

LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara dengan Pemilik MilaMila Patisserie

Tanggal Wawancara : Rabu, 09 September 2020

Durasi : 20 menit 02 detik

Tempat : MilaMila Patisserie, Jl. Gaperta Ujung, Kota Medan

Ivan Paskal (Interviewer) :

Kira-kira Bu, kekuatan untuk MilaMila, kalau misalnya apakah kualitasnya baik?

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Apakah berarti kelebihan?

Ivan Paskal (Interviewer) :

Iya Bu, kelebihanannya

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Kelebihannya adalah saya menjaga kualitas, rasa, dan harga.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Oke bu, menjaga kualitas, rasa, dan harga. Kalau misalnya dari ketiga ini Bu, kualitasnya bagaimana?

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Kalau kualitas saya ambil dari bahan dan kebersihan ya. Saya memakai bahan dengan kualitas terbaik, kebersihannya saya jaga, terus *Packing* juga termasuk.

Kan kualitas juga, supaya terlihat bagus dilihat, ya.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Kalau dari rasa Bu?

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Kalau dari rasa ya, dengan menggunakan bahan terbaik tentunya rasanya juga yang terbaik tentunya dengan tidak mengurangi kualitas bahan, saya juga pertahankan.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Kalau harga Bu?

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Kalau harga saya berusaha untuk tidak terlalu tinggi, ya walaupun tidak murah tapi dia menengah. Dengan kualitas yang saya pakai, harga saya tidak terlalu tinggi, standar.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Ini misalnya kalau ditujukan ke konsumennya Bu, berarti konsumennya yang menengah ya Bu.

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Ya, menengah ke atas.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Oke bu, sesuai dengan perhitungan itu ya bu?

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Tapi harga tidak tinggi, dengan harga ke situ saya bisa menarik konsumen menengah ke atas. Tapi yang menengah ke bawah banyak juga sih yang belanja. Karena dengan saya memberikan rasa, yang menurut saya enak dan konsumen juga gak kecewa, harga yang saya kasih mereka juga tertarik walaupun masih ada produk lain yang ada dibawah harga itu.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Berarti termasuk di peluang juga ya Bu, lalu kalau misalnya Bu, kayak citra produk begitu Bu, ada kira-kira? Misalnya donat Ibu di mata konsumen, apakah banyak yang suka?

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Iya banyak yang suka, *Best Seller* nya ya donat itu, kalau untuk dari kue ya. Kalau dari minuman yaitu kopi.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Baik bu, Ini kan dari produk sudah, kalau dari pelayanan, misalnya *café* ini, kira-kira bagaimana?

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Kalau dari pelayanannya saya belum bisa memberikan yang terbaik, tapi saya berusaha, dengan keramahan dan kecepatan. Kalau yang terbaik belum ya, tapi saya berusaha, kan semuanya pakai proses. Dari segi keramahan dan kecepatan, itu yang saya berikan.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Baik bu, sudah dapat. Ini langsung ke karyawan Ibu. Karena faktor strategi termasuk juga dari karyawan, seperti yang Ibu bilang tadi mengenai pelayanan. Kalau boleh lebih dalam sedikit Bu, pelatihan untuk karyawannya Bu kira-kira.

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Oh, saya tidak ada pelatihan khusus. Sekali-sekali saya ada kasih *Briefing*, tidak ada bagian khusus, yang saya tanya gimana kendala di lapangan, baru saya arahkan apa yang harus dilakukan.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Baik Bu, itu dari kekuatan dan kelemahan. Itu tadi ada sedikit kelemahannya seperti yang Ibu jelaskan bahwa latihannya tidak khusus sama pelayanan masih berusaha yang terbaik. Kira-kira selain yang dua hal tadi apakah ada lagi kelemahannya?

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Kelemahannya mungkin karyawan saya masih terbatas, seperti misalnya dia bisa buat minuman, dia bisa kasir begitu. Jadi tidak ada kemampuan khusus, sehingga menjadi keterbatasan karyawan. Jadi dengan keterbatasan itu, mereka jadinya lebih pintar, bisa semua, bisa membuat dan menjual.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Kalau selain itu Bu, di produk atau promosi misalnya?

