

APPENDIX A:
Preliminary Survey



SURVEI PENDAHULUAN TUGAS AKHIR

DEPARTEMEN REKAYASA INDUSTRI

UNIVERSITAS TELKOM

Gedung C Lt. 3 C300 Jl. Telekomunikasi No.1 Dayeuhkolot Bandung 40257

No Kuesioner:

Yth. Sdr/I Responden

Dengan hormat,

Saya mahasiswa Departemen Rekayasa Industri Telkom University sedang melaksanakan penelitian Tugas Akhir dengan judul **“PERUMUSAN PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN GREEN TEA CHOCOBAR ARAFA TEA DENGAN PENDEKATAN *BENCHMARKING*”**. Sehubungan dengan hal tersebut, saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Saya menyadari bahwa waktu saudara/i sangat berharga, untuk itu saya sangat berterimakasih atas kesediaan dan perhatiannya karena telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Seluruh identitas dan jawaban anda dijamin kerahasiannya.

Hormat Saya,

Alan Arif Dharmasaputra

1102110204

Petunjuk Pengisian:

1. Bacalah pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab pertanyaan.
2. Isilah kuesioner dengan kondisi yang sebenarnya Anda rasakan.
3. Kuesioner yang tidak diisi lengkap dan diisi dengan lebih dari satu jawaban di setiap pertanyaannya maka dinyatakan tidak sah dan tidak akan digunakan dalam pengolahan data selanjutnya

Petunjuk pengisian kuesioner:

1. Baca pertanyaan dengan teliti dan jawablah dengan sejujur-jujurnya.
2. Untuk mengisi pertanyaan tertutup, responden bisa menjawab pertanyaan dengan memberi tanda [X] pada kolom jawaban yang telah tersedia.
3. Untuk mengisi pertanyaan terbuka, responden bisa menuliskan jawabannya secara langsung pada kolom isian yang tersedia.

Pertanyaan kuesioner:

1. Apakahah anda menyukai rasa *green tea chocolate* Arafa Tea?
 - a. Suka
 - b. Tidak suka
2. Apakah anda mengetahui tentang produk *Green Tea Chocolate* Arafa Tea?
 - a. Mengetahui
 - b. Tidak mengetahui
3. Menurut anda, bagaimana deasin kemasan dari *Green Tea Chocolate* Arafa Tea?
 - a. Menarik
 - b. Tidak menarik
4. Apakah masukan yang dapat anda berikan untuk produk *Green Tea Chocolate* Arafa Tea?

Rasa:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Kemasan:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Promosi:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Appendix B:
Result of In-Depth Interview
Chocodot

Nama Narasumber : Bobby Firdaus
Jabatan : Cyber promotion and public relation
Tanggal Kunjungan : 23 Febuari 2015

Pertanyaan: Bagaimanakah sejarah Chocodot dari awal berdiri hingga menjadi seperti sekarang?

Jawaban: Pada awalnya sewaktu bapak Kiki Gumelar menjabat menjadi manajer pengembangan bisnis PT. Nirwana Lestari, beliau mendirikan bakery yang memiliki produk roti dan cokelat pada tahun 2007 di Yogyakarta. Pada tahun 2009 beliau menciptakan olahan cokelat yang dicampur dengan dodol yang dinamakan Chocodot dan pada bulan Juli 2009 beliau pulang ke Garut dan mulai memasarkan produk Chocodot dari rumah ke rumah dan aktif mengikuti pameran yang diadakan oleh pemerintah setempat. Perlahan namun pasti Chocodot mulai dikenal banyak kalangan hingga menuai kesuksesan dalam waktu yang cukup singkat yaitu sekitar 6 bulan sejak mulai dipasarkan sudah mampu menghasilkan omset sebesar 100 juta Rupiah. Kesuksesan tersebut diikuti dengan terpilihnya Chocodot sebagai pemenang Garut Award 2010 bidang inovasi produk buah tangan kota Garut. Dan sekarang telah dilakukan banyak perubahan terhadap struktur organisasi usaha agar dapat menjalankan proses bisnis yang dimiliki Chocodot lebih efisien dan efektif.

Pertanyaan: Produk apa saja yang dimiliki oleh Chocodot?

Jawaban: Chocodot telah memiliki banyak produk olahan cokelat dan banyak dari produk olahan tersebut berupa cokelat dengan rasa tertentu seperti strawberry, vanilla, *dark tea* hingga *greentea*.

Pertanyaan: Bagaimana cara Chocodot untuk mengembangkan produk?

