

LAMPIRAN 1

Panduan Wawancara untuk Informan Pelanggan

Appendix appendices appendix

- Profil informan:
(Nama, usia, wilayah tinggal, sekolah/kuliah di, pekerjaan, hobi dll)
- Pertanyaan tentang materi penelitian:
 - 1. Perkenalan Informan terhadap produk KB**
 - a. Bagaimana anda mengenal KB?
 - b. Sejak kapan anda mengenal KB?
 - 2. Ketertarikan Informan terhadap produk KB**
 - a. Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi pelanggan KB?
 - b. Apakah ketertarikan anda terhadap produk KB masih sama hingga kini?
 - 3. Informan dan aktifitas saat sedang mengakses Internet**
 - a. Seberapa sering anda menggunakan Internet?
 - b. Aktifitas apa yang sering anda lakukan saat sedang mengakses Internet?
 - c. Ada berapa account email yang anda miliki?
 - d. Apakah anda mempunyai website pribadi? Blog? Situs pertemanan dan lainnya? Sebutkan!
 - e. Bagaimana anda mengakses Internet? Akses gratis atau berbayar?
 - 4. Pengetahuan Informan terhadap media interaktif KB secara umum**
 - a. Media online apa sajakah yang dimiliki oleh KB?
 - b. Apakah anda aktif berinteraksi di semua media online yang dimiliki oleh KB?
 - c. Menurut anda, apakah semua media online yang digunakan KB cukup efektif dalam menjalankan strategi komunikasi pemasarannya?
 - d. Menurut anda, apakah benar bahwa manajemen KB lebih mengutamakan komunikasi pemasaran via media interaktif (Internet) dibandingkan media lainnya?
 - 5. Penilaian dan komentar Informan terhadap media interaktif KB**
 - a. Bagaimana informan mendeskripsikan website KB? **www.klengerburger.com**
Pertanyaan untuk dikembangkan lebih lanjut:
 - Konten? Menu dan tulisan cukup informatif?
 - Tampilan? (desain & layout)
 - Kemudahan penggunaan?
 - b. Bagaimana informan mendeskripsikan blog KB? **www.klengerburger.blogspot.com**
Pertanyaan untuk dikembangkan lebih lanjut:
 - Konten? (postingan yang ada cukup informatif?)
 - Tampilan? (desain & layout)
 - Kemudahan penggunaan? (kecepatan mengakses)

- Daya tarik blog sebagai *human connection*?
- c. Bagaimana informan mendeskripsikan situs pertemanan atau jaringan sosial KB? <http://profiles.friendster.com/klenger>
- Pertanyaan untuk dikembangkan lebih lanjut:
- Konten? (postingan yang ada cukup informatif?)
 - Tampilan? (desain & layout)
 - Kemudahan penggunaan? (kemudahan mengakses)
 - Jumlah *friends* cukup banyak untuk disebut komunitas?
 - Jumlah dan ragam komentar/testimoni, apa cukup efektif dan berdampak positif?



LAMPIRAN 2

Panduan Wawancara untuk Informan Franchisee

- Profil informan:
(Nama, usia, alamat tinggal, status marital, jumlah anak, pekerjaan, hobi dll)

- Pertanyaan tentang materi penelitian:
 - 1. Perkenalan Informan terhadap produk KB:**
 - a. Bagaimana anda mengenal KB? Ceritakan!
 - b. Sejak kapan anda mengenal KB?

 - 2. Ketertarikan Informan terhadap produk KB**
 - a. Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi franchisee KB?
 - b. Apakah hasil yang didapatkan saat ini sesuai dengan harapan dan perkiraan anda?

 - 3. Latar belakang dan pengalaman Informan dalam berwira usaha**
 - a. Apakah anda sudah mempunyai pengalaman wirausaha sebelumnya? Jika sudah, sebutkan!

 - 4. Kiprah informan sebagai franchisee KB**
 - a. Sebagai franchisee, apakah anda mengetahui strategi komunikasi pemasaran dari manajemen Klenger Burger?
 - b. Apakah anda dapat berkreasi dalam menjalankan program promosi dan marketing khusus bagi outlet KB yang anda miliki?
 - c. Sebagai franchisee, Apakah anda mendapatkan bimbingan dan arahan dari manajemen KB dalam menjalankan bisnis franchise ini?
 - d. Apakah ada gathering berkala dari pihak manajemen yang mempertemukan sesama franchisee KB?
 - e. Sebagai franchisee, apakah ada monitor dan evaluasi berkala dari pihak manajemen KB?

 - 5. Interaksi informan terhadap media online yang digunakan KB**
 - a. Apakah anda telah aktif menggunakan Internet sebelum menjadi franchisee KB?
 - b. Apakah anda aktif terlibat dalam media online KB (website, blog, FS, FB, MP)? Mengapa?

 - 6. Tanggapan informan terhadap implementasi strategi komunikasi pemasaran KB**
 - a. Menurut anda, apakah semua media online yang digunakan KB cukup efektif dalam menjalankan strategi komunikasi pemasarannya?
 - b. Menurut anda, manakah yang lebih gencar dilakukan oleh KB dalam menjalankan komunikasi pemasarannya, media online (internet) atau media offline (partisipasi event, sponsorship, iklan media cetak dll)?

