

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan berdasarkan BMC

I. IDENTITAS RESPONDEN

Pada bagian ini Bapak/Ibu akan menjawab pertanyaan terkait identitas usaha yang Bapak/Ibu sedang kembangkan

1. Nama Usaha / Produk
Jawab: KYTa
2. Nama Lengkap Pemilik Usaha
Jawab: Dame Maria Manurung, S.Pd
3. Jenis Kelamin
Jawab: Wanita
4. Alamat Lengkap Usaha
Jawab: Jalan Dwikora nomor 29
5. Tahun berapakah usaha Bapak/Ibu didirikan?
Jawab; 2017
6. Apa yang menjadi visi dan misi usaha yang sedang Bapak/Ibu kembangkan?
Jawab: Visi – Menjadi minuman sehat kekinian yang disukai oleh banyak orang
Misi – Memperkenalkan produk KYTa kepada kaum milenial
7. Jika mempunyai banyak jenis produk, produk apa yang menjadi prioritas/utama yang ingin Bapak/Ibu kembangkan?
Jawab: ada 3 varian (temulawak, jahe/jahe sereh dan kunyit) **Prioritas: Red Ginger dengan Gula Aren**
8. Dalam pengembangan produk agar mampu diterima oleh masyarakat luas dibutuhkan legalitas usaha yang diakui. Oleh karena itu, legalitas apa saja yang telah dimiliki oleh usaha Bapak/Ibu?
 - a. NIB (Nomor Induk Berusaha) ✓
 - b. P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga) ✓
 - c. Izin BPOM – on proses tinggal nunggu persetujuan
 - d. Sertifikat halal ✓
 - e. Lainnya (sebutkan)

II. PERTANYAAN BERDASARKAN BMC (Business Model Canvas)

Pada bagian ini Bapak/Ibu akan menjawab pertanyaan sesuai dengan BMC (Business Model Canvas) yang merupakan alat untuk merancang perencanaan bisnis perusahaan berdasarkan proposisi nilai perusahaan, produk, pelanggan, dan keuangan.

A. VALUE PROPOSITION

Value Proposition atau nilai manfaat produk atau layanan merupakan acuan pada pernyataan bisnis atau pemasaran yang digunakan pelaku usaha untuk memberikan alasan atau meringkas alasan mengapa konsumen harus membeli produk atau menggunakan pelayanan jasa.

1. Apakah ide pembuatan produk Bapak/Ibu dilatarbelakangi dengan keinginan memecahkan sebuah masalah yang terjadi di masyarakat?
 - a. Ya ✓
 - b. Tidak
2. Jika YA, masalah apa yang ingin Bapak/Ibu pecahkan?
Jawab: masalah dalam gangguan kesehatan
3. Berdasarkan pertanyaan sebelumnya, solusi apa yang Bapak/Ibu tawarkan atas permasalahan tersebut?
Jawab: Memberikan/menciptakan produk menyesuaikan dengan gangguan penyakit yang dialami
4. Lalu, apakah solusi tersebut diterima masyarakat/konsumen?
Jawab: YA
5. Jika TIDAK, apa yang melatarbelakangi Bapak/Ibu mendirikan usaha tersebut?
Jawab: -
6. Apakah ada produk sejenis/serupa dengan merek dagang lain seperti produk yang Bapak/Ibu tawarkan?
 - a. Ada (Sebutkan nama dan informasi yang anda tau tentang usaha tersebut?)
✓
 - b. Tidak Ada
 - c. Tidak Tahu
7. Jika ada, Sebutkan nama dan informasi yang anda tau tentang usaha tersebut?
Jawab: Cangkir Emas, AMH
8. Menurut bapak ibu, apa keunggulan produk yang ibu tawarkan dibandingkan dengan produk yang sejenis? (bisa dipilih lebih dari satu)
 - a. Produk yang dihasilkan terjamin ke higienisannya ✓
 - b. Produk yang dihasilkan terbuat dari bahan bahan yang berkualitas ✓
 - c. Produk yang dihasilkan dijual dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan produk yang sejenis
 - d. Pemberian garansi atas produk sebagai jaminan atas risiko kerusakan produk ✓
 - e. Memberikan garansi/jaminan keaslian produk ✓
 - f. Memberikan potongan harga untuk setiap pembelian dengan minimal pembelanjaan ✓
 - g. Adanya potongan harga/harga khusus pada waktu tertentu (Mis; Harga khusus spesial Bulan Ramadhan)
 - h. Produk merupakan karya asli daerah kaldera toba yang khas dan tidak dimiliki daerah lain (local pride) ✓
 - i. Produk menggunakan bahan dasar yang diperoleh dari daerah kaldera toba yang khas dan tidak dimiliki daerah lain (local pride) ✓
 - j. Pelanggan dapat meningkatkan status sosialnya melalui pembelian produk (Mis; Orang yang membeli starbucks dianggap memiliki status ekonomi yang tinggi)
 - k. Lainnya, sebutkan – **Menggunakan bahan alami: gula aren dan rempah-rempah**

