

Pedoman Hasil Wawancara

1. Apakah inti dari perbaikan produk?

- MA : mengubah kemasan keripik ubi yang lama agar lebih baik
- HJ : perubahan pada kemasan keripik ubi agar pembeli lebih tertarik untuk membeli
- MD : agar memajukan produk keripik ubi
- HD : agar menambah pembeli keripik ubi
- HR : agar pembelian keripik ubi meningkat sejak ada perubahan pada kemasannya
- S : kemasan di ubah agar pembeli lebih meminati keripik ubi ini

Kesimpulan : inti dari perbaikan produk adalah mengembangkan suatu produk dengan adanya perbaikan bentuk yang lebih menarik

2. Bagaimana cara meningkatkan daya tarik produk?

- MA : meningkatkan cita rasa produk agar pembeli tidak lari ke penjual lain, seperti bumbu yang digunakan dipesan khusus
- HJ : rasa dari keripik ubi tidak sama dengan keripik ubi yang lain
- MD : dilakukan program pemberian piring setiap pembelian 1 pack
- HD : kerja maksimal pada saat produksi supaya produk yang dihasilkan sesuai keinginan
- HR : bumbu yang dipesan berbeda dengan bumbu yang ada dipasaran karena bumbunya dipesan dari luar kota
- S : banyak promosi ke pelanggan dan memberi hadiah tiap pembelian 1 pack

Kesimpulan : yang dilakukan dalam meningkatkan daya tarik produk yaitu melakukan peningkatan terhadap produk dan menciptakan produk dengan karakteristik yang lebih menarik konsumen serta kinerja yang maksimal dari para tenaga kerja

3. Apa yang dilakukan dalam meningkatkan daya tarik produk?

- MA : meningkatkan cita rasa produk agar pembeli tidak lari ke penjual lain, seperti bumbu yang digunakan dipesan khusus
- HJ : rasa dari keripik ubi tidak sama dengan keripik ubi yang lain

- MD : dilakukan program pemberian piring setiap pembelian 1 pack
- HD : kerja maksimal pada saat produksi supaya produk yang dihasilkan sesuai keinginan
- HR : bumbu yang dipesan berbeda dengan bumbu yang ada dipasaran karena bumbunya dipesan dari luar kota
- S : banyak promosi ke pelanggan dan memberi hadiah tiap pembelian 1 pack

Kesimpulan : yang dilakukan dalam meningkatkan daya tarik produk yaitu melakukan peningkatan terhadap produk dan menciptakan produk dengan karakteristik yang lebih menarik konsumen serta kinerja yang maksimal dari para tenaga kerja

4. Apa inti dari penjagaan citra dan reputasi perusahaan?

- MA : agar keripik ubi sinar mentari lebih dikenal karena kualitas produknya
- HJ : agar pembeli lebih memilih untuk membeli keripik ubi dari sinar mentari
- MD : agar keripik ubi sinar mentari lebih diminati dari pada keripik ubi yang lain
- HD : agar keripik ubi yang telah dipasarkan akan tetap diminati oleh pembeli
- HR : agar pembeli terus menerus membeli keripik ubi yang ada disini
- S : agar produk tidak jatuh dimata pembeli

Kesimpulan : inti dari penjagaan citra dan reputasi perusahaan akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut dan juga citra positif akan mendorong persepsi positif terhadap produk perusahaan.

5. Apakah perlu pemberian pengalaman positif terhadap pelanggan?

- MA : perlu, agar mengetahui bagaimana produk dipasaran
- HJ : perlu, agar produk selalu ditingkatkan
- MD : perlu, agar produk banyak diminati
- HD : perlu, agar produk tetap dibeli
- HR : perlu, agar mengetahui respon pembeli

S : perlu, agar produk menjaga rasanya

Kesimpulan : pemberian pengalaman positif dari pelanggan perlu dilakukan, agar diketahui respon terhadap produk memuaskan atau tidak

6. Bagaimana respon pelanggan terhadap produk?

MA : baik, karena sering ada permintaan

HJ : baik, karena selalu habis

MD : baik, karena kadang banyak produksi

HD : baik, karena selalu ada pesanan

HR : baik, karena banyak yang datang langsung ketempat pembuatan

S : baik, karena pembeli selalu meningkat

Kesimpulan : respon pelanggan terhadap produk baik, dapat dilihat dari produksi yang diminati oleh pembeli