Jawaban: Awalnya Chocodot tidak memiliki pasar yang jelas dan hanya ditujukan sebagai produk oleh-oleh, namun sekarang dikarenakan pengetahuan tentang pasar yang telah berkembang akhirnya Chocodot memilih segmen anak muda sebagai target pasar. Dan pengembangan produk dilakukan atas tren yang sedang ada pada anak muda. Contohnya produk Green Tea Infused Chocolate merupakan hasil riset tim yang menemukan bahwa *green tea* merupakan tema yang sedang menjadi trend pada anak muda dan akhirnya kita kombinasikan cokelat dan greentea untuk dijadikan produk baru Chocodot. Semuanya melalui tahapan yang cukup panjang namun singkat agar Chocodot dapat selalu *up-date* dengan perkembangan zaman.

Pertanyaan: Bagaimana cara Chocodot merancangan kemasan untuk setiap produk yang ada? Apakah Chocodot memiliki divisi khusus atau menyerahkan pekerjaan tersebut kepada ahli kemasan?

Jawaban: Untuk desain kemasan seluruhnya diserahkan kepada divisi khusus yang ada di Chocodot. Divisi ini jug merupakan hasil dari pengembangan organisasi yang telah dilakukan. Tidak hanya kemasan, divisi ini juga merancang desain maskot, *banner* dan hal lain yang berhubungan dengan grafis Chocodot. Perancangan kemasan yang dilakukan mempertimbangkan jenis produk dan target pasar yang dituju.

Pertanyaan: Berapa omset rata-rata Chocodot perbulannya?

Jawaban: Dapat mencapai Rp. 1.000.000.000,00- perbulannya.

Pertanyaan: Ke daerah mana sajakah produk Chocodot dipasarkan?

Jawaban: Chcodot telah memasarkan produknya ke seluruh kota besar di Jawa seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Yogyakarta dan lain-lain.

Pertanyaan: Bagaimana cara Chocodot mendistribusikan produk-produknya ke daerah-daerah tersebut?

Jawaban: Chocodot tidak mendistribusikan produknya sendiri melainkan menggunakan *Reseller* yang berasal dari seluruh Indonesia, hal ini meringankan Chocodot karena mengurangi biaya distribusi dan biaya *outlet*.

Pertanyaan: Apakah Chocodot memiliki media komunikasi sebagai alat bantu dalam kegiatan pemasaran?

Jawaban: Chocodot memiliki *website* resmi yang memiliki informasi tentang produk dan juga media sosial sebagai saran komunikasi langsung dengan konsumen. Namun keberadaan media sosial dan *website* tidak diketahui oleh konsumen

Appendix C:
Result of In-Depth Interview
Maicih

Nama Narasumber : Bambang
Jabatan : Director of Operation
Tanggal kunjungan : 23 Maret 2015

Pertanyaan: Bagaimanakah sejarah Maicih dari awal berdiri hingga menjadi seperti sekarang?

Jawaban: Maicih awalnya merupakan keripik pedas yang dijual oleh Reza Nurhilman sebagai pengisi waktu luang. Keripik pedas yang dijual merupakan hasil produksi dari produsen keripik pedas yang berada di kota Cimahi. Pada awalnya modal yang digunakan hanya 15 juta dengan kapasitas produksi 50 bungkus perhari. Namun karena permintaan yang selalu bertambah akhirnya Maicih mulai memisahkan diri dengan produsen keripik pedas dan memulai proses produksinya sendiri.

Pertanyaan: Produk apa saja yang diproduksi oleh Maicih?

Jawaban: Sampai saat ini Maicih memiliki beberapa varian yaitu Seblak, Gurilem, Basreng dan Keripik Pedas.

Pertanyaan: Bagaimanakah cara Maicih dalam mengembangkan produk?

Jawaban: Maicih mengembangkan produk sesuai dengan permintaan pasar. Seperti pengadaan level kepedasan yang menjadi *trendsetter* merupakan hasil dari pengembangan produk yang mengikuti saran dari konsumen. Pada awalnya Maicih hanya menjual keripik pedas tanpa level lalu dikarenakan ada konsumen yang meminta keripik yang lebih pedas dan kurang pedas akhirnya Maicih mengeluarkan level kepedasan.

Pertanyaan: Bagaimana proses desain kemasan produk Maicih?

Jawaban: Untuk desain kemasan Maicih memiliki divisi khusus untuk desain grafis. Dan secara keseluruhan desain kemasan untuk semua varian memiliki desain yang sama hal ini ditujukan untuk mempertahankan *brand identity* Maicih.

Pertanyaan: Berapa omset Maicih perbulannya?

Jawaban: Rata-rata omset perbulannya sekitar Rp. 2.800.000.000,- perbulannya

Pertanyaan: Ke daerah mana sajakah Maicih dipasarkan?

Jawaban: Maicih dipasarkan hampir ke seluruh Indonesia.

Pertanyaan: Bagaimana cara Maicih mendistribusikan produknya ke seluruh Indonesia?

Jawaban: Maicih tidak secara langsung mendistribusikan produk ke seluruh Indonesia melainkan menggunakan *Reseller* yang berasal dari seluruh Indonesia. *Reseller* juga membantu dalam mengkomunikasikan produk Maicih.