

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

a. Gambaran umum perusahaan

1. Bagaimana sejarah berdirinya Curly Curry?
2. Bagaimana jam operasional yang diterapkan di Curly Curry?
3. Mengapa anda memilih usaha ini dan diminati?
4. Apakah anda pernah mencoba usaha lain sebelumnya?
5. Bagaimana kondisi Curly Curry saat ini? Apakah ada kendala selama menjalankan usaha?

b. Lingkungan Internal

Manajemen

1. Apakah Curly Curry memiliki target rencana yang akan dicapai?
2. Bagaimana usaha yang sudah anda lakukan untuk mencapai rencana tersebut?
3. Apakah Curly Curry sudah memiliki struktur organisasi?
4. Apakah karyawan yang bekerja selalu menghormati dan melakukan apa yang diperintahkan atasannya?
5. Bagaimana reaksi anda ketika karyawan tidak melakukan pekerjaan sesuai permintaan?
6. Apakah ada syarat khusus bagi para calon karyawan yang akan bekerja di Curly Curry?
7. Bagaimana cara anda menentukan penempatan karyawan yang akan bekerja?
8. Apakah sistem manajemen yang sekarang berjalan sudah sesuai dengan yang di harapkan?
9. Bagaimana cara anda memastikan setiap kinerja yang dilakukan sudah efektif dan efisien?

Pemasaran

1. Bagaimana cara Curly Curry melayani pelanggan?
2. Bagaimana cara yang dilakukan Curly Curry untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan yang selalu berubah-ubah?
3. Promosi apa yang sudah dijalankan Curly Curry?
4. Media apa saja yang digunakan untuk promosi?
5. Apakah promosi tersebut berjalan sesuai dengan yang diharapkan?
6. Apakah penjualan dan pengiriman produk hanya di sekitaran kampus saja?
7. Bagaimana upaya Curly Curry untuk mengembangkan produk agar dapat bertahan dan memenuhi selera konsumen tersebut?
8. Bagaimana penetapan harga produk yang diterapkan Curly Curry?
9. Apakah Curly Curry pernah mengikuti kegiatan market yang sering dilakukan di Surabaya?

Keuangan

1. Darimana sumber modal yang didapatkan saat memulai usaha?
2. Bagaimana pengelolaan keuangan pada Curly Curry?
3. Bagaimana cara anda menyusun pembukuan keuangan tersebut?
4. Apakah seluruh pembukuan keuangan dikerjakan sendiri atau ada orang lain yang mengerjakan?
5. Bagaimana anda melakukan pengawasan terhadap keuangan depot Curly Curry?
6. Bagaimana cara anda melakukan pengendalian keuangan pada depot anda?
7. Bagaimana pertumbuhan keuangan depot dari awal sampai sekarang?
8. Biaya apa saja yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha ini setiap bulannya? Berapa kira-kira biaya tersebut?

Produksi dan Operasional

1. Apakah ada hambatan yang dialami Curly Curry mengenai kapasitas produksi?
2. Bagaimana anda mengatasi hambatan tersebut?
3. Bagaimana anda membuat keputusan dalam bidang produksi dan operasi mengenai apa yang dipesan, berapa banyak yang dipesan, dan kapan akan dipesan?
4. Menu makanan apa yang paling banyak dipesan oleh para konsumen?
5. Menurut anda apa yang membuat konsumen memesan menu makanan tersebut?
6. Menu minuman apa yang paling banyak dipesan oleh konsumen?
7. Menurut anda apa yang membuat konsumen memesan menu minuman tersebut?
8. Kapan permintaan produk yang diminta konsumen mengalami peningkatan?
9. Apakah jumlah tenaga kerja anda di bagian produksi atau operasi sudah cukup dalam menjalankan usaha?
10. Apakah pernah mengalami kendala dalam sumber daya manusia untuk memenuhi permintaan produk dari para konsumen?
11. Jika pernah, bagaimana cara anda mengatasi kendala tersebut?
12. Standar apa yang diterapkan bagi para tenaga kerja dalam melaksanakan produksi?

Penelitian dan Pengembangan

1. Menurut anda apa kekurangan dari produk dan jasa di depot Curly Curry? Bagaimana cara anda mengatasinya selama ini?
2. Apakah konsumen pernah memberikan masukan atau saran untuk produk atau jasa di depot Curly Curry?
3. Bagaimana anda menanggapi masukan tersebut?
4. Apakah Curly Curry berencana untuk melakukan inovasi di bagian produk dan jasa?
5. Inovasi seperti apa yang akan dilakukan?