LAMPIRAN 3
Transkrip Wawancara untuk Informan Pelanggan
Informan A

Wawancara online dengan
Radityo Soenarto
Web Content Analyst, 25 Tahun
Depok, 26 November 2008

T : Bagaimana anda mengenal KB?

J : Awalnya saya mengenal KB sebagai produk latahannya Burger Blenger. Namanya aja mirip, terus produknya juga agak2 mirip yaitu burger grill. Terus konsep counter-nya juga mirip-mirip.

T : Bisa dijelaskan lagi, apakah benar2 mirip?

J : Itu awalnya sih, terus pas udah coba ngerasain, rasanya ternyata beda juga. Pilihan menu di KB juga lebih variatif daripada di Blenger, variasi produknya cuma kalah sedikit dibanding aussie. Enak lah produknya klenger itu. Ada yang porsi super, ada yang pake saus black pepper segala. Menurut saya yang unggul dari si klenger ini ya ukuran porsinya, sangat banyak dan menyenangkan. Rasanya beda ama blenger burger ama aussie. Sama-sama enak sih, tapi beda aja. Jadi akhirnya saya simpulkan, ini gak sepenuhnya produk lataan Blenger.

T : Sejak kapan anda mengenal KB?

J : Kalo gak salah sejak 2006. Pokoknya waktu itu saya udah kenal Blenger duluan. Pertama kali tau itu liat langsung counter-nya, waktu itu lewat depan counter-nya, tapi lupa counter yang mana.

T : Bisa diingat2 lagi, counter mana?

J : Antara Bintaro atau Margonda. Waktu pertama kali lewat itu gak langsung berniat coba beli karena waktu itu masih mikir ini produk lataan. Dan saya orangnya emang males nge-jajal produk-produk lataan. Jadi waktu itu walaupun sering lewat, tapi saya cuekin aja.

T : Trus, pertama kali nyobain kapan?

J : Kalo pertama kali ngerasain klenger burger itu kalo ga salah tahun 2007, waktu itu lagi laper-laper-nya terus diajak makan sama temen dan dikasih pilihan mau nasi uduk apa burger. Karena lagi gak pengen nasi, ya saya pilih lah si burger, ternyata di ajak ke Klenger. Karena waktu itu pertama kali ke Klenger, gua pikir sama aja lah paling kayak di Blenger. Tapi ternyata pas liat menu-nya, wah boleh juga nih banyak pilihan. Ya begitu lah pertama kali ngerasain klenger. Enak juga dan yang jelas, menyenangkan dan mengenyangkan.

T : Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi pelanggan KB?

- J: *Yang pasti sih porsinya. Kalo soal rasa, saya masih lebih milih blenger, tapi kalo soal kenyang-kenyangan, kayaknya klenger lebih puas. Blenger makin lama porsinya makin menciut. Kalo soal harga sama lah ga beda-beda jauh.*
- T: **Apakah ketertarikan anda terhadap produk KB masih sama hingga kini?**
- J: *Iya masih*
- T: **Kalau kebiasaan pake Internet, seberapa sering anda menggunakannya?**
- J: *Kalo hari kerja, rata-rata 10 jam sehari, kalo weekend mungkin cuma 2 jam sehari.*
- T: **Emangnya, pekerjaan anda harus selalu mengakses Internet?**
- J: *Iya.*
- T: **Aktifitas apa yang sering anda lakukan saat sedang mengakses Internet?**
- J: *Cek email, cek account2 social networking, eksis di forum, maintain website (kerja), cari berita, download musik, streaming video, browsing bokep.*
- T: **Ada berapa account email yang anda miliki?**
- J: *Yang sering di cek, 4 account. Di yahoo, gmail, sama email kantor 2 biji.*
- T: **Apakah anda mempunyai website pribadi? Blog? Situs pertemanan dan lainnya? Sebutkan!**
- J: *Blog ada di www.think.web.id/blog/radit, tapi lagi jarang update. Situs pertemanan yang masih sering di buka saat ini facebook. Kalo multiply dan mspace cuma sign up buat bisa donlot lagu2 orang. Friendster udah terlantar, paling buka dua minggu sekali.*
- T: **Bagaimana anda mengakses Internet? Akses gratis atau berbayar?**
- J: *Kalo di kantor jelas gratis. Kalo di rumah bayar tapi pemakaian tak terbatas.*
- T: **Kalau tentang media online nya KB, apa aja sih yang dipunyainya?**
- J: *Yang saya tau ada blog dan website. Belakangan ini baru tau ada juga account di social networkingnya kayak friendster dan facebook.*
- T: **Multiply nya juga ada loh, blom tau ya?**
- J: *Wah, blom tuh..*
- T: **Apakah anda aktif berinteraksi di semua media online yang dimiliki oleh KB?**
- J: *Gak aktif, saya cuma seneng mampir baca-baca dan liat-liat aja. Kalo ikut eksis mah ga pernah. Soalnya males juga nimbrung-nimbrung.*
- T: **Ga tertarik untuk aktif berinteraksi?**
- J: *Udah cukup senang hanya sebagai visitor pasif, kok..*

Kekurangannya mungkin untuk orang-orang yang belum punya plugin flash playernya jadi musti download dulu. Jadi saran saya mungkin selain versi full flash, bisa juga dibikin versi HTML yang bisa dibuka hanya dengan browser tanpa perlu plugin apa pun.