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Kalau di produk gak ada kayaknya ya, karena produk kita tidak terlalu banyak jenisnya. Lalu di promosi saya kurang, saya tidak bikin spanduk di mana-mana, iklan di mana-mana, saya cuma di Instagram. Saya belum ada buka Outlet lain, karena cari tempat itu tidak mudah, karena keterbatasan informasi dan modal yang besar, jadi toko masih baru.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Baik Bu, hanya kurang di Promosi aja. Sekarang Bu di eksternal, apakah ada peluang dan ancaman yang Ibu rasa penting.

Milana Surya Dewi (Pemilik MilaMila Patisserie) :

Pertama, pesaing lah, Pesaing banyak, yang jual makanan, buka *café*. Jadi kalau menjadi ancaman hanya dari mengeluarkan produk baru dan berinovasi. Jadi kita

juga berinovasi dengan produk baru juga. Kalau peluang, ada pelanggan tetap, bahkan yang datang setiap hari di sini nongkrong dari pagi dan malam. Kalau mengenai pelanggan kami gak pernah data secara pribadinya, jadi hanya sebatas pendapatan saja kita menentukan target pasar. Selanjutnya, kenaikan bahan baku. Saya ada naikkan harga sekitar 10% - 20%, saya gak akan mengurangi kualitas, dan tidak ada yang komplain, karena kualitas yang saya sajikan bagus.

Lampiran 2. Transkrip Wawancara dengan Karyawan MilaMila Patisserie

Tanggal Wawancara : Rabu, 09 September 2020

Durasi : 06 menit 36 detik

Tempat : MilaMila Patisserie, Jl. Gaperta Ujung, Kota Medan

Ivan Paskal (Interviewer) :

Sesuai dengan kata Ibu Milana Surya Dewi dari produk bahwa kualitas, rasa, dan harga terjangkau. Kalau menurut Kak Debi, tanggapannya bagaimana soal itu?

Debi Darnita (Karyawan MilaMila Patisserie) :

Kalau dibandingkan di luar kita ya, kalau produk kita itu harganya tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu murah. Lalu kalau kualitas, memang bagus sih dengan harga segitu, karena memang jarang orang kecewa dengan produknya.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Pas ya kak, sesuai dengan Ibu Milana Surya Dewi bilang sebelumnya. Lalu dibidang soal *Best Seller* di kopi dan donat. Kalau menurut Kak Debi, tanggapannya bagaimana soal itu?

Debi Darnita (Karyawan MilaMila Patisserie) :

Memang iya sih, karena selain donatnya rasanya enak, kita juga melakukan Promosi untuk donat dan juga kopi. Kalau kita Promosi produknya itu bukan sebagai sesuatu yang dianggap murahan, tapi memang sesuai dengan kualitasnya.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Pas ya kak, sesuai dengan Ibu Milana Surya Dewi bilang sebelumnya. Lalu soal pelayanan, kata Ibu Milana Surya Dewi bahwa masih belum yang terbaik, karena memang ada pelatihannya. Kalau menurut Kak Debi, tanggapannya bagaimana soal itu?

Debi Darnita (Karyawan MilaMila Patisserie) :

Ya, kalau pelatihan memang tidak sempurna dan masih berusaha yang terbaik. Kami ada seminggu sekali diarahkan oleh Ibu Milana Surya Dewi bagaimana melayani pelanggan sehingga turun langsung ke lapangan, dan cara tanggap langsung untuk mendengar pelanggan.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Baik kak, lalu soal keahlian karyawan dan tanggung jawab, menurut kakak bagaimana?

Debi Darnita (Karyawan MilaMila Patisserie) :

Ya, kalau soal keahlian kami bisa semuanya, tapi tetap saja kami mempunyai tanggung jawab masing-masing di bidang kami. Misalnya saya tanggung jawabnya di kasir, tetapi keahlian saya harus bisa selain di kasir, supaya bisa membantu jika ada masalah di tanggung jawab lain. Jadi disini kami harus bisa multi fungsi lah istilahnya.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Baik kak, kalau mengenai faktor eksternal. Ibu Milana Surya Dewi bilang kalau pesaingnya banyak buka *café* juga, kalau tanggapan Kak Debi bagaimana soal itu?