Sistem informasi manajemen

1. Apakah depot Curly Curry sudah menggunakan sistem informasi dalam menunjang kegiatan usaha? Apa saja sistem informasi tersebut?
2. Bagaimana sistem informasi tersebut bekerja?
3. Bagaimana soal harganya? Apakah ada perbedaan?
4. Apakah pelanggan merasa puas dan nyaman untuk menggunakan sistem informasi tersebut?
5. Apakah dengan menggunakan sistem informasi transaksi menjadi lebih cepat?
6. Apakah ada kendala dalam menggunakan system informasi tersebut?
7. Bagaimana anda mengatasi kendala tersebut?
8. Apakah sistem informasi manajemen pada depot Curly Curry sudah mendukung proses berkembangnya bisnis?
9. Apakah sistem informasi manajemen dapat memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan?

c. Lingkungan Eksternal

Persaingan antar perusahaan bersaing

1. Berapa jumlah pesaing saat ini?
2. Apakah jumlah pesaing tersebut selalu bertambah?
3. Bagaimana dampak dari adanya pesaing? Terutama dari segi permintaan produk dari konsumen?
4. Bagaimana usaha anda untuk mengatasi dampak yang terjadi?
5. Ukuran seperti apa yang dilakukan saat memperhitungkan potongan harga untuk konsumen?
6. Menurut anda apa saja yang menjadi hambatan ketika anda akan menutup usaha ini?

Potensi masuknya pesaing baru

1. Menurut anda apa saja yang dibutuhkan untuk masuk ke usaha ini?
2. Berapa modal yang dibutuhkan untuk memulai usaha seperti ini?
3. Apakah lokasi menjadi hal yang penting dalam memulai usaha ini?
4. Apakah lokasi usaha anda sudah strategis?
5. Berapa jumlah pendatang baru dalam industri ini?
6. Bagaimana dampak dari adanya pendatang baru?
7. Bagaimana cara mengatasi ancaman pendatang baru?
8. Apakah akan ada hambatan dalam akses atau saluran distribusi bila pesaing baru bermunculan?
9. Menurut anda apa kesulitan ketika akan membuka usaha seperti Curly Curry?

Potensi pengembangan produk substitusi

1. Apakah ada produk substitusi dari produk yang dijual Curly Curry? Jika ada, seperti apa?
2. Bagaimana dampak harga dari produk substitusi yang menurun pada penjualan produk anda?
3. Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas produk substitusi?

Kekuatan posisi tawar pemasok

1. Berapakah jumlah pemasok yang anda miliki sampai saat ini?
2. Bagaimana hubungan Curly Curry dengan para pemasok?
3. Apakah banyak pemasok yang menawarkan produknya kepada Curly Curry?
4. Apakah ada kesulitan dalam memilih pemasok? Bagaimana cara Curly Curry untuk mengatasi kesulitan tersebut?
5. Apakah anda pernah membandingkan harga dari satu pemasok ke pemasok lainnya?
6. Bagaimana harga bahan yang ditawarkan oleh pemasok yang sekarang ini?
7. Bagaimana cara anda untuk memperoleh produk terbaik dan termurah dari pemasok?
8. Biasanya seperti apa penawaran yang diberikan oleh pemasok agar barangnya cepat terjual?
9. Bagaimana cara anda mengatasi kelangkaan beberapa bahan bila bahan tersebut sangat dibutuhkan?

Kekuatan daya tawar konsumen

1. Siapa sajakah konsumen dari depot Curly Curry?
2. Apakah anda memberikan pelayanan khusus untuk menjaga loyalitas konsumen?
3. Bagaimana cara anda menjaga loyalitas konsumen tersebut?
4. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas produk anda?
5. Apakah menurut konsumen produk Curly Curry sudah sesuai dengan harga yang ditawarkan?
6. Apakah konsumen pernah mengkomplain tentang produk makanan yang dijual?
7. Apakah depot Curly Curry memiliki produk yang berbeda dari depot yang lain?
8. Sejauh ini berapa banyak porsi makanan yang bisa dibeli konsumen?
9. Apakah selama ini konsumen mudah beralih ke depot lain?
10. Bagaimana daya tawar yang dilakukan para konsumen?

d. Wawancara konsumen

1. Jika anda ingin membeli sebuah produk atau makanan aspek apa saja yang anda lihat? Harga, rasa, atau yang lainnya?
2. Selain membeli produk di Curly Curry, dimana biasanya anda membeli makanan?
3. Seberapa sering anda membeli makanan di depot Curly Curry?
4. Bagaimana kecepatan pelayanan yang diberikan depot Curly Curry?
5. Menurut anda apakah harga makanan yang diberikan depot Curly Curry sudah sesuai?
6. Apakah anda pernah melihat promosi yang dibuat oleh depot Curly Curry?
7. Apa yang anda sukai dari produk atau pelayanan yang di berikan oleh depot Curly Curry?
8. Apakah anda merasa puas dengan produk atau pelayanan tersebut?