T : Jadi dibikinkan 2 versi?

J : Iya.

T : Jadi secara keseluruhan cukup menarik?

J : Iya, secara keseluruhan sih menarik, kecuali lagunya.

T : Kenapa lagunya?

J : Entah kenapa gak seneng denger back sound lagunya. Monoton, gak bersemangat, gak terlalu masuk sama design flashnya yang dinamis.

T : Kalo konten websitenya gimana menurut anda?

J : Kontennya menurut saya cukup pintar.

T : Maksudnya cukup pintar..?

J : Mm.. gini, jadi untuk info-info yang up to date, gak ditampilkan semuanya di website ini, dan lebih fokus pada informasi-informasi yang deskriptif lah. Dan buat netters yang pengen tau info yang up to date, situs ini menggiring netters2 tsb ke blog klenger yang lebih up to date.

T : Jadi kalo ada kesan websitenya kurang update, itu ga masalah?

J : Gak masalah. Jadi situsnya sendiri gak dijejalin sama informasi2 yang overlapping dengan di blog. Tetap bersih dan rapih. Efisien, pintar, bravo...

T : Untuk informasi lainnya yang ga ada hubungannya dengan produk Klenger, gimana?

J : Untuk yang other news yang judulnya "burger from around the world" itu juga sangat menarik. Gak terlalu ada hubungannya sama produk klenger sih, tapi ini info yang menarik buat orang yang hobi makan. Jadi pilihan informasi yang disajikan juga bagus.

T : Ada komentar lainnya ga?

J : Dari segi konten ada beberapa yang saya sayangkan. Yang pertama, di section menu saya lihat menunya kok tidak up to date ya. Soalnya di bagian menu di blog klenger, itu udah banyak tambahan menu-menu baru, tapi menu-menu baru itu gak tampil di website.

T : Tadi loe bilang, masalah out of date bukan masalah, tp kok sekarang jadi masalah?

J : Kalo hanya berita tentang event2 atau promo outlet baru, itu ga masalah, tapi kalo ada menu2 baru ga di update, itu masalah. Karena termasuk informasi yang berhubungan langsung dengan produk.

T : O gitu..., ada lagi?

J : *Terus yang kedua, section testimonial, ini menurut saya kurang menarik. Cuma nampilin dua figur, terus komentarnya pendek. Kalo mau menarik mungkin bisa tampilin foto si figur lagi makan produk klenger, atau paling engga, lagi nongkrong di outletnya klenger.*

T : **Jadi kesannya mubazir ya..., kenapa Cuma 2 orang gitu?**

J : *Iya.. trus ada sedikit kesan juga bahwa untuk website agak sedikit kurang serius memaintainnya. Dan kenapa publik yang mau ngisi testimonial harus ke guestbook, kenapa gak langsung di section testimonial? Sayang aja ada section testimonial tapi isinya cuma segini. Ini bisa lebih dibikin menarik lagi sebenarnya.*

T : **Tampilan? (desain & layout)**

J : *Design menarik, enak dilihat. Layout cukup rapih. Warnanya cocok emang udah klenger banget.*

T : **Emang apa warna khas Klenger?**

J : *Orange lah.. Backgroundnya terus ada gerakan-gerakan kecil, bikin web ini jadi gak kaku. Terus white space-nya juga banyak, enak liatnya, pandangan lega. Tapi entah kenapa pemilihan font dan setting characternya kok saya masih ngerasa kurang sreg ya. Untuk body text-nya mungkin masih terlalu kaku aja font-nya kalo disandingkan dengan desainnya yang lebih fun dan dinamis.*

T : **Wah, lo detail banget ya ngomentarinnya?**

J : *Ya iya lah.. kan berhubungan dengan pekerjaan gw sehari2..*

T : **Hehe.. iya ya.. bagus lah..**

T : **Kalau kemudahan penggunaannya, bagaimana?**

J : *Cukup mudah sih, tombol-tombol navigasi yang di bagian bawah itu udah enak dipakenya. Tapi buat yang gak biasa masuk ke web yang full flash, mereka akan terbiasa tekan tombol BACK dan REFRESH di browser, padahal kalo itu di lakukan, mereka gak akan kembali ke satu halaman yang sebelumnya mereka lihat, tapi mereka akan kembali me-restart flashnya, dan mulai browsing dari halaman yang paling awal (sebelum flash di launch). Dan itu sedikit merepotkan sih, tapi bukan masalah besar juga.*

T : **Jadi penempatan tombol2 navigasi di bagian bawah, kurang menarik perhtian gitu?**

J : *Ya ga juga sih, tergantung dari pengalaman si user juga kok.*

T : **Bagaimana informan mendeskripsikan blog KB? www.klengerburger.blogspot.com**

J : *Salah satu keunggulan blog menurut saya update-nya bisa dilakukan lebih cepet. Dan ini dimanfaatkan dengan baik sama klenger. Yang saya liat, walaupun gak terlalu sering, tapi mereka rutin update. Yah paling engga*

sebulan sekali. Itu udah cukup sih untuk terus mengikat pembaca setia blognya supaya gak kabur..

T : Untuk masalah konten, komentar anda gimana? Trus bahan yang diposting cukup menarikkah?