Debi Darnita (Karyawan MilaMila Patisserie) :

Kalau saingan kita memang banyak, karena dari tempatnya sendiri memang efektif untuk penjualan. Tapi para pelanggan sudah mengenal MilaMila Patisserie dari rasa dan dari pelayanan juga, jadi mereka akan tetap kembali.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Berarti dari segi eksternal sudah jelas ya kak. Jadi menurut kakak, kalau misalnya dari segi eksternal dan internal apakah ada yang perlu ditingkatkan?

Debi Darnita (Karyawan MilaMila Patisserie) :

Dari segi eksternal dan internal, masih belum ada yang perlu ditingkatkan karena kita masih sama-sama berjuang ya, membangun lagi, paling hanya antara kita karyawan agar lebih kompak.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Oh iya kak, kalau mengenai Instagram, menurut kakak, bagaimana soal itu?

Debi Darnita (Karyawan MilaMila Patisserie) :

Kalau mengenai Instagram saya tidak tahu mengenai itu, karena hal tersebut dipegang oleh Ibu Milana Surya Dewi. Kami hanya menggunakan media WhatsApp untuk komunikasi mengenai pelanggan jika ada yang komplain dan juga jika ada yang beli. Kalau dari Instagram, Ibu Milana Surya Dewi hanya memberitahu kami kalau misalnya ada yang pesan dari Instagram lalu diberitahu ke kasir.

Lampiran 3. Transkrip Wawancara dengan Pelanggan MilaMila Patisserie

Tanggal Wawancara : Rabu, 09 September 2020

Durasi : 03 menit 10 detik

Tempat : MilaMila Patisserie, Jl. Gaperta Ujung, Kota Medan

Ivan Paskal (Interviewer) :

Menurut kakak sebagai pelanggan MilaMila Patisserie dari *café* itu sendiri, mengapa kakak sering datang ke sini dan nongkrong dengan teman kakak?

Pelanggan MilaMila Patisserie :

Ya, awalnya aku dengar dari kawan kalau ada MilaMila Patisserie di dekat rumahku begitu, dan bilang ayo nongkrong di situ sekalian ketemu bareng gitu. Jadi ujungnya aku sering datang ke sini bawa kawan atau sendiri nongkrong. Kalau menurutku kenapa aku sering datang ke sini, karena nyaman sih tempatnya, terus dekat rumah, lalu dari suasananya gak terlalu padat gitu rasanya. Jadi aku suka datang ke sini. Soalnya aku udah pengalaman juga datang ke *café* selain ini, tapi rasanya ada yang kurang gitu. Makanya jadinya sering datang ke sini.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Oke kak, kalau misalnya kakak beli donat dan roti di sini, menurut kakak bagaimana rasanya dan kualitasnya?

Pelanggan MilaMila Patisserie :

Enak kok, bagus kualitasnya. Aku sering lho lihat ada promosi donatnya yang harga Rp 13.000,00 untuk setengah lusin dan Rp 20.000,00 untuk satu lusin, sering beli juga. Donatnya itu enak banget, hampir kayak donat kualitas atas lah bisa dibilang. Pernah sih aku coba ke *Bakery* di sekitar sini selain MilaMila

Patisserie, bagus juga memang, tapi yang MilaMila rasanya ada yang beda begitu. Rasanya kayak ini buatan sendiri dan itu memang bagus.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Oke kak, aku juga setuju sih soal rasanya. Pernah lihat sosial media Instagram MilaMila Patisserie kak? Menurut kakak bagaimana?

Pelanggan MilaMila Patisserie :

Kalau media sosial sih, sering kulihat ada yang baru, kayak kue baru, donat baru, ya pokoknya lihat di situ aja. Bagus sih, cocok untuk menarik perhatian orang begitu. Kalau kekurangan, yah bisa dibilang ada tapi gak terlalu penting juga, kayak nambah event ke tempat gitu buat narik orang datang ke sini, tapi itu nanti jadi bukan MilaMila Patisserie, soalnya beda sama *café* untuk misalnya kita bisa bilang, ya untuk orang yang suka *Live Music* lah atau apa gitu. Gak sih, udah cukup kok ini.

