

LAMPIRAN 1

WAWANCARA

Nara Sumber : Pemilik Martabak Yolland

Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dari wawancara saya, yang nantinya akan saya pergunakan sebagai bahan penelitian skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Mix Pada Martabak Yolland di Jalan Raya Tenggilis, Surabaya”.

1. Berapa lama usaha ini berjalan?
2. Berapa modal awal yang harus dikeluarkan?
3. Darimana bapak terinspirasi untuk berdagang marabak?
4. Apakah tempat yang saat ini di tempat milik pribadi atau sewa?
5. Biaya sewa yang dikeluarkan perbulan atau pertahun?
6. Bagaimana suka dan duka selama berjualan?

Berkaitan dengan Marketing Mix (4P)

A. Product (Produk)

1. Dalam memenuhi kebutuhan bahan baku, seperti apakah perusahaan mendapatkan produk-produk yang akan dijual ?
2. Apakah pernah mengalami kesulitan dalam memenuhi bahan baku ?
3. Pada saat apa saja kebutuhan bahan baku meningkat atau menurun ?
4. Berapa jumlah menu makanan yang Bapak/Ibu jual ?
5. Apakah dalam proses produksi juga melibatkan karyawan?

B. Price (Harga)

1. Siapa sasaran pasar pada martabak Yolland ?
2. Bagaimana kebijakan manajemen martabak Yolland dalam menentukan harga ?

C. Promotion (Promosi)

1. Apakah ada langkah promosi khusus yang dilakukan oleh martabak Yolland dalam mengenalkan dan menjual produknya kepada konsumen, mengingat penjualan serupa makin ketat?

D. Place (Tempat)

1. Apakah media penjualan hanya melalui outlet saja atau media-media penjualan lain untuk lebih mempermudah konsumen seperti delivery ?
2. Apakah pemilihan tempat saat ini memberikan pengaruh penjualan produk?

Berkaitan SWOT

A. Strength (Kekuatan)

1. Menurut bapak atau ibu apa yang menjadi nilai lebih dari martabak Yolland dibandingkan dengan martabak yang lain ?
2. Apakah produk martabak Yolland mudah dijumpai di tempat martabak lainnya?

B. Opportunities (Peluang)

1. Apakah yang menjadi peluang bagi martabak Yolland untuk bisa menjadi yang terbaik dan unggul dalam persaingan serta mendapat omset yang maksimum ?
2. Apakah ada keinginan bapak/ibu untuk mengembangkan usaha seperti melakukan franchise ?

C. Weakness (Kelemahan)

1. Secara obyektif apakah kelemahan dari martabak Yolland ini ?
2. Apakah tempat yang saat ini aman mengingat usaha yang dijalankan adalah pedagang kaki lima?

D. Threats (Ancaman)

1. Menurut bapak/ibu, apa yang menjadi ancaman bagi martabak Yolland dalam menjalankan bisnis usaha kecil menengah dalam bidang kuliner ?
 2. Semakin banyaknya usaha serupa di daerah yang sama apakah menjadi ancaman bagi martabak Yolland?
- Apa harapan bapak/ibu untuk yang akan datang dalam menjalankan bisnis ini?

LAMPIRAN 2

Nara Sumber : Karyawati Martabak Yolland

Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dari wawancara saya, yang nantinya akan saya pergunakan sebagai bahan penelitian skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Mix Pada Martabak Yolland di Jalan Raya Tenggilis, Surabaya”.

1. Sudah berapa lama anda bekerja di Martabak Yolland ?
2. Apa susah senangnya bekerja di Martabak Yolland?
3. Apakah ada gaji, mengingat bahwa selaku pegawai juga sebagai istri pemilik?
4. Apa ada keikutsertaan khusus dalam mengelola Martabak Yolland?

LAMPIRAN 3

Nara Sumber : Konsumen

Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dari wawancara saya, yang nantinya akan saya pergunakan sebagai bahan penelitian skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Mix Pada Martabak Yolland di Jalan Raya Tenggilis, Surabaya”.

1. Sejak kapan anda menjadi konsumen Martabak Yolland?
2. Apakah produk yang dijual di Martabak Yolland lezat dan berkualitas?
3. Apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas rasa Martabak Yolland?
4. Apa alasan utama anda tertarik untuk membeli produk Martabak Yolland?
5. Apakah jika anda ingin makan Martabak, ada selalu membeli Martabak Yolland? Mengapa?
6. Apakah lokasi Martabak Yolland di Raya Tenggilis merupakan lokasi yang strategis?
7. Apa yang anda sarankan untuk kebaikan dan kemajuan Martabak Yolland?