9. Apa *value* yang didapatkan konsumen dari produk Bapak/Ibu? (*Value* merupakan keuntungan atau kepuasan yang didapatkan konsumen dengan membeli produk Bapak/Ibu)

Jawab: mendapatkan produk yang berkualitas, bermanfaat dan mendapat produk dengan bahan alami

10. Agar produk Bapak/Ibu dapat diterima di masyarakat dan terlihat lebih unggul dibandingkan kompetitor, ada beberapa indikator yang penting dimiliki, diantaranya adalah masa simpan /periode ketahanan produk, *packaging* yang menarik, dan memenuhi standar perizinan untuk produk pangan dan produk kerajinan di Indonesia. Selanjutnya Bapak/Ibu dapat menjawab pertanyaan berkaitan dengan indikator tersebut melalui pertanyaan berikut :

- a. Berapa lama jangka waktu produk Bapak/Ibu dapat bertahan dengan penampilan/presentasi, cita rasa, dan layak untuk digunakan/dikonsumsi?

Jawab: 1thn dari masa produksi

- b. Apakah produk usaha Bapak/Ibu telah menggunakan kemasan disertai dengan logo identitas usaha? - Sebagai alat identifikasi untuk pengembangan produk kedepannya

- Ya (Jika Bapak/Ibu tidak keberatan, boleh tolong dikirimkan foto packaging produk melalui WhatsApp (082274151854) ✓
- Tidak Ada

B. CUSTOMER SEGMENT

Customer Segment dapat dikatakan sebagai praktik membagi basis pelanggan menjadi kelompok-kelompok individu yang serupa dalam cara-cara tertentu, seperti usia, jenis kelamin, minat, dan kebiasaan belanja.

1. Menurut Bapak/ibu, siapakah yang menjadi target konsumen dari produk yang bapak ibu hasilkan?
2. Berapa rentang usia konsumen Bapak/Ibu saat ini?
 - a. <15
 - b. 15-25
 - c. 25-35
 - d. 35-45
 - e. 45-55 ✓
 - f. >55 – **Lansia (target: kaum muda milenial 17 tahun keatas)**
3. Apakah jenis kelamin mayoritas pembeli:
 - a. Wanita ✓
 - b. Pria
4. Darimana mayoritas konsumen yang membeli produk Bapak/Ibu berasal?
 - a. Penduduk Sekitar
 - b. Penduduk Luar Daerah ✓
 - c. Turis
4. Siapa yang menjadi target konsumen Bapak/Ibu?
 - a. Berdasarkan ekonomi/pendapatan:
 - Menengah ke atas ✓
 - Menengah kebawah
 - Tidak mempunyai batasan pendapatan (siapa saja)

- b. Berdasarkan gaya hidup:
 - pelanggan yang loyal terhadap satu brand ✓
 - Pelanggan yang tidak memperlakukan harga ✓
 - Pelanggan yang sensitif terhadap harga
 - Lain-lain (sebutkan) – **orang yang peduli dengan kesehatan**
- c. Berdasarkan umur:
 - Anak - anak
 - Remaja
 - Dewasa ✓
- d. Berdasarkan wilayah tempat tinggal
 - Penduduk sekitar kota tempat tinggal - **jarang**
 - Penduduk Luar Daerah/kota ✓ - **dominan**
 - Turis yang berkunjung ke Kaldera - **sudah ada**

C. CHANNEL

Channel adalah saluran di mana pelanggan dapat melakukan kontak dengan usaha Bapak/Ibu dan menjadi bagian dari proses penjualan (contohnya: promosi - sebagai saluran pengenalan produk yang dijual).

1. Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada pembeli?
 - a. Melalui offline store (penjualan secara langsung/*direct selling*) ✓ – **Ada di Supermarket (Brastagi)**
 - b. Melalui online:
 - 1) Email
 - 2) Whatsapp ✓
 - 3) Instagram ✓ – **sudah ada, saat ini masih belum aktif**
 - 4) Website ✓ – **Situs Google My Business**
 - 5) Marketplace ✓
2. Bagaimana produk dapat dikenal di masyarakat?
Jawab: *word of mouth* (dari orang ke orang)
3. Apakah bapak/ibu sudah memiliki outlet? (outlet merupakan tempat Bapak/Ibu menjual produk)
 - a. Ya
 - b. Tidak ✓
4. Jika “sudah” berapa outlet yang sudah bapak/ibu miliki?
5. Apakah memiliki website usaha?
 - a. Ya ✓ – **Google My Business**
 - b. Tidak

Jika YA, sebutkan website yang dimiliki?
6. Apakah usaha Bapak/ibu sudah memiliki media sosial?
 - a. Ya ✓ – **Belum Aktif, Tidak Terurus**
 - b. Tidak
7. Apakah produk Bapak/Ibu sudah ada dijual di marketplace?
 - a. Ya ✓
 - b. Tidak
8. Jika YA, sebutkan media sosial yang dimiliki? - **@kyta.go.id**
9. Sebutkan marketplace yang dipakai?

- a. Shopee
- b. Tokopedia
- c. Blibli ✓
- d. Marketplace lainnya (sebutkan)

D. CUSTOMER RELATIONSHIP

Customer Relationships adalah bagaimana Bapak/Ibu berinteraksi dengan pelanggan (pada saat sebelum, sedang hingga setelah proses penjualan) - mengenai jenis hubungan yang disukai pelanggan.

1. Bagaimana Bapak/Ibu berinteraksi dengan pelanggan dalam menjalankan usaha?
 - a. Secara offline (Luar Jaringan):
 - 1) Adanya outlet toko ✓
 - 2) Menggunakan pihak ketiga (Reseller, Agen, Retailer, dsb) ✓ –
Distributor, Reseller
 - b. Melalui online (Dalam Jaringan):
 - 1) Marketplace ✓
 - 2) Email
 - 3) Whatsapp ✓
 - 4) Instagram
 - 5) Website ✓
2. Dalam menjaga hubungan yang baik agar pelanggan menjadi loyal, adakah layanan tambahan setelah penjualan?
 - a. Ya
 - b. Tidak ✓ – **belum ada penerapan *customer relation* yang maksimal. Biasa yang dilakukan melebihi/memberi bonus berupa produk pada saat setelah membeli produk**
3. Jika YA, bagaimana bentuk dari layanan setelah penjualan yang Bapak/Ibu berikan?
 - a. Pemberian garansi produk ✓
 - b. Call centre/Customer Care (Menerima keluhan dan masukan dari pelanggan) - **belum ada. Jiika ada keluhan/masukan langsung menghubungi Bu Maria (Owner KYTa)**
 - c. Voucher belanja
 - d. Point/kupon belanja
 - e. Lainnya - **saat ini masih dalam bentuk memberikan produk sebagai souvenir**

E. REVENUE STREAMS

Revenue Streams adalah cara bisnis mengubah Value Proposition atau solusi dari masalah pelanggan menjadi keuntungan finansial. Penting juga untuk memahami penetapan harga bisnis sesuai dan layak dengan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah pelanggan.

1. Berapa total penjualan setiap hari/bulan?
Jawab: omzet sehari bisa mencapai 500rb – 1juta
2. Berapa harga jual produk per unit atau per bungkus nya?
Jawab: 20rb-50rb
3. Bagaimana Ibu/Bapak menentukan harga produk?
4. Darimana sajakah sumber pendapatan Bapak/Ibu?