Ivan Paskal (Interviewer) :

Oh begitu ya kak, terakhir kak, kalau kakak sebagai pelanggan yang sering datang ke sini sama beli roti dan donat dari MilaMila Patisserie, ada yang menurut kakak bisa ditambah lagi atau misalnya ada yang kurang pas menurut kakak? Kalau boleh kak, ya misalnya untuk banyak orang yang datang ke sini selain kakak.

Pelanggan MilaMila Patisserie :

Gimana ya, aman aman aja sih. Kalau misalnya saya bilang lah, peluangnya, itu aku lihat ya dari tempat tinggal ku, banyak lho orang dengan yang kita bisa bilang, pendapatan menengah ke atas lah di sekitar Gaperta Ujung sini lihat MilaMila Patisserie. Banyak sih kawan kakak juga yang tinggal jauh ketemu aku tahunya langsung di sini gitu, kayak kenapa gak di sana aja? Mereka bilang ah gak

pas tempatnya, tempat yang kamu biasa nongkrong aja gitu sih. Itu aja sih yang aku harap.

Lampiran 4. Hasil Kuesioner Wawancara Penentuan Bobot

Nama Responden : Milana Surya Dewi

Jabatan Responden : Pemilik MilaMila Patisserie

No.HP : +62 812-6406-4437

Apakah anda bersedia dihubungi (beri lingkaran pada salah satu jawaban)

(1) Ya (2) Tidak

Riset SWOT :

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Kondisi internal bisnis dengan tujuan mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada MilaMila Patisserie.
2. Kondisi eksternal bisnis dengan tujuan mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman pada MilaMila Patisserie.

Cara Pengisian:

1. Indikator Penilaian ditentukan melalui wawancara langsung dengan pihak MilaMila Patisserie.
2. Penilaian dilihat dari kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja perusahaan saat ini.
3. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Acuan pengisian kuisioner sebagai berikut :

Penilaian Kondisi saat ini :

Penilaian Urgensi penanganan:

Angka 1= sangat kurang

Angka 1= tidak urgen

Angka 2= kurang

Angka 2= kurang urgen

Angka 3= baik

Angka 3= urgen

Angka 4= sangat baik

Angka 4= Sangat urgen

NO	Indikator Kekuatan	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Mengutamakan kualitas produk yang terbaik dari bahan yang terbaik				0				0
2.	Citra produk yang baik bagi konsumen			0				0	
3.	Desain produk yang menarik untuk pelanggan			0				0	
4.	Harga produk untuk konsumen dengan pendapatan menengah ke atas banyak diminati karena terjangkau				0				0
5.	Karyawan dilatih langsung oleh pemilik			0					0
6.	Keramahan dalam pelayanan yang cepat tanggap di MilaMila Patisserie			0				0	
7.	Promosi media sosial dengan Instagram								0
8.	Tempat yang strategis dengan kenyamanan bagi pengunjung di MilaMila Patisserie			0				0	
NO	Indikator Kelemahan	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pelatihan khusus bagi karyawan belum ada karena hanya sebatas arahan di lapangan			0			0		
2.	Keterbatasan karyawan dalam kemampuan khusus di lapangan			0			0		
3.	Promosi hanya dengan media sosial Instagram sehingga belum maksimal				0				0
4.	Keterbatasan informasi untuk membuka cabang baru dengan modal yang belum cukup				0				0
5.	Belum ada tenaga pemasaran khusus karena masih dilaksanakan oleh pemilik langsung				0				0