LAMPIRAN 4

WAWANCARA

Nara Sumber : Pemilik Martabak Yolland

Nama : Richo Dwi Saputra

Umur : 34 tahun

Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dari wawancara saya, yang nantinya akan saya pergunakan sebagai bahan penelitian skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Mix Pada Martabak Yolland di Jalan Raya Tenggilis, Surabaya”.

1. Berapa lama usaha ini berjalan?

Jawaban : Kurang lebih berjalan sudah 4 tahun

2. Berapa modal awal yang harus dikeluarkan?

Jawaban : Pada saat itu modal awal yang saya keluarkan sekitar 5 juta rupiah yang saya dapat dari tabungan dan pinjaman koperasi

3. Darimana bapak terinspirasi untuk berdagang martabak?

Jawaban : Dari keahlian dan pengalaman pekerjaan saya sebelumnya yang sama dalam bidang kuliner

4. Apakah tempat yang saat ini di tempat milik pribadi atau sewa?

Jawaban : Untuk tempat ini saya menyewa

5. Biaya sewa yang dikeluarkan perbulan atau pertahun?

Jawaban : Biaya perbulan sekarang sekitar 600 ribu rupiah, ya karena seiring berjalannya tahun

6. Bagaimana suka dan duka selama berjualan?

Jawaban : Ya, namanya pedagang pasti selalu ada suka maupun duka. Dukanya ya pada saat musim hujan karena keterbatasan tempat berjualan kami, untuk senangnya pada saat hari hari libur omset biasanya lebih meningkat dari hari hari biasa”

Berkaitan dengan Marketing Mix (4P)

A. Product (Produk)

1. Dalam memenuhi kebutuhan bahan baku, seperti apakah perusahaan mendapatkan produk-produk yang akan dijual ?

Jawaban : Beliau menyetok sendiri bahan baku yang akan dijual secara pribadi dengan membeli di pasar Sopyonyono dan terkadang di bantu karyawan atau istrinya untuk berbelanja di pasar Sopyonyono

2. Apakah pernah mengalami kesulitan dalam memenuhi bahan baku ?

Jawaban : Hingga saat ini saya rasa belum pernah menemukan kesulitan dalam memenuhi bahan baku, ya mungkin kesulitan di harga bahan saja ketika ada kenaikan

3. Pada saat apa saja kebutuhan bahan baku meningkat atau menurun ?

Jawaban : Biasanya kebutuhan bahan baku meningkat pada saat menjelang hari hari besar seperti natal dan tahun baru dan hari hari besar lain”

4. Berapa jumlah menu makanan yang Bapak/Ibu jual ?

Jawaban : Untuk menu utama ada dua variasi yaitu martabak manis dan martabak asin, namun dari dua varian tersebut terbagi menjadi beragam seperti yang paling di minati martabak asin keju

daging sapi, martabak asin daging ayam keju dan martabak manis keju susu

5. Apakah dalam proses produksi juga melibatkan karyawan?

Jawaban : Iya tentu saja, karena beliau harus fokus dalam pembuatan adonan martabak asin dan adonan isi untuk martabak asin, karyawan hanya berfokus dalam pembuatan adonan untuk martabak manis

B. Price (Harga)

1. Siapa sasaran pasar pada martabak Yolland ?

Jawaban : Kami tidak menarget siapa sasaran pasar kami, saya berkeinginan semua kalangan dapat menikmati itu saja”

2. Bagaimana kebijakan manajemen martabak Yolland dalam menentukan harga ?

Jawaban : Dalam penentuan harga saya berpegang pada kualitas pada bahan baku yang tetap saja pertahankan sehingga pelanggan kami bisa merasa puas terhadap produk yang mereka konsumsi

C. Promotion (Promosi)

1. Apakah ada langkah promosi khusus yang dilakukan oleh martabak Yolland dalam mengenalkan dan menjual produknya kepada konsumen, mengingat penjualan serupa makin ketat?