J : Kalo dari segi informatif udah cukup oke, info yang disampaikan bisa dibilang jelas lah. Tapi kalo bisa sih dipersering lagi updatenya jangan cuma sebulan sekali.

T : Jadi masih kurang sering nih updatenya?

J : Kalo bisa seminggu sekali lah. Yang diposting gak harus info-info penting juga, bisa aja fast fact atau flash news yang sebenarnya gak terlalu penting, tapi cukup menarik untuk iseng-iseng dibaca.

Satu lagi menurut gua bahan yang diposting itu sebenarnya kurang menarik. Informatif tapi gak menarik gitu lho.

T : Seperti apa contohnya?

J : Gua gak peduli ama pengumuman penting mereka atas hak cipta,

T : Lo nangkep kesan apa dengan adanya pengumuman tentang hak cipta? Cenderung negatif gitu?

J : Ga negatif sih.. Cuma gw sebagai pelanggan tidak merasa itu sebuah berita penting. Mungkin kalo untuk peminat franchise dan franchisee barangkali penting sih. Bagi gua info-info tentang outlet baru itu lebih menarik dari pada berita internal perusahaan mereka. Kalo bisa sih info yang di sajikan bisa dipilihin lagi yang lebih menarik untuk orang awam.

T : Anda menilai tampilannya sendiri gimana, desain dan layoutnya?

J : Tampilannya sih standard blog-blognya blogspot, Gak ada yang istimewa. Gak terlalu menonjolkan karakter klenger juga. Kalo urusan design, websitenya lebih menang. Kalo yang blog ini designnya biasa aja, tapi menurut gua itu bukan masalah, soalnya sekali lagi kekuatan blog itu ada di update postingnya.

T : Jadi orang lebih fokus ke isi beritanya?

J : Iya. Orang masuk untuk liat update doang, gak akan terlalu musingin design. Apalagi orang-orang yang udah subscribe RSS-nya, mereka gak akan peduli kayak gimana tampilannya, yang penting ada info baru yang masuk.

T : Kemudahan penggunaan? (kecepatan mengakses)

J : Karena pake engine-nya blogspot yang notabene sangat user friendly, blognya Klenger ini juga gampang buat dipake. Navigasinya jelas. Gak ribet deh pokoknya.

T : Daya tarik blog sebagai human connection?

J : Blog ini sebenarnya pendekatan postingnya udah cukup santai dan personal, tapi entah kenapa kok yag comment masih pada malu-malu ya.

T : Jadi, mestinya gimana?

J : Menurut saya ini jadi tanda bahwa user belum merasa terikat secara intim dengan blog.

T : Trus, kenapa lo ga ikutan komen?

J : Kalo saya pribadi ngerasa gaya tulisan postingnya udah cukup bikin dekat dn santai, tapi alasan saya gak comment ya karena malas eksis aja kalo di blog.

T : Sekarang kita ngebahas FS nya KB, menurut anda kontennya gimana?

J : Kalo dari blog posting udah cukup bagus, gaya penulisannya lebih santai lagi dari yang di blogspot. Terus yang untuk posting comment gayanya udah personal, nanggapi komen-komen yang masuk, terus juga ngucapin selamat ulang taun secara personal. Udah cukup me-reach anggota komunitasnya.

T : Tampilan? (desain & layout)

J : Bagus simple, pilihan backgroundnya gak bikin pusing. Halamannya masih enak dilihat.

T : Aksesnya mudah?

J : Buat yang sering pake friendster gak mungkin gak bisa.

T : Jumlah friends cukup banyak untuk disebut komunitas?

J : Sebenarnya dua orang friends pun bisa dibilang komunitas. Tapi menurut gua komunitas yang idup itu harusnya bisa mancing anggotanya untuk aktif. Klenger punya 300an anggota sejak tahun 2006, tapi yang aktif comment sampai 4 tahun ini cuma 48 orang, menurut gua itu kurang untuk menjadi sebuah komunitas yang aktif.

T : Jadi masih ada pe-er untuk manajemen Klenger agar komunitas yang udah ada bisa lebih diberdayakan?

J : Iya, setuju. Silakan aja ditelaah sendiri, agar terjadi interaksi yang lebih dinamis.

T : Jumlah dan ragam komentar/testimoni, apa cukup efektif dan berdampak positif?

J : Bagus-bagus komentar dari friendsnya. Bisa lah mempengaruhi orang untuk nyoba klenger, Yang lebih bagus adalah gimana si Klengernya ini responsif terhadap komen-komen yang masuk. Jadi yang ngasih komen juga ngerasa didengerin.

T : Artinya, ada juga komentar yang tidak ditanggapi oleh Klenger?

J : Masih ada. Coba aja dilihat lagi..

LAMPIRAN 4
Transkrip Wawancara untuk Informan Pelanggan
Informan B

Wawancara online dengan
Yulius Prasetyo
Kontraktor, 30 Tahun
Surabaya, 26 November 2008

T : Bagaimana anda mengenal KB?

J : Saya mengenal KB pertama kali di salah satu TV Swasta sekitar bulan April. dan waktu itu lagi meliput mengenai KB. Jadi penasaran... dan pingin nyoba

T : Sejak kapan anda mengenal KB?

J : Sejak muncul di Surabaya. kira-kira bulan Maret 2008.

T : Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi pelanggan KB?