9. Apakah anda akan kembali membeli makanan dari depot Curly Curry di masa mendatang?
10. Jika ada produk baru yang sejenis dengan produk depot Curly Curry, apakah anda akan tetap membeli produk tersebut di depot Curly Curry?
11. Menurut anda apakah lokasi yang digunakan depot Curly Curry saat ini sudah strategis?
12. Menurut anda apakah tempat yang digunakan Curly Curry ini sudah bersih, rapi, dan nyaman untuk dikunjungi?
13. Bagaimana pendapat anda tentang kondisi tempat yang digunakan depot Curly Curry saat ini? Apakah ada yang perlu ditambahkan?
14. Apakah anda akan menyarankan depot Curly Curry kepada teman-teman anda?
15. Apakah ada memiliki saran untuk depot Curly Curry?

Wawancara informan 1

Nama : Hendra Leo
Jabatan : Pemilik depot Curly Curry
Tempat wawancara : Depot Curly Curry
Waktu wawancara : Sabtu, 8 Desember 2018 pukul 21.30
Peneliti – P Informan – I

P: Selamat malam ko

I: Malam

P: ehh, jadi ini mau minta waktu sebentar ko buat wawancara boleh?

I: iya boleh

P: ehh ini aku rekam juga yaa untuk nanti..

I: ohh iya bisa bisa

Gambaran umum perusahaan

P: Jadi yang pertama aku mau nanya nih ko, gimana sejarah berdirinya Curly Curry nih ko?

I: ehm, awal-awal sih kita cuman usaha leker pake rombongan gitu, terus liat di sebelah tempat kita nih ada kosong disewakan, terus harganya lumayan, saya liat ada peluang buka bisnis makanan, ya saya coba jualan nasi.

P: ehmm, terus untuk waktu bukanya hari apa aja yaa ko yaa?

I: Kita buka sih senin sampai sabtu

P: Jamnya?

I: Jamnya kita mulai jam sepuluh pagi sampai jam sembilan malam last order

P: Last order ya, terus dari sekian banyak bisnis kok milihnya buka depot sih ko?

I: Ya kita sih namanya di daerah kampus ya kita liat pasti kan semua orang kan butuh makan nah jadi kita coba usahanya buka

P: ehm, sebelum buka depot pernah bisnis apa lagi ko?

I: gak ada sih kang, paling ya itu leker tadi di sebelah

P: terus kondisi Curly Curry yang sekarang gimana sih ko? Selama ini ada kendala gak?

I: kendala yaa, kendala sih karena tempatnya sih sempit ya, terus karyawan juga masih kurang, sama AC nya masih kurang juga

Lingkungan Internal

Manajemen

P: oke, kemudian mau nanya nih ko, Curly Curry nih ada target rencana yang mau dicapai gak ko?

I: target sih pasti ada lah

P: ada ya, apa itu ko?

I: pengennya sih kita kembangkan buka cabang baru

P: buka cabang baru.. Usaha yang udah dilakukan buat buka cabang baru itu apa ko?

I: ya kita masih nyari-nyari lokasi yang pas, bagus dimana gitu

P: ehmm, emang rencana ada buka cabang dimana ko? mau buka dimana?

I: mungkin ya sekitar dekat kampus juga lah, sama kayak begini gitu

P: ubaya gitu ko ya?

I: iyaa ubaya bisa juga

P: terus struktur organisasinya ada gak ko Curly Curry?

I: struktur organisasi belum ada sih, kita kan masih kecil-kecilan lah depot aja

P: terus kalo karyawan disini nurut semua gak sih ko, kalo misalnya koko nyuruh apa-apa gitu?

I: sejauh ini sih masih oke sih, masih ya bisa diomongin

P: terus kalo misalnya karyawan gak ngelakuin sesuai yang diminta gimana ko?

I: paling kita tegur aja, kita kasih tau, kasih contoh biar kedepannya gak begitu

P: oke, terus misalnya karyawan yang mau masuk kerja disini ada syarat khususnya gak?

I: kalo saya sih.. yang pasti yang agak muda, harus bersih, yang pasti bisa masak, disiplin waktu juga, bisa sopan sama tamu

P: kalo penentuan penempatannya gimana ko?