Jawaban : Promosi tetap juga kami jalankan tetapi kami tidak memiliki promosi khusus hanya melalui kemasan dan brosur, untuk semakin memperluas jaringan konsumen kami melalui kualitas rasa dan inovasi tentunya karena jika kualitas rasa tetap kita jaga dengan baik secara tidak langsung konsumen akan ikut serta dalam mempromosikan produk kami kepada rekan-rekan mereka

D. Place (Tempat)

1. Apakah media penjualan hanya melalui outlet saja atau media-media penjualan lain untuk lebih mempermudah konsumen seperti delivery ?

Jawaban : Kami melayani baik di outlet maupun delivery service sebagai royaltis kami kepada para konsumen untuk memudahkan pemesanan

2. Apakah pemilihan tempat saat ini memberikan pengaruh penjualan produk?

Jawaban : Ya tentu saja karena penempatan lokasi yang mudah dan tidak menyulitkan konsumen akan jauh memiliki pengaruh terhadap penjualan produk

Berkaitan SWOT

A. Strength (Kekuatan)

1. Menurut bapak atau ibu apa yang menjadi nilai lebih dari martabak Yolland dibandingkan dengan martabak yang lain ?

Jawaban : Nilai lebih kami adalah kualitas dan inovasi baru yang jarang di jumpai di tempat lainnya

2. Apakah produk martabak Yolland mudah dijumpai di tempat martabak lainnya?

Jawaban : Untuk produk serupa yang menjadi menu andalan saya rasa masih sulit di jumpai di kota Surabaya ini

B. Opportunities (Peluang)

1. Apakah yang menjadi peluang bagi martabak Yolland untuk bisa menjadi yang terbaik dan unggul dalam persaingan serta mendapat omset yang maksimum ?

Jawaban : Peluang yang utama untuk bisa menjadi unggul terhadap produk serupa yaitu inovasi karena konsumen memerlukan sesuatu yang sama namun berbeda dari yang biasanya, itu yang kami jadikan peluang untuk bisa lebih unggul selangkah dari produk serupa

2. Apakah ada keinginan bapak/ibu untuk mengembangkan usaha seperti melakukan franchising ?

Jawaban : Tentu setiap pengusaha selalu berusaha terbaik untuk mengembangkan bisnisnya namun saat ini saya rasa belum untuk bergerak lebih lanjut dalam bentuk franchising

C. Weakness (Kelemahan)

1. Secara obyektif apakah kelemahan dari martabak Yolland ini ?

Jawaban : Kelemahan pada martabak Yolland yaitu kurang fasilitas yang memadai, banyak konsumen yang mengeluhkan tempat yang tidak cukup luas dan kurangnya sistem manajemen keuangan data perolehan perbulan maupun pertahunnya

2. Apakah tempat yang saat ini aman mengingat usaha yang dijalankan adalah pedagang kaki lima?

Jawaban : Walaupun usaha pedagang kaki lima tetapi aman untuk berjualan karena kami menyewa lahan atau lokasi yang jelas dan aman yang tidak bermasalah di kemudian hari

D. Threats (Ancaman)

1. Menurut bapak/ibu, apa yang menjadi ancaman bagi martabak Yolland dalam menjalankan bisnis usaha kecil menengah dalam bidang kuliner ?

Jawaban : Ancaman yang pertama munculnya kompetitor yang lebih memadai dari segi fasilitas, rasa dan harga sehingga martabak Yolland harus bisa bersaing dan unggul.

2. Semakin banyaknya usaha serupa di daerah yang sama apakah menjadi ancaman bagi martabak Yolland?

Jawaban : Tentu saja tidak karena semakin banyak usaha serupa justru memberi dampak baik untuk menjalankan bisnis ini karena konsumen memiliki kemampuan khusus untuk menilai kualitas rasa sehingga konsumen akan lebih royal ketika mempertahankan kualitas rasa

- Apa harapan bapak/ibu untuk yang akan datang dalam menjalankan bisnis ini?

Jawaban : Harapan saya tentu ingin lebih berkembang lagi dan memiliki ide-ide baru dalam penjualan produk martabak Yolland, serta dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen yaitu menambah fasilitas lebih baik dan tentunya semakin banyak konsumen yang lebih royal

LAMPIRAN 5

Nara Sumber : Karyawati Martabak Yolland

Nama : Siti Yollandyah

Umur : 32 tahun

Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dari wawancara saya, yang nantinya akan saya pergunakan sebagai bahan penelitian skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Mix Pada Martabak Yolland di Jalan Raya Tenggilis, Surabaya”.