J : Tempat yang strategis bisa dijangkau dari manapun dan ke-empukan rotinya, rasa kalau lagi hangat.

T : Bisa disebut di outlet mana?

J : Jl. Kutei, Surabaya

T : Apakah ketertarikan anda terhadap produk KB masih sama hingga kini?

J : Masih tetep sama.

T : Kenapa mas?

J : Ketertarikan untuk membeli KB kan... Meski banyak saingan ya tetep milih KB.

T : Seberapa sering anda menggunakan Internet?

J : Penggunaan internet, normalnya sehari bisa 5-6 jam, tergantung kebutuhan dan website yang dicari.

T : Aktifitas apa yang sering anda lakukan saat sedang mengakses Internet?

J : Biasanya buka Friendster, Yahoo, Hotmail, akses google pencarian wallpaper, kalau lagi butuh resep masakan, berita mengenai gadget terbaru, IT, selular.

T : Ada berapa account email yang anda miliki?

J : kurang lebih 10. yang aktif cuman 5 account.

T : Bisa disebutkan, mana saja yg aktif?

J : 3 Yahoo, Hotmail, Gmail.

T : Apakah anda mempunyai website pribadi? Blog? Situs pertemanan dan lainnya? Sebutkan!

J : *Dulu saya punya*

T : Punya apa, website, blog atau apa?

J : *Punya website di http://www.geocities.com/pewe_net.*

T : Website atau Blog atau apa?

J : *sekarang sudah saya hapus. pinginnya punya lagi tapi belum tahu harus tulis apa.*

T : Bagaimana anda mengakses Internet? Akses gratis atau berbayar?

J : *Akses internet yang saya pakai, bayar mas.*

T : Selalu di rumah atau dimana?

J : *kalau ga mood keluar ya dirumah. meskipun keluarpun saya biasa internet di Urgent net Surabaya.*

T : Media online apa sajakah yang dimiliki oleh KB?

J : *yang saya tahu cuman lewat yahoo messenger, website dan fs.*

T : Yang Blogspot, Facebook & Multiply anda belum pernah tahu?

J : *Blogspot pernah sekali. kalau Facebook dan Multiply waktu itu belum tahu..*

T : Apakah anda aktif berinteraksi di semua media online yang dimiliki oleh KB?

J : *Kalau lewat yahoo messenger pernah sekali. cuman minta proposal buat bikin KB.*

T : Di FS kan anda juga pernah kasih testi, apakah yang di YM dan FS telah dijawab oleh manajemen KB?

J : *Kalau di FS pernah dijawab kan saya masukin testi. kalo permintaan proposal, lewat email.*

T : Menurut anda, apakah semua media online yang digunakan KB cukup efektif dalam menjalankan strategi komunikasi pemasarannya?

J : *cukup efektif.. buktinya pelanggan yang datang juga banyak.*

T : Apakah anda yakin bahwa semua pelanggan itu juga telah mengakses seluruh atau sebagian media online nya KB?

J : *meski di Surabaya kan ada beberapa Outlet. media lain dari mulut ke mulut.*

T : Menurut anda, apakah benar bahwa manajemen KB lebih mengutamakan komunikasi pemasaran via media interaktif (Internet) dibandingkan media lainnya?

J : *yang saya tahu akhir-akhir ini lewat internet. jadi bener.*

T : Kalau yang tidak lewat internet, apa yang anda ketahui?

J : *Kalau yang tidak lewat internet... tidak pernah tahu.*

**T : Bagaimana anda mendeskripsikan website KB?
www.klengerburger.com, dari sisi konten?**

J : *Menarik, simpel, cukup jelas dimengerti*

T : Tampilan desain dan layout, gimana?

J : *Desainnya saya suka. kombinasi warna bagus, layoutnya sesuai.*

T : Kemudahan penggunaannya cukup?

J : *Mudah penggunaannya.*

T : Apakah animasi flash saat intro (pembukaan) tidak dirasakan agak mengganggu, memakan waktu agak lama untuk membuka hal pertama?

J : *Animasi Flash yang di FS ? saya kira tidak masalah.. kalau aksesnya cepet tidak juga. itukan tergantung akses internetnya.*

T : Apa pendapat anda tentang konten blog KB?

J : **cukup bagus.**

T : Tidak kah anda merasa postingan beritanya agak semrawut?

J : *kalau dari segi orang lain melihat ya mungkin agak semrawut. kolom buat kritik dan saran juga tidak ada. Ga tahu juga sih kalau saya-nya yang kurang jeli.*

T : Kalau tampilan desain dan layoutnya?

J : *menarik, bagus.*

T : Kemudahan penggunaan sudah cukup?

J : *Kecepatan mengakses juga cepet, ga lama. tapi juga tergantung koneksi internet.*

T : Daya tarik blog sebagai human connection?

J : *bagus*

T : Bisa dijelaskan? Karena dari sekian ratus friend, hanya sedikit yang kasih komentar.

J : *saya bingung mau ngejelasin apa.*

T : Bagaimana anda mendeskripsikan FS nya KB? Dari sisi konten misalnya?

J : *Kontennya menarik.*

T : Tampilannya gimana?

J : *Bagus, keren*

T : Kemudahan penggunaan? (kemudahan mengakses)

J : *Mengaksesnya lumayan cepet, kan tergantung koneksi internetnya.*

T : Jumlah *friends* cukup banyak untuk disebut komunitas?