I: ehh itu tergantung kemampuannya dia sih

P: tergantung kemampuannya dia yah, kemudian sistem manajemen yang sekarang gimana ko? Udah sesuai sama yang diharapkan?

I: sudah sih

P: sudah ya?

I: he em

P: kalo cara untuk memastikan kinerja yang dilakukan sudah efektif atau efisien gimana caranya ko?

I: biasa sih saya berusaha meluangkan waktu tiap hari untuk kesini biar bisa kontrol langsung

P: bisa control langsung ko ya

I: he eh bisa liat

Pemasaran

P: kemudian untuk pemasaran nih ko

I: he em

P: cara Curly Curry melayani pelanggan seperti apa ko? kalo pas datang gitu pelanggannya

I: kalo ada tamu datang biasanya sih mereka duduk, terus kita kasih menu, mereka order, baru kita masukin ke dapur biar diproses

P: ehm, terus kan gini ko, ehh kebutuhan dan keinginan pelanggan tuh kan biasanya berubah-ubah dengan menu-menu baru gitu kan, gimana cara Curly Curry mengatasinya?

I: kita liat kalo memang sudah, orang sudah bosan dengan menu ini kita coba nambah menu baru buat lain lagi

P: kayak es kepal milo tuh ko ya?

I: iyaa, he eh pernah tuh saya buat es kepal milo, sama sekarang juga ada ayam geprek sama sambel matah juga

P: ohh, terus kalo promosi selama ini ada ko?

I: promosi belum ada sih, paling potongan harga ya kalo misal mau pengambilan banyak

P: pengambilan banyak untuk acara gitu ko ya?

I: iyaa

P: terus kalo pas ada menu baru gitu ko nyebarnya pake media apa?

I: kita biasa broadcast di WhatsApp, terus ada pasang banner di depan, ada bagi brosur juga

P: kalo broadcast WA gimana ko? Ada grupnya gitu bukan?

I: enggak sih, kita biasa update status kan orang-orang udah simpen nomor kita kan ngeliat gitu

P: kalo instagram gak punya ko?

I: instagram gak punya, soalnya kita gak ada yang megang ya, gak ada yang handle buat adminnya

P: ehm, takut untuk gak update nanti ko ya? sia-sia juga nanti yaa

I: iya betul he eh, malah terbengkalai nanti

P: terus untuk penjualan sama pengiriman cuman di sekitar kampus aja ko?

I: kalo delivery iya kita cuman sekitar kampus aja, tapi kalo untuk luarann sih banyak yang pake gojek

P: sama grab juga ya?

I: iya grab

P: terus upaya Curly Curry untuk mengembangkan produk dan memenuhi selera konsumen apa ko?

I: kita biasa sihh trial-trial buat menu baru, terus kita juga menjaga kualitas rasa, porsi, karena porsi kita sih saya rasa cukup lah

P: terus untuk cara penetapan harganya gimana ko?

I: kalo awal sih saya ngitung berdasarkan harga sih, harga bahan baku, harga bahan pendukung, dan lain-lainnya

P: ehm, terus Curly Curry sudah pernah ikut market gak sih ko? yang sering ada di Surabaya kan?

I: belum pernah

P: belum pernah ya?

I: paling yang leker sih sering

P: leker sering yah?

I: he eh

P: gak pengen coba ikut ko?

I: rencana kedepannya sih pengen sih, cuman belum ada waktu sih ini

P: ohh iya, karyawannya juga kurang ya ko kayaknya?

I: iyaa

Keuangan

P: dulu waktu awal buka depot sumber modalnya dari mana aja ko?

I: modal sih dari tabungan aja sih

P: tabungan pribadi ya?

I: he em

P: terus kalo cara untuk pengelolaan uang di Curly Curry itu gimana?

I: biasanya kita cuman pembukuan yang simple-simple aja lah, pemasukan pengeluaran gitu aja

P: terus semua pembukuan dikerjain sendiri atau ada yang ngerjain?

I: iya kadang kalo saya sempat saya kerjakan sendiri semua, kalo gak ada adik-adik yang bantu

P: oh ada adik-adik yaa, terus cara ngawasin keuangan di depot gimana ko?

I: kita di depot sih ada nomor nota lah, jadi ya saya tiap malam totalan ya sesuai nota kita cocokin semua, bener gak ini, notanya ada yang ilang gak

P: ohh iya, terus untuk mengendalikan uangnya bagaimana nih ko?

I: ngendalikan keuangan ya, paling kita berusaha menekan biaya yang paling besar aja sih

P: ehm, biar anu gitu ya, biar lebih hemat untuk pengeluaran bahan-bahan dan lain-lain

I: iya betul

P: terus untuk pertumbuhan keuangan depot dari awal sampai sekarang gimana ko? gak ada masalah?