1. Sudah berapa lama anda bekerja di Martabak Yolland ?

Jawaban : Mulai dari awal usaha ini berdiri, kurang lebih 4 tahun

2. Apa susah senangnya bekerja di Martabak Yolland?

Jawaban : Susah anak harus ikut saya bekerja, senangnya saya bisa membantu suami bekerja

3. Apakah ada gaji, mengingat bahwa selaku pegawai juga sebagai istri pemilik?

Jawaban : Gaji khusus belum ada, tapi untuk sekedar masukan tambahan saja

4. Apa ada keikutsertaan khusus dalam mengelola Martabak Yolland?

Jawaban : Keikutsertaan khusus sepertinya sama semua kami lakukan saling membantu dari membeli bahan baku, mengolah hingga memproses produk pesanan

LAMPIRAN 6

Nara Sumber : Konsumen

Nama : Adhitya Fahlevi

Umur : 22 Tahun

Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dari wawancara saya, yang nantinya akan saya pergunakan sebagai bahan penelitian skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Mix Pada Martabak Yolland di Jalan Raya Tenggilis, Surabaya”.

1. Sejak kapan anda menjadi konsumen Martabak Yolland?

Jawaban : Sejak saya mengetahui adanya martabak keju

2. Apakah produk yang dijual di Martabak Yolland lezat dan berkualitas?

Jawaban : Sangat lezat dan berkualitas dikelasnya

3. Apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas rasa Martabak Yolland?

Jawaban : Saya rasa cukup menjangkau semua kalangan apalagi dengan kantong mahasiswa

4. Apa alasan utama anda tertarik untuk membeli produk Martabak Yolland?

Jawaban : Tentu saja varian martabak keju

5. Apakah jika anda ingin makan Martabak, ada selalu membeli Martabak Yolland? Mengapa?

Jawaban : Untuk varian martabak keju tentu, Karena kualitas dari ciri khas yang cukup sulit ditemukan

6. Apakah lokasi Martabak Yolland di Raya Tenggilis merupakan lokasi yang strategis?

Jawaban : Ya, saya rasa cukup

7. Apa yang anda sarankan untuk kebaikan dan kemajuan Martabak Yolland?

Jawaban : Saran saya untuk kemajuan martabak yolland agar terus berkreaitif terhadap varian yang dimiliki dan berkembang memiliki cabang lain.

LAMPIRAN 7

Nara Sumber : Konsumen

Nama : Wicaksono Adi Pratama

Umur : 31 Tahun

Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dari wawancara saya, yang nantinya akan saya pergunakan sebagai bahan penelitian skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Mix Pada Martabak Yolland di Jalan Raya Tenggilis, Surabaya”.

1. Sejak kapan anda menjadi konsumen Martabak Yolland?

Jawaban : Sejak kurang lebih 1 tahun yang lalu

2. Apakah produk yang dijual di Martabak Yolland lezat dan berkualitas?

Jawaban : Cukup lezat dan menagihkan

3. Apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas rasa Martabak Yolland?

Jawaban : Sangat sesuai dengan rasa yang diberikan dan menjadikan konsumen puas

4. Apa alasan utama anda tertarik untuk membeli produk Martabak Yolland?

Jawaban : Karena rasa dan harga yang sesuai

5. Apakah jika anda ingin makan Martabak, ada selalu membeli Martabak Yolland? Mengapa?

Jawaban : Tidak selalu paling tidak dalam satu bulan 2 kali, ya karena bukan makanan pokok

6. Apakah lokasi Martabak Yolland di Raya Tenggilis merupakan lokasi yang strategis?

Jawaban : Sangat strategis

7. Apa yang anda sarankan untuk kebaikan dan kemajuan Martabak Yolland?

Jawaban : Saran saya untuk martabak yolland untuk berinovasi lagi dalam menunya seperti martabak ikan, martabak buah ataupun yang lain

LAMPIRAN 8

Nara Sumber : Konsumen

Nama : Mochammad Fauzi

Umur : 23 Tahun

Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dari wawancara saya, yang nantinya akan saya pergunakan sebagai bahan penelitian skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Mix Pada Martabak Yolland di Jalan Raya Tenggilis, Surabaya”.