J : *cukup banyak, tapi kurang... :)*

T : Maksudnya, masih kurang banyak atau kurang dinamis atau apa?

J : *Masih kurang banyak maksudnya.*

T : Jumlah dan ragam komentar/testimoni, apa cukup efektif dan berdampak positif?

J : *cukup efektif.*

T : Menurut anda, apakah pihak manajemen KB cukup responsif menanggapi setiap testimoni yang masuk?

J : *ya sangat positif menanggapi berbagai macam testi..*



LAMPIRAN 5
Transkrip Wawancara untuk Informan Franchisee
Informan C

Wawancara tatap muka dan *online* dengan
Rosita Kurniasari Handayani
Marketing Bukit Golf Sentul Bogor, 24 tahun
Bogor, 28 dan 29 November 2008

T : Bagaimana anda mengenal KB? Ceritakan!

J : *Awalnya memang ada niat untuk buka usaha sekaligus jadi tempat tongkrongan di Bogor. Terus jalan sama cowok aku.. survey ke beberapa produk.*

T : Sampai dateng ke pameran franchise barangkali?

Oh enggak, langsung coba produk KB sendiri, setelah jalan-jalan ketemu outlet KB di Cibubur. Terus, cari informasi langsung ke kantor pusat di Jl. RC Veteran dan melihat blog KB. Kemudian staf marketing KB menghubungi aku, dan presentasi tentang franchise KB.

T : Sejak kapan anda mengenal KB?

J : *Kira-kira pas akhir 2007 lah, waktu nyobain KB pertama kali di outlet Cibubur.*

T : Sejak kapan outlet anda berdiri?

J : *sejak 15 Maret 2008*

T : Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi franchisee KB?

J : *Makanan burger dirasa cocok sebagai bisnis makanan untuk kalangan anak muda Bogor. Dan tempatnya bisa dijadikan tongkrongan sekaligus mengisi waktu yang dapat menghasilkan. Setelah mendengar penjelasan panjang lebar tentang franchise ini, maka saya tertarik untuk membeli franchise nya.*

T : Menurut anda, apakah proses seleksi yang diterapkan manajemen KB lumayan ketat dan selektif? Bisa diceritakan prosesnya?

J : *Lumayan ketat dan agak lama, prosesnya kurang lebih 3 bulan dari awal apply sampai dengan pembukaan outlet. Tadinya target buka pas tahun baru, ternyata ga bisa.. baru bisa buka bulan Maret.*

T : Apakah hasil yang didapatkan saat ini sesuai dengan harapan dan perkiraan anda? Dan kalau boleh tahu, berapa lama anda mencapai ROI (return on investment)?

J : *hasil yang didapat memuaskan, ROI ± 7 bulan.*

T : Apakah anda sudah mempunyai pengalaman wirausaha sebelumnya? Jika sudah, sebutkan!

J : *(dlm wawancara langsung)*

- T : **Sebagai franchisee, apakah anda mengetahui strategi komunikasi pemasaran dari manajemen Klenger Burger? Jika ya, Bisa dijelaskan?**
- J : *Tidak*
- T : **Apakah anda dapat berkreasi dalam menjalankan program promosi dan marketing khusus bagi outlet KB yang anda miliki? Jika dapat, tolong sebutkan bentuk kreasinya.**
- J : *Dapat, dengan membuat menu paket jika outlet saya mengisi event-event sekaligus promosi.*
- T : **Sebagai franchisee, Apakah anda mendapatkan bimbingan dan arahan dari manajemen KB dalam menjalankan bisnis franchise ini? Tolong dijelaskan?**
- J : *Informasi umum dalam cara pemesanan produk, pembayaran dan meningkatkan penjualan.*
- T : **Apakah ada *gathering* berkala dari pihak manajemen yang mempertemukan sesama franchisee KB? Kapan *gathering* itu dilakukan dan dimana?**
- J : *Sementara ini elum pernah, karena baru gabung 7 bulan terakhir. Cuma pernah ada seminar dengan kantor pusat. Paling hanya meeting-meeting biasa.*
- T : **Sebagai franchisee, apakah ada monitor dan evaluasi berkala dari pihak manajemen KB? Setiap kapan? Report dari franchisee ke KB pusat dilakukan setiap bulan, atau kapan?**
- J : *Ada, beberapa bulan awal pembukaan.*
- T : **Dari *gathering* franchisee tersebut, apakah akhirnya anda dapat mengenali franchisee KB lainnya? Ada komunikasi selanjutnya?**
- T : **Apakah anda telah aktif menggunakan Internet sebelum menjadi franchisee KB?**
- J : *Sekedar untuk mendukung pekerjaan.*
- T : **Apakah anda aktif terlibat dalam media online KB (website, blog, FS, FB, MP)? Mengapa?**
- J : *Tidak begitu aktif. Cuma pernah buka FS, tidak dikatakan sering tetapi lumayan untuk meng update info dari KB. Paling kalau janji dengan ibu Velly kalau ada yang mo diobrolin, baru deh online di YM.*
- T : **Menurut anda, apakah semua media online yang digunakan KB cukup efektif dalam menjalankan strategi komunikasi pemasarannya? Bisa tolong dijelaskan..**
- J : *Media online sudah cukup baik dalam menunjang komunikasi pemasaran. Tetapi masih ada kekurangan jika berkomunikasi lewat internet tidak bisa langsung segera di follow up. Menurut saya masih lebih baik jika langsung menghubungi ke orang bersangkutan karna keputusan bisa cepat didapat.*

(lanjutan)

T : Menurut anda, manakah yang lebih gencar dilakukan oleh KB dalam menjalankan komunikasi pemasarannya, media online (internet) atau media offline (partisipasi event, sponsorship, iklan media cetak dll)? Tolong jelaskan!