- a. Hanya melalui penjualan produk secara online maupun offline
- b. Pembelian berulang (*Re-purchase*) ✓
- c. Sistem berlangganan (*subscription*)
- d. Menjual ke retailer (pedagang eceran)
- e. Menjual ke reseller (pedagang yang menjual kembali produk Bapak/Ibu dengan harga lebih mahal) ✓
- f. Menjual ke grosir
- g. Konsinyasi (menitip barang di toko lain) – sistem beli putus ✓ – **brastagi supermarket**
- h. Varian produk lainnya ✓
- i. Sebutkan jika ada selain pilihan diatas

F. KEY RESOURCES

Key Resources berarti sumber daya yang diperlukan usaha Bapak/Ibu. Sumber daya ini adalah apa yang diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha.

1. Berapa jumlah pekerja yang Bapak/Ibu punya untuk saat ini?
 - a. <5 pekerja ✓
 - b. 5-10 pekerja
 - c. 10-15 pekerja
 - d. >15 pekerja
2. Selain dari Bank, dari mana lagi sumber permodalan:
 - a. Keluarga
 - b. Koperasi
 - c. Pinjaman dari orang lain
 - d. Lainnya: **Sumber dari dana pribadi, namun sudah ada juga pinjaman dari Bank**
3. Apakah sudah mempunyai rekening koran? **Sudah ada**
 - a. Apakah sudah pernah meminjam dari bank? Kalau sudah, berapa besar plafon (batas maksimal pinjaman yang diberikan oleh pihak bank) yang pernah ada?
Jawab: **Sudah pernah di Mandiri.**
 - b. Berapa Baki Debet (jumlah uang tunai yang harus dimiliki di setiap rekening nasabah)?
Jawab: **100juta – bayar debit tiap bulan sebesar 3juta**
4. Bagaimana peralatan/perlengkapan yang digunakan untuk produksi?
 - a. Konvensional (tanpa mesin)
 - b. Menggunakan teknologi dan bantuan mesin ✓
5. Apakah ada kesulitan mendapatkan bahan baku?
 - a. Ya
 - b. Tidak (bahan baku apa saja dan darimana?) ✓ – **Rempah2 dari daerah Kaldera Toba**

G. KEY ACTIVITIES

Key Activities dari bisnis/produk adalah tindakan yang dilakukan bisnis untuk mencapai value proposition bagi pelanggan.

1. Berapa lama proses produksi berlangsung?
 - a. 1-2 hari ✓
 - b. 3-5 hari

- c. < 1 minggu
 - d. > 1 minggu
2. Berapa jumlah total produksi dalam:
 - a. satu hari : **50kg**
 - b. satu minggu : **200kg**
 - c. satu bulan :
 - d. satu tahun :
 3. Apakah bapak/ibu mengalami kendala selama masa produksi?
 - a. Ya ✓ – **sebenarnya kendalanya tidak ada, hanya saja pekerja masih sepenuhnya memerlukan kontrol penuh dari Bu Maria dan masih kurang percaya diri jika dilepas dalam proses produksi**
 - b. Tidak
 4. Bagaimana bapak/ibu mengatasi atau menangani kendala yang dihadapi dalam proses produksi tersebut?
Jawab: Terpaksa meliburkan pekerja
 5. Bagaimana proses penyaluran bahan baku hingga sampai ke konsumen? Supply bahan baku ke UMKM
Jawab: diantar secara langsung, ada lapak di MMTTC jadinya berbarengan dengan bahan baku KYTa
 6. Bagaimana distribusi produk dari bisnis Bapak/Ibu dijalankan?
Jawab: Dijemput/diantar langsung dari MMTTC yang berasal dari daerah pemasok. Jika reseller mereka jemput, jika diluar daerah disalurkan melalui pengiriman
 7. Apakah menggunakan layanan antar (Delivery)?
 - a. Ya
 - b. Tidak ✓ **(Pihak ketiga: Jasa Gojek/Grab)**
 8. Jika YA, sebutkan layanan antar yang dipakai
 - a. Pos Indonesia
 - b. JNT
 - c. JNE ✓
 - d. Pengantar dari toko
 - e. Lainnya **(Jasa Gojek/Grab, Lion Parcel)**
 9. Apakah memiliki SOP (*Standard Operating Procedure*)?
 - a. Ya
 - b. Tidak ✓ - **sebenarnya ada, hanya saja TIDAK TERCATAT.**

H. KEY PARTNERS

Key Partnerships adalah daftar perusahaan/pemasok/pihak eksternal lain yang mungkin dibutuhkan untuk mencapai *key activities* dan memberikan value kepada pelanggan.