I: gak ada masalah, bagus sih

P: terus untuk bulanan itu pengeluaran biasanya apa aja ko?

I: tiap bulan sih yang pasti gaji karyawan, kita beli listrik, internet, bayar air, bayar iuran, parkir, dan beli-beli bahan lainnya lah

P: habis berapa ko kira-kira sebulan?

I: kurang lebih yaa delapan jutaan mungkin ya

P: delapan jutaan ya ko ya?

I: iyaa

Produksi dan Operasional

P: terus untuk produksi dan operasional nih ko ya, apakah ada masalah kapasitas produksi di Curly Curry?

I: kalo produksi ada sih, dapurnya sih terlalu kecil yaa jadi kita gak bisa maksimal kerjanya

P: terus cara ngatasinya gimana ko?

I: cara ngatasinya mungkin kita bisa kerjanya lenih efektif misalnya kita satu kali goreng kita banyakin, jadi biar keluar ke customernya gak nunggu

P: terus untuk misalnya nih menentukan apa yang dipesan, terus berapa banyak, dan kapan di pesan seperti apa ko?

I: biasanya kita liat stok dulu, kalo apa yang habis kita nambah, kalo ada yang sisa sedikit kita nambah juga

P: sesuai kebutuhan berarti ko ya?

I: iyaa

P: menu biasanya yang paling banyak dipesan apa ko?

I: biasanya paling banyak dipesen tuh chicken cutlet curry

P: chicken cutlet curry ya, menurut koko kenapa nih banyak yang pesen cutlet curry?

I: karena memang itu favoritnya kita sih, best seller, ya karena dagingnya juga banyak, terus mungkin karena kari belum ada sih di samping-samping sini

P: agak jarang ya ko emang ya

I: iyaa

P: kalo untuk minumannya nih ko? yang paling sering dipesen apa

I: minuman yang pasti es teh lah ya, karena murah, orang Indonesia pasti minum es teh lah

P: hahaha ohh iya iya, terus biasanya peningkatan pesanan terjadi pada saat apa ko?

I: ehh kalo rame sih pas mahasiswa baru itu rame, numpuk banget

P: ohh minggu-minggu wgg itu yaa

I: iya pas wgg itu

P: terus kalo pas rame gitu karyawannya cukup gak ko?

I: karyawan itu kalo udah rame pasti gak cukup, pasti kewalahan

P: ehm, terus cara ngatasinya gimana ko?

I: cara ngatasin sih biasanya kalo pas wgg kita nambahin mbak lagi kayak mbak di rumah saya suruh bantu di depot dulu selama wgg

P: ohh gitu yaa ko ya, terus untuk dalam produksi makanan ada standar tertentu gak untuk karyawannya?

I: kalo standart sudah pasti kita harus masaknyanya yang hemat yang bersih ya

Penelitian dan Pengembangan

P: kemudian untuk penelitian dan pengembangan nih, menurut koko kekurangan dari produk atau jasa di Curly Curry apa ko?

I: kalo itu mungkin pas delivery ya, pas delivery kalo pas saat yang makan di tempat rame kita jadi agak telat ngirimnya ke customer pas delivery, makanya kita kasitau agak ngantri ya gitu, mau nunggu gak gitu

P: oh gitu ya ko ya, terus untuk selama ini pernah ada pelanggan yang memberi masukan atau saran gak ko buat produk atau jasa Curly Curry?

I: pasti ada, kita pasti tetap terima kritik dan saran, paling banyak sih ya selalu lah bilang bumbu karinya tolong di banyakin ya mbak hahaha

P: minta request-request gitu pas pesen yaa

I: iyaa he em

P: lalu tanggapannya gimana ko?

I: tanggapannya kita pasti harus melayani customer dengan baik yah, kita pasti tetap tambahin bumbunya mau berapa pun kita tambahin free of charge

P: terus untuk rencana melakukan inovasi ada gak ko untuk produk dan jasa?

I: ehm, pasti ada ya, kita terus berusaha menambah menu-menu yang lain lagi jadi biar rang lebih banyak pilihan lah

P: terus untuk jasanya ko?

I: kalo jasa sih mungkin kita kedepannya kita pengem buat rice bowl jadi yang express, jadi orang gak usah nunggu lagi jadi..

P: praktis juga ko yaa

I: iyaa, mau di bawa langsung ke kampus bisa

Sistem Informasi Manajemen

P: terus untuk sistem informasi nih ko, apakah depot Curly Curry sudah menggunakan sistem informasi?