NO	Indikator Peluang	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Memiliki pelanggan loyal yang sering berkunjung untuk datang ke MilaMila Patisserie			O			O		
2.	Konsumen tetap membeli produk meskipun harga produk dinaikkan karena kenaikan harga bahan baku			O				O	
3.	Tidak ada kompetitor yang serupa dengan MilaMila Patisserie di daerah Gaperta Ujung				O				O
4.	Banyaknya kalangan dengan pendapatan menengah ke bawah yang membeli produk meskipun harganya tinggi			O				O	
5.	Mudahnya membuat inovasi baru pada produk untuk <i>Bakery</i>				O				O
6.	Mudahnya membuat inovasi pada pelayanan untuk <i>Café</i>				O				O
7.	Pangsa pasar yang banyak untuk konsumen dengan pendapatan menengah ke atas				O				O
NO	Indikator Ancaman	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Harga produksi yang naik karena kenaikan harga bahan baku				O		O		
2.	Target pasar yang hanya sebatas pada pendapatan			O			O		
3.	Adanya kompetitor khusus <i>Bakery</i> di sekitar MilaMila Patisserie				O				O
4.	Adanya kompetitor khusus <i>Café</i> di sekitar MilaMila Patisserie				O				O
5.	Kompetitor <i>Bakery</i> yang bersaing dengan mengeluarkan produk baru				O				O
6.	Persaingan promosi dengan kompetitor di sekitar MilaMila Patisserie untuk mendapatkan pelanggan				O				O

Faktor-faktor strategi eksternal/internal	Skala Prioritas (SP)	Konstanta (K)	SP x K	Bobot
Kekuatan				
1. Mengutamakan kualitas produk yang terbaik dari bahan yang terbaik	4	4	16	0,09
2. Citra produk yang baik bagi konsumen	3	4	12	0,07
3. Desain produk yang menarik untuk pelanggan	3	4	12	0,07
4. Harga produk untuk konsumen dengan pendapatan menengah ke atas banyak diminati karena terjangkau	4	4	16	0,09
5. Karyawan dilatih langsung oleh pemilik	4	4	16	0,09
6. Keramahan dalam pelayanan yang cepat tanggap di MilaMila Patisserie	3	4	12	0,07
7. Promosi media sosial dengan Instagram	4	4	16	0,09
8. Tempat yang strategis dengan kenyamanan bagi pengunjung di MilaMila Patisserie	3	4	12	0,07
Kelemahan				
1. Pelatihan khusus bagi karyawan belum ada karena hanya sebatas arahan di lapangan	2	4	8	0,05
2. Keterbatasan karyawan dalam kemampuan khusus di lapangan	2	4	8	0,05
3. Promosi hanya dengan media sosial Instagram sehingga belum maksimal	4	4	16	0,09
4. Keterbatasan informasi untuk membuka cabang baru dengan modal yang belum cukup	4	4	16	0,09
5. Belum ada tenaga pemasaran khusus karena masih dilaksanakan oleh pemilik langsung	4	4	16	0,09
Total SP x K			176	1,00
Peluang				
1. Memiliki pelanggan loyal yang sering berkunjung untuk datang ke MilaMila Patisserie	2	4	8	0,05
2. Konsumen tetap membeli produk meskipun harga produk dinaikkan karena kenaikan harga bahan baku	3	4	12	0,07

3. Tidak ada kompetitor yang serupa dengan MilaMila Patisserie di daerah Gaperta Ujung	4	4	16	0,09
4. Banyaknya kalangan dengan pendapatan menengah ke bawah yang membeli produk meskipun harganya tinggi	3	4	12	0,07
5. Mudahnya membuat inovasi baru pada produk untuk <i>Bakery</i>	4	4	16	0,09
6. Mudahnya membuat inovasi pada pelayanan untuk <i>Café</i>	4	4	16	0,09
7. Pangsa pasar yang banyak untuk konsumen dengan pendapatan menengah ke atas	4	4	16	0,09
Ancaman				
1. Harga produksi yang naik karena kenaikan harga bahan baku	2	4	8	0,05
2. Target pasar yang hanya sebatas pada pendapatan	2	4	8	0,05
3. Adanya kompetitor khusus <i>Bakery</i> di sekitar MilaMila Patisserie	4	4	16	0,09
4. Adanya kompetitor khusus <i>Café</i> di sekitar MilaMila Patisserie	4	4	16	0,09
5. Kompetitor <i>Bakery</i> yang bersaing dengan mengeluarkan produk baru	4	4	16	0,09
6. Persaingan promosi dengan kompetitor di sekitar MilaMila Patisserie untuk mendapatkan pelanggan	4	4	16	0,09
Total SP x K			176	1,00