7. Apa yang dilakukan agar dapat memberikan pengalaman positif bagi pelanggan?

MA : dengan menjaga produk agar tidak berubah

HJ : dengan memberikan hadiah

MD : dengan menjaga cita rasa produk

HD : dengan menjaga bentuk produk

HR : dengan menjaga rasanya

S : dengan pemberian kemasan

Kesimpulan : memberikan pengalaman positif bagi pelanggan dengan cara menjaga kualitas produk

8. Bagaimanakah cara memperkenalkan produk?

MA : pemasaran melalui sales

HJ : menawarkan kepada kanvas

MD : membawakan langsung ke warung

HD : menawarkan ke warung-warung

HR : mengantarkan ke toko-toko

S : memperkenalkan dan menawarkan lewat sales

Kesimpulan : cara memperkenalkan produk dengan mempromosikannya secara konsisten

9. Apa yang dilakukan agar usaha ini dapat menambah saluran distribusinya?

- MA : pemasaran melalui sales
- HJ : menawarkan kepada kanvas
- MD : membawakan langsung ke warung
- HD : menawarkan ke warung-warung
- HR : mengantarkan ke toko-toko
- S : memperkenalkan dan menawarkan lewat sales

Kesimpulan : yang dilakukan agar usaha menambah saluran distribusi adalah dengan menawarkan produk serta menjalin hubungan yang harmonis dengan para distributor agar usaha dapat berjalan lancar

10. Dimana sajakah saluran distribusi usaha ini?

- MA : Makassar, Takalar, Bantaeng, dan Jeneponto
- HJ : dalam kota dan luar kota
- MD : Makassar dan di luar daerah
- HD : Makassar dan di luar Makassar
- HR : warung-warung atau toko-toko kecil
- S : Makassar dan daerah-daerah sekitarnya

Kesimpulan : Saluran distribusi usaha sampai ke beberapa daerah

11. Bagaimanakah cara mempromosikan produk?

- MA : pemasaran melalui sales
- HJ : menawarkan kepada kanvas
- MD : membawakan langsung ke warung
- HD : menggunakan facebook, tapi karena jarang aktif jadi membawakan secara langsung ke toko-toko.
- HR : mengantarkan ke toko-toko
- S : memperkenalkan dan menawarkan lewat sales

HD : menggunakan facebook, tapi karena jarang aktif jadi membawakan secara langsung ke toko-toko.

Kesimpulan : Promosi dilakukan dengan cara membawakan langsung kepada pembeli

12. Bagaimana cara peningkatan promosi agar produk tetap eksis?

MA : pemasaran melalui sales

HJ : menawarkan kepada kanvas

MD : membawakan langsung ke warung

HD : menggunakan facebook, tapi karena jarang aktif jadi membawakan secara langsung ke toko-toko.

HR : mengantarkan ke toko-toko

S : memperkenalkan dan menawarkan lewat sales

HD : menggunakan facebook, tapi karena jarang aktif jadi membawakan secara langsung ke toko-toko.

Kesimpulan : Promosi dilakukan dengan cara membawakan langsung kepada pembeli

13. Bagaimanakah cara agar dapat menawarkan produk lebih banyak sehingga menambah segmen pasar?

MA : pemasaran melalui sales

HJ : menawarkan kepada kanvas

MD : membawakan langsung ke warung

HD : menggunakan facebook, tapi karena jarang aktif jadi membawakan secara langsung ke toko-toko.

HR : mengantarkan ke toko-toko

S : memperkenalkan dan menawarkan lewat sales

HD : menggunakan facebook, tapi karena jarang aktif jadi membawakan secara langsung ke toko-toko.

Kesimpulan : menawarkan produk sehingga menambah segmen pasar dilakukan dengan promosi

14. Apa dilakukan dalam pemanfaatan sumber daya?

- MA : membuat mesin dari bahan-bahan yang sering dijumpai
- HJ : memanfaatkan ubi kayu
- MD : memanfaatkan peralatan dapur yang ada
- HD : membuat keripik ubi dari ubi kayu
- HR : membuat ubi kayu menjadi keripik ubi
- S : memanfaatkan ubi kayu menjadi keripik ubi

Kesimpulan : mengambil manfaat dari sumber daya yang ada serta menjaganya untuk kepentingan bersama hal ini akan menunjang kehidupan maupun keberhasilan usaha.