I: kita sih selama ini ada pake ovo, ada pake gopay, go food, sama grab food sih

P: terus itu cara kerjanya gimana ko?

I: kalo ovo kita ada dikasih mesin edc sihsama ovonya, gopay langsung scan barcode, kalo go food sama grab food pake aplikasi ya

P: harganya sama gak ko biasanya?

I: harga sih kalo untuk go food sama grab food lebih mahal karena kan memang dari aplikasinya kena cas ya

P: ohh emang kena cas yah?

I: he eh, terus kalo ovo kita malah dapat cashback 10% untuk kustomer, kalo gopay 20%

P: berarti banyakan yang pake ovo berarti ko?

I: iyaa he em, selama ini banyak sih

P: terus apakah dengan menggunakan sistem informasi tadi tuh transaksi menjadi lebih cepat ko?

I: lebih cepat iya, dan customer juga lebih senang ya karena dapat cashback ya

P: iya, terus selama ini ada kendala gak sih ko dari penggunaan sistem-sistem tadi tuh?

I: selama ini sih belum ada sih

P: belum ada ya?

I: he eh

P: kemudian menurut koko nih, tadi sistem informasi tadi tuh sudah mendukung proses berkembangnya depot curly curry gak?

I: kalo untuk gofood memang bagus yaa, karena dari awal kita ikut gofood kustomernya juga banyak yang dari sana jadi bisa menjangkau sampai luar-luar daerah siwalankerto, terus untuk ovo juga karena kita pasang bannernya ovo cashback 10% orang jadi lebih tertarik gitu

P: ehm, terus apakah sistem informai tadi juga sudah memenuhi kebutuhan yang diperlukan ko?

I: kalo itu pasti ya, karena dengan itu kita transaksinya jadi lebih cepat, kita juga lebih aman ya nggak nerima uang palsu atau uang rusak lah lecek-lecek gitu

Lingkungan Eksternal

Persaingan Antar Perusahaan Bersaing

P: ohh iyaa iyaa, terus kemudian untuk pesaing nih ko, menurut koko nih untuk depot Curly Curry nih pesaingnya siapa aja? Di sekitar-sekitar sini

I: pesaing yah, paling kalo di gang sini saya rasa sih pujasera ya, kalo siang rame sih soalnya kan sana mungkin lebih murah ya

P: harga-harganya yah?

I: iyaa harga makanannya

P: lalu untuk jumlah pesaing dalam jangka waktu yang beberapa bulan atau minggu gitu sering bertambah gak ko?

I: bertambah sih pasti yah, apalagi kan namanya di sekitar kampus semuanya juga pengen buka usaha di sekitar sini yah

P: he em, terus ada dampak gak ko dari segi permintaan konsumen yang dirasakan karena ada pesaing itu?

I: kalo persaingan sih pasti ada, tapi kita kan sudah punya pelanggan tetap jadi kita juga gak bisa maksa lah pelanggan mau kemana, biar mereka yang milih lah

P: terus cara untuk mengatasi masalah persaingan tersebut gimana ko?

I: yaa paling kita tetap jaga kualitas rasanya kita, biar pelanggan setia lah sama kita lah

P: terus untuk potongan harga nih ko, bagaimana Curly Curry memperhitungkannya?

I: potongan harga ya paling kalo kayak dia pesen untuk acara diatas 20 porsi kita potong lah, kita diskon

P: terus kalo misal kira-kira nih ko, kalo misalnya usaha ini di tutup apa aja sih yang menurut koko rugi gitu di koko?

I: kalo itu banyak yang harus di pertimbangkan ya, soalnya kita otomatis sudah pasti kasian sama karyawan lah, gak ada lapangan pekerjaan kan, terus sama sewa tempat kita sudah bayar di muka

P: jadi belum sampe saatnya selesai udah tutup gitu ya?

I: iyaa rugi

Potensi Masuknya Pesaing Baru

P: terus menurut koko nih apa aja sih yang dibutuhin buat masuk ke usaha seperti Curly Curry ini?

I: yang pasti sih modal, terus pengetahuan tentang makanan, sama yaa benar-benar di tekuni lah bisnisnya ini

P: ohh oke, dulu kalo pas awal mulai buka depot ini kira-kira habis berapa ko modalnya?

I: ehmm, mungkin sekitar seratusan lah yaa, seratus jutaan ya

P: tapi itu sudah termasuk sewa tempat dan lai-lain ko ya?

I: iyaa, sewa tempat yang memang nguras banyak ya budgetnya

P: terus menurut koko lokasi itu penting gak sih buat untuk usaha makanan kayak gini?