1. Sejak kapan anda menjadi konsumen Martabak Yolland?

Jawaban : Baru beberapa bulan yang lalu, kurang lebih enam bulan

2. Apakah produk yang dijual di Martabak Yolland lezat dan berkualitas?

Jawaban : Saya, rasa sebanding dengan harganya

3. Apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas rasa Martabak Yolland?

Jawaban : Cukup untuk dijangkau semua kalangan

4. Apa alasan utama anda tertarik untuk membeli produk Martabak Yolland?

Jawaban : Rasa yang pas dan sesuai

5. Apakah jika anda ingin makan Martabak, ada selalu membeli Martabak Yolland? Mengapa?

Jawaban : Belum tentu jika sangat ingin saja, karena lokasi yang jauh dari daerah tempat tinggal

6. Apakah lokasi Martabak Yolland di Raya Tenggilis merupakan lokasi yang strategis?

Jawaban : Untuk di daerah tersebut cukup mudah ditemukan

7. Apa yang anda sarankan untuk kebaikan dan kemajuan Martabak Yolland?

Jawaban : Terus berkreasi dengan inovasi baru yang lebih unik agar pelanggan produk martabak Yolland sebagai pilihan utama

LAMPIRAN 9

Nara Sumber : Konsumen

Nama : Herlina

Umur : 40 Tahun

Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dari wawancara saya, yang nantinya akan saya pergunakan sebagai bahan penelitian skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Mix Pada Martabak Yolland di Jalan Raya Tenggilis, Surabaya”.

1. Sejak kapan anda menjadi konsumen Martabak Yolland?

Jawaban : Baru saat ini pertama kali

2. Apakah produk yang dijual di Martabak Yolland lezat dan berkualitas?

Jawaban : Cukup berkualitas

3. Apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas rasa Martabak Yolland?

Jawaban : Untuk harga mungkin bisa di bilang lebih mahal sedikit, namun cukup sebanding dengan hasilnya

4. Apa alasan utama anda tertarik untuk membeli produk Martabak Yolland?

Jawaban : Penasaran dan sangat tertarik dengan Martabak Keju

5. Apakah jika anda ingin makan Martabak, ada selalu membeli Martabak Yolland? Mengapa?

Jawaban : Sepertinya akan begitu karena martabak keju nya

6. Apakah lokasi Martabak Yolland di Raya Tenggilis merupakan lokasi yang strategis?

Jawaban : Strategis ya karena tepat dipinggir jalan utama dan mudah ditemukan

7. Apa yang anda sarankan untuk kebaikan dan kemajuan Martabak Yolland?

Jawaban : Bisa membuka banyak cabang di banyak daerah agar sewaktu waktu bisa di jangkau mudah

LAMPIRAN 10

Nara Sumber : Konsumen

Nama : Asheilla Putri

Umur : 29 Tahun

Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dari wawancara saya, yang nantinya akan saya pergunakan sebagai bahan penelitian skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Mix Pada Martabak Yolland di Jalan Raya Tenggilis, Surabaya”.

1. Sejak kapan anda menjadi konsumen Martabak Yolland?

Jawaban : Sejak 3 tahun yang lalu saat saya bekerja di daerah sini

2. Apakah produk yang dijual di Martabak Yolland lezat dan berkualitas?

Jawaban : Ya, tentu saja berkualitas

3. Apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas rasa Martabak Yolland?

Jawaban : Sesuai dengan kualitas rasa yang saya dapatkan dari produk tersebut

4. Apa alasan utama anda tertarik untuk membeli produk Martabak Yolland?

Jawaban : Alasan utama sih karena kualitas rasa dan inovasi produknya sehingga sampe saat ini jadi favorit saya

5. Apakah jika anda ingin makan Martabak, ada selalu membeli Martabak Yolland? Mengapa?

Jawaban : Ya, selalu saya beli disini karena saya sudah merasa pas dan cocok dengan lidah saya

6. Apakah lokasi Martabak Yolland di Raya Tenggilis merupakan lokasi yang strategis?

Jawaban : Cukup strategis berada di pinggir jalan utama

7. Apa yang anda sarankan untuk kebaikan dan kemajuan Martabak Yolland?

Jawaban : Tetap terus pertahankan kualitas rasa dan terus berinovasi, kalau bisa lebih menyebar dan berkembang agar masyarakat lebih mudah mengetahui produk yang mempertahankan kualitas rasa ini