J : *Media offline..*

T : Adakah saran yang akan anda sampaikan untuk manajemen Klenger Burger, berkenaan dengan status anda sebagai franchisee? _

J : *Memperbaiki sistem manajemen di HO, mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas dari produk KB.*



LAMPIRAN 6
Transkrip Wawancara untuk Informan Franchisee
Informan D

Wawancara *online* dengan
Yuin Maharuddin
Country Manager Indonesia di sebuah PMA, 29 Tahun
Kelapa Gading, 26 November 2008

T : Bagaimana anda mengenal KB? Ceritakan!

J : Saya mengenal KB dari seorang teman, lalu saya membeli produk KB untuk mencoba. Karena rasa yang beda & khas sehingga saya memutuskan untuk membeli franchise KB.

T : Sebelum memutuskan membeli franchise KB apakah anda pernah mengikuti sebuah event yang melibatkan KB, atau pernah mengakses media online yang dimiliki KB?

J : Tidak pernah.

T : Sejak kapan anda mengenal KB? Sejak tahun 2006.

T : Sejak kapan outlet anda berdiri?

J : Agustus 2006

T : Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi franchisee KB?

J : Rasa daging sapi yang di-bakar dengan saos bbq yang menggugah selera dan disatukan dengan klenger mayo yang menggoyang lidah menjadi ciri khas tersendiri untuk produk KB.

T : Apakah hasil yang didapatkan saat ini sesuai dengan harapan dan perkiraan anda?

J : Sejauh ini so far so good.

T : Kalau boleh tahu, berapa lama anda mencapai ROI (return on investment)? Atau belum tercapai?

J : Masing-masing outlet berbeda tetapi bersyukur sekali outlet saya dlm waktu 1 thn sudah mencapai ROI.

T : Apakah anda sudah mempunyai pengalaman wirausaha sebelumnya? Jika sudah, sebutkan!

J : Ya, saya membantu usaha keluarga. Kebetulan orangtua saya adalah seorang wirausaha.

T : Wirausaha keluarga tersebut bergerak di bidang apa?

J : Bahan bangunan (material) & barang-barang kebutuhan sehari-hari (kelontong).

T: **Sebagai franchisee, apakah anda mengetahui strategi komunikasi pemasaran dari manajemen Klenger Burger?**

J: *Ya.*

T: **Bisa dijelaskan?**

J: *Melalui media online dan juga aktif dalam berbagai kegiatan.*

T: **Apakah anda dapat berkreasi dalam menjalankan program promosi dan marketing khusus bagi outlet KB yang anda miliki?**

J: *Dengan sistem franchise dari KB maka kita harus mengikuti semua kebijakan dari pusat.*

T: **Jadi setiap franchisee tidak boleh melakukan inovasi seperti promo atau event yang murni kreasi sendiri, walaupun dengan ijin ke KB pusat?**

J: *Hal tersebut mungkin di-ijinkan tetapi harus dengan ijin KB pusat.*

T: **Sebagai franchisee, Apakah anda mendapatkan bimbingan dan arahan dari manajemen KB dalam menjalankan bisnis franchise ini?**

J: *Untuk awalnya iya.*

T: **Kemudian..? Bisa dijelaskan?**

J: *Kemudian kita jalankan dan kembangkan bisnis kita sendiri.*

T: **Apakah ada *gathering* berkala dari pihak manajemen yang mempertemukan sesama franchisee KB?**

J: *Ya.*

T: **Kapan *gathering* itu dilakukan dan dimana? Secara berkala?**

J: *Biasanya dilakukan di kantor pusat KB minimal setahun sekali.*

T: **Dari *gathering* franchisee tersebut, apakah akhirnya anda dapat mengenali franchisee KB lainnya? Ada komunikasi selanjutnya?**

J: *Ya, kita jadi bisa berhubungan dengan sesama franchisee dan bisa berdiskusi bila terjadi masalah di internal KB.*

T: **Sebagai franchisee, apakah ada monitor dan evaluasi berkala dari pihak manajemen KB?**

J: *Ya.*

T: **Setiap kapan? Report dari franchisee ke KB pusat dilakukan setiap bulan, atau kapan?**

J: *Tidak menentu. Yas setiap bulan.*

T: **Apakah anda telah aktif menggunakan Internet sebelum menjadi franchisee KB?**

J: *Ya.*

T: **Apakah anda aktif terlibat dalam media online KB (website, blog, FS, FB, MP)? Mengapa?**

(lanjutan)