I: yaa pasti penting lah, lokasi harus strategis

P: untuk Curly Curry sendiri menurut udah strategis gak koko tempatnya?

I: saya rasa sih tempat saya lumayan strategis yah, soalnya tempat saya nih paling depan, jalanannya lalu lalanganya rame, tapi ya itu susah parkirnya

P: terus ko untuk di sekitaran sini ada berapa sih tempat makan yang baru buka?

I: kalo yang baru buka mungkin sebelah kali yah, yang cafe lampu kuning itu ya

P: ohh lampu kuning itu

I: iyaa

P: terus ada dampak gak ko dari bukanya lampu kuning buat curly curry?

I: kalo dampak sih saya rasa gak ada ya, soalnya kita kan jenis makanannya beda

P: lalu cara Curly Curry untuk mengatasi ancaman pendatang baru untu kedepannya gimana ko?

I: ehm, paling ya itu tadi saya bilang, kita harus berusaha jaga kualitas biar pelanggan kita tetap setia lah

P: terus kalo kira-kira pendatang baru berdatangan itu bakalan ada hambatan dalam akses atau saluran distribusi pemasok gitu?

I: ohh dari supplier mestinya gak ada ya, soalnya kan kita punya supplier sendiri, mungkin dia juga punya supplier sendiri

P: oh berarti daerah sini termasuk banyak yaa supliernya ko ya

I: iyaa

P: terus menurutmu nih ko, apa kesulitan dari membuka usaha seperti depot Curly Curry ini ko?

I: paling harus coba-coba buat masakannya dulu, biar waktu orang coba pas buka udah enak, kesulitan lain yaa paling cari lokasi yang bagus

Potensi pengembangan produk substitusi

P: terus Curly Curry punya produk pengganti gak ko?

I: prodak pengganti sih ada sih, paling kalo orang gak mau nasi kita ada indomie, kita ada juga camilan kentang goreng, dadar jagung, sama yang lain-lainnya juga

P: terus dampaknya ke harga bagaimana ko? sama aja gak?

I: kalo dampak sih mungkin ada beberapa gak jadi pesen ya, karena unguin karena karinya habis, atau mungkin ada yang habis gitu

P: terus untuk produk pengganti tersebutmu ko menurutmu kualitasnya itu udah sama aja atau gimana?

I: kualitas sih pasti sama sih, kita selalu mengutamakan kualitas lah nomor satu

Kekuatan Posisi Tawar Pemasok

P: kemudian untuk pemasok, sekarang Curly Curry ada berapa sih pemasoknya?

I: supplier mungkin sekitar 7 kali yah

P: 7 yah?

I: he em

P: terus hubungannya gimana ko dengan depot Curly Curry?

I: bagus-bagus aja sih

P: terus kalo pemasok-pemasok lain masih ada gak yang nawarin produknya ke Curly Curry ko?

I: ada, banyak kok sales yang kadang mampi nawarin ini, nawarin itu

P: terus awalnya ada kesulitan gak ko dalam pemilihan pemasok? Gimana cara ngatasinnya?

I: kita sih sudah pasti pilih yang murah terus berkualitas dan yaa yang ada mereknya lah, kalo yang gak ada mereknya kita gak berani ambil juga lah

P: terus sebelumnya nih pernah membandingkan gak ko harga pemasok yang lain sama pemasok sekarang yang koko pake?

I: pasti dong, kita harus benar-benar compare harga, kita cari mana yang benar-benar paling murah lah, paling bisa fight harganya

P: oke, terus gimana harga bahan yang ditawarkan pemasok saat ini ko?

I: sekarang ya, posisi sekarang sih lagi naik sih, karena mau menjelang natal sama tahun baru ya

P: ohh, lalu ko caranya memperoleh produk terbaik dan termurah dari pemasok bagaimana?

I: kalo daging sih kita sudah pilih-pilih mana pemasok yang kualitasnya bagus, harganya juga yang terbaik, kalo untuk bumbu-bumbu kita cari yang ada merek, yang cocok yang bisa kita pake, kalo ada yang langsung supplier dari pabrik kita langsung dari pabrik biar harganya lebih murah dari pada pasaran

P: terus, biasanya pemasok kasih penawaran apa aja ko ke Curly Curry biar produk mereka kayak terjual?

I: biasanya sih kasih bonus, misalnya pak beli ini dong nanti kita kasih bonus ini di dalam jumlahnya begitu

P: ohh, terus ko kalo terjadi misalnya terjadi kelangkaan beberapa bahan baku gimana cara ngatasinya?