1. Apakah anda bekerja sama dengan pemasok untuk bahan baku?
 - a. Ya ✓ – **Ada yang pake MoU (Menara oleh-oleh; MoA & MoU dengan Yayasan IT DEL dan ada yang tidak ada - dengan pemasok tidak ada MoU)**
 - b. Tidak
2. Jika iya dari mana pemasok bahan baku berasal?
Jawab: Kaldera Toba

3. Apakah ada bekerja sama dengan organisasi tertentu ataupun organisasi pemerintah?
 - a. Iya ✓
 - b. Tidak
4. Jika iya, sebutkan nama organisasi apa saja?
Jawab: Asosiasi Kaldera Toba, Dinas Koperasi UMKM Sumatera Utara, JW Marriot Hotel dan Dinas Ketahanan Pangan (KETAPANG), UMKM Binaan Bank Mandiri
5. Dan apakah manfaat yang anda rasakan selama bergabung di organisasi tersebut?
Jawab: Mendapatkan koneksi dan memperoleh ilmu untuk berinovasi
6. Untuk kemasan apakah Bapak/Ibu punya pemasok tersendiri?
Jawab: YA
7. Dalam pemasaran produk, apakah usaha Bapak/Ibu memiliki mitra/pendukung untuk melakukan pemasaran produk?
Jawab: Masih belum maksimal karena masih mengandalkan dukungan distributor; reseller

I. COST STRUCTURE

Cost Structure adalah biaya yang mengacu pada jenis dan juga proporsi relatif dari biaya tetap dan variabel yang dikeluarkan secara rutin oleh perusahaan - menggambarkan semua biaya yang muncul sebagai akibat dioperasikannya usaha Bapak/Ibu

1. Apakah memiliki laporan keuangan?
 - a. Ya ✓ – masih berantakan, tidak terlalu rapi (**bulan Mei paling lama sudah ada admin**)
 - b. Tidak
2. Apakah telah melakukan pembukuan?
 - a. Ya ✓ – masih berantakan, tidak terlalu rapi (**bulan Mei paling lama sudah ada admin**)
 - b. Tidak
3. Apakah pernah menghitung harga pokok penjualan?
 - a. Ya ✓
 - b. Tidak
4. Jika "TIDAK", Apakah Bapak/Ibu berkenan memberi informasi terkait HPP berdasarkan pertanyaan berikut:
 - a. Berapa total biaya produksi?
Jawab: Per kilo harganya 150kg; biaya produksi 100rb, memperoleh margin 50%
 - b. Apa bahan baku yang anda digunakan? Sebutkan
Jawab: Komposisi produk
 - c. Berapa biaya untuk setiap bahan baku tersebut?
Jawab: Akan dikirimkan oleh Bu Maria
 - d. Berapakah biaya distribusi yang dikeluarkan untuk mendapatkan bahan baku?
Jawab: 0 (tidak ada biaya kirim) karena bekerjasama dengan petani yang dimana petani memiliki lapak di MMTTC
 - e. Dalam melakukan kegiatan produksi, berapa orang tenaga kerja yang terlibat?
Jawab: 4 orang

- f. Berapa upah yang diberikan untuk setiap 1 orang tenaga kerja?
Jawab: 60-80rb + tanggungan makan + snack; jam kerja 9pagi-5sore terkadang ada lembur. Diakui oleh Bu Maria gaji tersebut belum maksimal
- g. Berapa total persediaan yang tersisa?
Jawab: stock selalu ready dengan kuantitas 50kg
- h. Berapa biaya pemasaran untuk memasarkan produk yang dijual?
- <1 juta ✓ – **0, belum ada biaya pemasaran karena belum ada marketing**
 - >1 juta