15. Apa upaya yang dilakukan dalam mempertahankan produk?

- MA : dengan menjaga produk agar tidak berubah
- HJ : dengan memberikan hadiah
- MD : dengan menjaga cita rasa produk
- HD : dengan menjaga bentuk produk
- HR : dengan menjaga rasanya
- S : dengan pemberian kemasan

Kesimpulan : mempertahankan produk dengan cara menjaga kualitasnya

16. Dalam menilai kebutuhan pasar, apakah yang perlu dilakukan?

- MA : melihat apakah keripik ubi akan laku atau tidak
- HJ : melihat yang mana paling banyak diminati
- MD : melihat apakah produksi keripik ubi akan lancar
- HD : melihat usaha akan untung atau tidak
- HR : melihat apakah usaha bertahan lama atau cuma sebentar
- S : melihat pembeli suka keripik ubi atau tidak

Kesimpulan : yang perlu dilakukan dalam menilai kebutuhan pasar yaitu mengidentifikasi ancaman kegagalan produk pada saat dipasarkan nanti

17. Apakah perlu dilakukan pengetahuan tentang perilaku pembeli?

- MA : perlu

- HJ : perlu
- MD : perlu
- HD : perlu
- HR : perlu
- S : perlu

Kesimpulan : mengembangkan usaha maka perlu adanya pengetahuan tentang perilaku pembeli.

18. Bagaimanakah peran perilaku pembeli?

- MA : sebagai gambaran keripik ubi diminati atau tidak
- HJ : sebagai dasar untuk meningkatkan produk keripik ubi
- MD : untuk mengetahui respon pembeli
- HD : sebagai alat untuk meningkatkan kualitas produk
- HR : untuk mengetahui produk keripik ubi diminati atau tidak
- S : untuk mengetahui sikap pembeli

Kesimpulan : peran perilaku pembeli sebagai gambaran seberapa tertariknya pembeli terhadap produk

19. Apa yang dilakukan setelah mengetahui perilaku pembeli?

- MA : meningkatkan kualitas keripik
- HJ : menjaga cita rasa keripik ubi
- MD : lebih memperbaiki kekurangan keripik ubi
- HD : melakukan perubahan yang lebih baik
- HR : mengubah kemasannya
- S : terus memperbaiki

Kesimpulan : setelah mengetahui perilaku pembeli yang dilakukan adalah terus melakukan pengembangan atau peningkatan serta perbaikan terhadap produk.

20. Apakah yang dilakukan agar promosi berlangsung dengan efektif?

- MA : diadakan program hadiah
- HJ : menawarkan melalui sales

- MD : membawakan langsung ke toko-toko
- HD : sejak pemberian hadiah setiap pembelian
- HR : memberikan program
- S : memberikan hadiah piring

Kesimpulan : promosi berlangsung efektif sejak adanya program pemberian hadiah kepada pembeli

21. Kompetensi atau keunggulan apa yang dimiliki agar dapat bersaing dengan produk lain?

- MA : diadakannya program hadiah
- HJ : membawakannya secara langsung ke warung-warung
- MD : kemasannya sudah lebih baik
- HD : rasanya yang beda dari keripik ubi yang lain
- HR : harganya murah
- S : memberikan hadiah piring

Kesimpulan : keunggulan yang dimiliki oleh keripik ubi ini adalah dari segi kualitas dan pelayanannya

22. Perubahan atau kemajuan apa yang ditawarkan produk ini?

- MA : menggunakan mesin dalam pembuatannya
- HJ : kemasannya sudah berubah
- MD : menambah hasil produksi
- HD : rasanya beda dari yang lain
- HR : mesin yang digunakan untuk produksi
- S : pemberian program hadiah

Kesimpulan : perubahan atau keinovatifan tidak hanya berupa produk tetapi juga terhadap prosesnya

23. Apakah produk yang sama namun biaya yang lebih murah ditawarkan oleh produk ini?

- MA : lebih murah jika dibeli 1 pack
- HJ : sama dengan keripik yang lain

MD : iya lebih murah

HD : lebih murah hanya Rp. 500,-

HR : lebih murah jika beli banyak, kalau beli satuan harganya sama

S : lebih murah karena hanya Rp. 500,- tergantung dari kemasannya

Kesimpulan : biaya yang lebih murah ditawarkan produk ini sesuai dengan kuantitasnya

24. Dalam penambahan bisnis, bagaimana usaha ini akan memproduksi produk sejenis?

MA : sudah memiliki produk dengan rasa berbeda tergantung pesanan

HJ : sudah ada rasa jagung

MD : memiliki dua rasa, tapi yang paling diminati adalah rasa balado

HD : keripik ubi memproduksi rasa jagung jika ada yang pesan saja

HR : memproduksi keripik ubi dan sudah ada dua rasa

S : ada tergantung pesanan

Kesimpulan : usaha keripik ubi Sinar Mentari telah memiliki produk sejenis yaitu keripik ubi dengan varian rasa yang berbeda