- J : *Saya tidak terlalu aktif dalam hal ini karena selain mengelola outlet KB, saya adalah seorang pekerja full-time di salah satu perusahaan swasta asing.*
- T : **Bisa disebutkan nama perusahaan tsb, atau core business dari perusahaan tempat anda bekerja full-time tsb?**
- J : *Center For American Education, Singapore. Bergerak di bidang jasa.*
- T : **Menurut anda, apakah semua media online yang digunakan KB cukup efektif dalam menjalankan strategi komunikasi pemasarannya?**
- J : *Sejauh ini cukup efektif.*
- T : **Bisa tolong dijelaskan..**
- J : *Para pembeli setia bisa sharing dan memberikan input yang baik mengenai rasa dari Klenger Burger dengan demikian bisa membantu sales kita.*
- T : **Menurut anda, manakah yang lebih gencar dilakukan oleh KB dalam menjalankan komunikasi pemasarannya, media online (internet) atau media offline (partisipasi event, sponsorship, iklan media cetak dll)?**
- J : *Media offline.*
- T : **Apa yang anda ketahui tentang komunikasi pemasaran lewat media offline tsb?**
- J : *KBI sering ikut berpartisipasi dalam event-event dan sponsorship seperti pada waktu puasa & Lebaran tahun lalu, KB mengadakan event di Bandung.*
- T : **Adakah saran yang akan anda sampaikan untuk manajemen Klenger Burger, berkenaan dengan status anda sebagai franchisee?**
- J : -

LAMPIRAN 7
Email Jawaban Amalia E. Maulana terhadap Pertanyaan Peneliti

Re: Contact: Bisnis franchise masuk B2B or B2C?

Monday, December 22, 2008 6:24 AM

From:

"amalia@amaliamaulana.com" <amalia@amaliamaulana.com>

[Add sender to Contacts](#)

To:

"Irfan Irawan" <masirfan@yahoo.com>

Dear Irfan,

Banyak bisnis yang menggarap B2C dan B2B secara bersamaan. Itu lumrah kok. Misalnya saja Unilever atau Frisian Flag, yang tampaknya seperti didominasi oleh kegiatan B2C, ada juga team B2B nya.

B2B untuk produk susu, bisa ke pabrik-pabrik yang membutuhkan susu untuk bahan dasar pembuatan permen, biskuit dll.

B2B lainnya misalnya saja Indomie, yang juga dijual di Warung-warung Indomie di pinggir jalan, itu juga B2B.

Juga penjualan di kantin-kantin kantor maupun sekolah, untuk produk2 B2C, itu membutuhkan team khusus B2B.

Untuk produk Franchise, sebutkan saja ada dua segmen yang digarap, yang pertama adalah segmen B2C, dan yang kedua segmen B2B. Masing2 dengan segala karakteristiknya yang berbeda.

Sorry ya Irfan, saya tidak bisa melayani chatting, karena terbatasnya waktu.

Mudah2an bermanfaat jawaban saya.

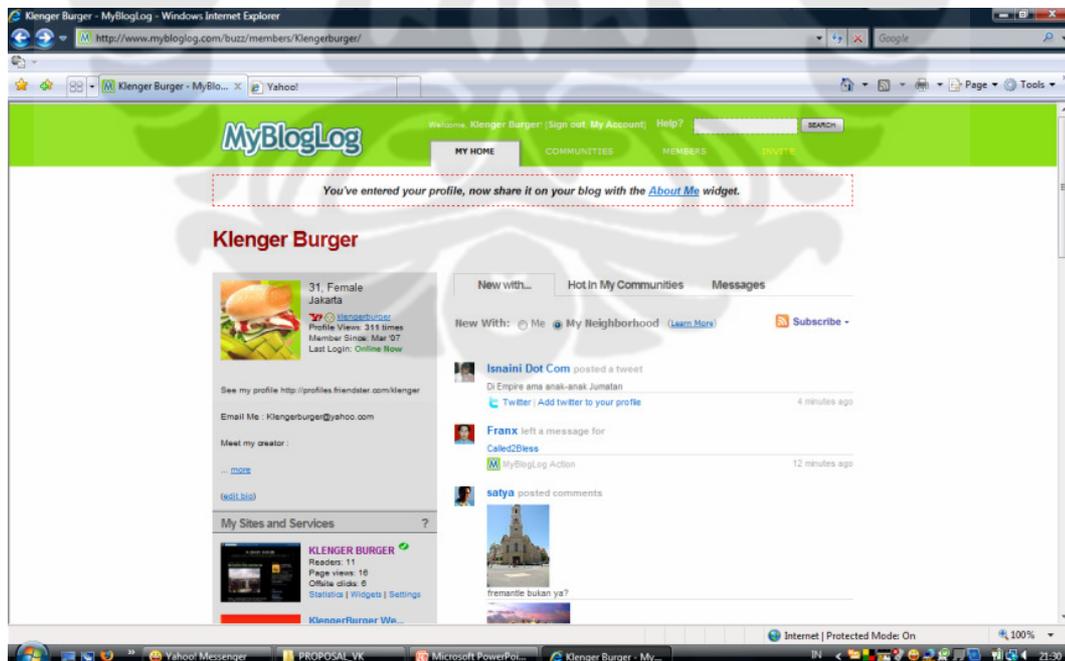
Salam

Amalia

LAMPIRAN 8 Tampilan Multiply & MyBlogLog Klenger Burger™



<http://klengerburger.multiply.com/>



<http://www.mybloglog.com/buzz/members/Klengerburger/>