Lampiran 2. Kuesioner Uji Produk

Lembar penilaian terhadap produk A dan produk B – Konsumen Baru

Petunjuk penilaian: Responden dapat memperhatikan **rasa, bau/aroma, tekstur, warna dan apakah mudah larut dalam air** dari sampel produk yang diberikan. Berikan penilaian untuk tingkat preferensi parameter produk dengan membubuhi tanda (✓) sesuai dengan pendapat Anda pada isian di bawah dengan **keterangan (Tingkat Kesukaan)** sebagai berikut:

- a. Sangat Suka (5)
- b. Suka (4)
- c. Sedikit Suka (3)
- d. Tidak Suka (2)
- e. Sangat Tidak Suka (1)

		PRODUK A					PRODUK B				
Parameter	Detail	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Rasa	Segar, pedas, agak manis										
Aroma	Khas jahe										
Tekstur	Kristal, halus, ukuran merata										
Warna	Kecoklatan										
Mudah Larut Dalam Air											

B. Price (Harga)

Lembar Penilaian Harga Terhadap Produk A dan Produk B

Informasi harga produk A dan produk B

- **Produk A**

Box (10 sachet): Rp 50.000

- **Produk B**

Box (5 sachet): Rp 7.000

Petunjuk Penilaian: Berikan penilaian Anda mengenai harga produk Minuman Jahe Merah dengan membubuhi tanda (√) sesuai dengan pendapat Anda pada isian di bawah. **Dan beri alasan Anda pada kolom keterangan jika memilih “Tidak Setuju”.**

Keterangan Pilihan:

S: Setuju

TS: Tidak Setuju

Penilaian Harga Produk					
Pertanyaan	Produk A		Produk B		Keterangan
	S	TS	S	TS	
Apakah harga produk sesuai dengan kualitas?					
Apakah harga produk terjangkau bagi setiap kalangan?					
Apakah harga produk bersaing dengan pesaing lainnya?					

Berikan saran (jika ada) terhadap **kriteria dan harga produk**:

Lembar penilaian terhadap produk KYTa

Petunjuk penilaian: Responden dapat memperhatikan **rasa, bau/aroma, tekstur, warna** dan **apakah mudah larut dalam air** dari sampel produk yang diberikan. Berikan penilaian untuk tingkat preferensi parameter produk dengan membubuhi tanda (√) sesuai dengan pendapat Anda pada isian di bawah dengan **keterangan (Tingkat Kesukaan)** sebagai berikut:

- a. Sangat Suka (5)
- b. Suka (4)
- c. Sedikit Suka (3)
- d. Tidak Suka (2)
- e. Sangat Tidak Suka (1)

Produk KYTa						
Parameter	Detail	5	4	3	2	1
Rasa	Segar, pedas; hangat; agar(k) manis					
Bau/Aroma	Khas jahe					
Tekstur	Kristal, halus, ukuran merata					
Warna	Kecoklatan					
Mudah Larut dalam Air						

Berikan saran (jika ada) terhadap **kriteria produk**:

B. Price

Lembar Penilaian Harga Terhadap Produk KYTa

1. Informasi harga produk KYTa

- **Produk KYTa**

Pouch (200gram setara dengan 10 sachet): Rp 40.000

Box (10 sachet - 200 gram): Rp 50.000

Petunjuk Penilaian: Berikan penilaian Anda mengenai harga produk Minuman Jahe Merah dengan membubuhi tanda (√) sesuai dengan pendapat Anda pada isian di bawah. **Dan beri alasan Anda pada kolom keterangan jika memilih “Tidak Setuju”.**

Keterangan Pilihan:

S: Setuju

TS: Tidak Setuju

PRODUK KYTa			
Pertanyaan	Jawaban		Keterangan
	S	TS	
Apakah produk KYTa menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas?			
Apakah produk KYTa menawarkan harga yang terjangkau bagi setiap kalangan?			

