dapat melakukan pengiklanan.
8. Apakah ada perbedaan dari sebelum menggunakan media?
Ada, banyak orang yang lebih mengenal bisnis saya dan adanya tambahan pembeli dari luar daerah.
9. Bagaimana perkembangan pemasaran produk melalui media – media promosi?
Semakin berkembang dan berjalan dengan baik sesuai dengan ekspektasi saya.
10. Mengapa Anda memilih untuk menjual produk ini? karena bisnis babyshop adalah bisnis yang menjanjikan, dimana pasar yang dimiliki tidak akan pernah habis karena manusia selalu beranak cucu.

11:03



< Felix Wijaya



14:00

Pake file yg ini ya lix
Yg pertama itu ada yg salah wakakab

Read
14:00



1. Tagar (Tahu garing)

2. Pertama kali terciptanya produk tersebut karena penasaran, akhirnya mencoba dan bisa berhasil sampai sekarang

3. Visi : menjadi brand tahu goreng terbesar di Indonesia melalui produk yang berkualitas serta harga terjangkau

Misi : mengutamakan kualitas dari produk, mengembangkan usaha ke seluruh wilayah Indonesia

Tujuan : bisa menjadi brand tahu no 1 di Indonesia

4. TAGAR : Tahu garing (tdk ada arti si 😊)

5. Strateginya jelas kita lebih menjaga kualitas produk kita, jelas itu yang bisa membuat unggul produk kita karena bisa menjaga kualitas produk dengan baik

6. Instagram, influencer, instagram ads, facebook

7. Karena di jaman sekarang banyak orang yang menggunakan aplikasi instagram sebagai forum untuk berjualan dan promosi

8. Ada, saat tidak menggunakan media kurangnya orang tau akan produk ini, dan saat sudah dipromote melalui media lebih banyak orang yang minat

9. Untuk awal-awal pertama masih sepi, tetapi berhubung promosi melalui media tingkat penjualan dari bulan ke bulan menjadi naik

10. Karena produk tahu ini dikalangan kita saat ini banyak yang menyukainya, dengan harga yang tidak terlalu mahal dan pas untuk kantong masyarakat



Felix