Berikan saran (jika ada) terhadap **harga produk**:

Lampiran 3. Pertanyaan berdasarkan *Marketing Mix - 4P*

PERTANYAAN RISET *MARKETING MIX 4P* - KYTa Jahe Merah Medan

**1. Informan Kunci: Pemilik Usaha Minuman Serbuk Jahe Merah (Bu Dame Maria)
 STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)**

a. *Segmenting*

- 1) Bagaimana perusahaan membagi segmen pasar yang merupakan target pemasaran produk KYTa Jahe Merah?

b. *Targeting*

- 1) Apa target pasar yang dipilih untuk memasarkan produk KYTa Jahe Merah?
- 2) Mengapa target pasar tersebut dipilih?
- 3) Apakah ada target pasar lain yang lebih menguntungkan?

c. *Positioning*

- 1) Apa posisi yang ingin diciptakan produk KYTa Jahe Merah di benak konsumen?
- 2) Adakah hambatan dalam menciptakan posisi tersebut?

a. Strategi Pemasaran - *Marketing Mix*

- 1) Strategi apakah yang diterapkan oleh UMKM KYTa agar menjadi unggul dari para pesaing dan menjadi pilihan pelanggan?

Jawab:

- 2) Bagaimana cara agar strategi pemasaran tersebut dapat bertahan?

Jawab:

- 3) Adakah kendala yang dialami dalam penerapan strategi pemasaran tersebut?

Jawab:

- 4) Mengapa strategi tersebut diterapkan dalam pemasaran UMKM KYTa Jahe Merah?

Jawab:

5) Dengan strategi pemasaran yang telah dilakukan selama ini bagaimana hasil dan yang telah diperoleh?

Jawab:

b. Product (Produk)

6) Produk apa saja yang diproduksi UMKM KYTa Jahe Merah?

Jawab:

7) Diantara produk tersebut, produk mana yang menjadi *best seller* dari produk-produk KYTa Jahe Merah?

Jawab:

8) Apa kelebihan dari produk yang Ibu tawarkan?

Jawab:

9) Dari segi kemasan atau packaging, bagaimana UMKM KYTa Jahe Merah memberi kemasan untuk produk-produknya?

Jawab:

10) Menurut Ibu, apakah kemasan atau packaging dari produk Ibu sudah menarik perhatian pelanggan?

Jawab:

c. Price (Harga)

11) Bagaimana strategi penerapan harga yang diterapkan oleh UMKM KYTa?

Jawab:

12) Apakah harga yang ditetapkan dapat berubah-ubah?

Jawab:

13) Apakah harga yang diterapkan saat ini cukup dapat bersaing dengan produk yang serupa dengan KYTa Jahe Merah?

Jawab:

14) Apakah KYTa jahe merah pernah memberikan *Discount* untuk produk-produknya?

Jawab:

15) Jika pernah, *discount* seperti apa yang diberikan kepada konsumen KYTa Jahe Merah?

Jawab:

d. Place (Tempat)

16) Selaku pemilik usaha, apa alasan Ibu memilih tempat konsinyasi saat ini?

Jawab:

17) Apakah tempat dan posisi peletakan dari produk KYTa Jahe Merah di outlet konsinyasi mudah dijangkau dan dijangkau oleh konsumen?

Jawab:

18) Apakah produk KYTa Jahe Merah dapat ditemukan ditempat lain?

Jawab:

e. Promotion (Promosi)

19) Apakah UMKM KYTa Jahe Merah melakukan promosi?

Jawab:

20) Apakah terdapat anggaran untuk melakukan promosi?

Jawab:

21) Promosi seperti apa yang dilakukan UMKM KYTa Jahe Merah?

Jawab:

22) Apakah promosi tersebut membuat penjualan produk UMKM KYTa Jahe Merah semakin meningkat?

Jawab:

f. Permodalan

23) Apakah ada dari pihak luar yang membantu memodali usaha Ibu?

Jawab:

g. Teknologi

24) Apakah naik turunnya bahan baku mempengaruhi harga jual produk Ibu?

Jawab:

25) Apakah Ibu menggunakan teknologi dalam menjalankan usaha?

Jawab:

26) Bentuk teknologi seperti apa yang digunakan dalam usaha Ibu?

Jawab:

k. Kondisi ekonomi

27) Melihat kondisi ekonomi Indonesia sekarang, apakah situasi ekonomi mempengaruhi usaha Ibu?

Jawab:

28) Bagaimana cara Ibu beserta team KYTa Jahe Merah lainnya dalam menghadapi masalah tersebut?

Jawab:

29) Menurut Ibu, apakah keadaan dan perilaku masyarakat sekitar mempengaruhi usaha Ibu? Mengapa?

Jawab:

Lampiran 4. Dokumentasi Produk KYTa, Wawancara dan Uji Pasar