I: paling kita cari ke supplier lain atau memang kalo sampe sudah gak ada ya kita berusaha ganti ke merek lain lah sementara dulu

Kekuatan Posisi Tawar Konsumen

P: ohh gitu, terus untuk konsumen nih ko, konsumennya Curly Curry nih biasanya siapa saja ko?

I: banyak sih mahasiswa, paling kalo agak malem ada karyawan-karyawan yang pulang kerja mampir sini makan

P: terus untuk pelayanan nih ada pelayanan khusus gak ko untuk menjaga loyalitas konsumen?

I: ya kadang kita kalo kayak ada buat makanan lebih kayak pudding atau buah, atau kue kita kasih ke mereka coba-coba, compliment lah

P: oh oke oke, terus cara Curly Curry untuk menjaga loyalitas konsumen gimana ko?

I: yaa paling kita berusaha dekat sama mereka, kita juga yang pasti jaga kualitas makanan agar rasa makanan kita biar tetap bisa terjaga

P: terus ko, bagaimana penilaian pelanggan terhadap produk Curly Curry selama ini?

I: selama ini bagus sih

P: bagus aja yak o ya?

I: he em

P: lalu apakah menurut para konsumen menu di Curly Curry sudah sesuai dengan harga yang di tawarkan?

I: kalo untuk harga harusnya sih masih oke yaa, gak pernah ada yang komplain sih, kita juga sudah pernah naikin harga tapi responnya masih bagus

P: terus kalo untuk menu makanan nih ko? apa pernah ada yang komplain?

I: kalo complain pasti pernah lah

P: komplain gimana ya ko ya?

I: ya itu, kadang kalo kita lagi rame, kita gorengnya terlalu cepet dagingnya kurang mateng, tapi ya mereka complain kita langsung ya gorengkan lagi yang baru

P: ohh, kemudian apakah Curly Curry memiliki produk yang berbeda dari tempat yang lain?

I: produk berbeda pasti berbeda ya menurut saya, saya rasa sekitaran padang pasir ini cuma disini sih yang jual kari

P: terus sejauh ini konsumen paling banyak tuh pesanannya berapa porsi sih ko?

I: waktu itu sih ada yang order sampai 100 porsi ya, buat acara

P: lalu selama ini konsumen ada yang beralih ke depot lain gak ko kira-kira?

I: kalo itu saya kurang tau yaa, tapi selama ini sih kita punya pelanggan tetap sih, tapi kita juga gak mungkin batasin mereka lah untuk hrus makan di depot sini aja, mereka punya hak dong makan di tempat

P: iya sih ko, terus biasanya konsumen itu minta potongan harga pas seperti apa ko?

I: potongan harga paling ya minta bonus-bonus aja lah, kadang-kadang becanda sama mbaknya, mba saya langganan sini loh, masa gak di kasih bonus apa gitu, paling kita nanti ya tambahin apa, pas lagi buat-buat kue kita kasih, kalo untuk potongan harga sih ya itulah paling di atas 20 porsi kita diskon

P: yaudah sih ko segitu aja untuk wawancaranya, terima kasih ya ko waktunya

I: okee, siap

P: thankyou, thankyou

Wawancara informan 2

Nama : Nuri

Jabatan : Karyawan depot Curly Curry

Tempat wawancara : Depot Curly Curry

Waktu wawancara : Kamis, 6 Desember 2018 pukul 21.00

Peneliti – P Informan – I

P: selamat malam mba

I: malam juga ko

P: jadi, saya Adi Atma Yang Adi dari Universitas Kristen Petra mau minta waktu sedikit untuk wawancara bisa mba ya?

I: bisa ko

Lingkungan Internal

Manajemen

P: oke kita mulai aja ya mba ya, yang pertama apakah Curly Curry mempunyai target rencana yang mau dicapai mba?

I: ada

P: target rencananya seperti apa ya mba ya?

I: rencananya kedepan mungkin buka cabang baru ko

P: ohh, lalu usaha yang udah dilakukan Curly Curry supaya bisa buka cabang baru apa aja mba?

I: suatu saya ko hendra udah liat-liat tempat

P: oh ko hendra udah liat-liat tempat, terus Curly Curry tuh ada struktur organisasinya gak mba?

I: struktur organisasi belum ada ko

P: terus karyawan disini tuh nurut semua gak sih sama ko Hendra mba, kalo disuruh apa-apa?

I: ya nurut, namanya kita digaji harus di kerjakan semua

P: lalu mba untuk karyawan yang mau kerja disini apa ada syaratnya?

I: ko hendra maunya minimal yang bisa masak, bersih, sopan, biar pelanggannya betah nantinya ko

P: lalu kalau untuk penempatannya gimana mba?

I: penempatan tergantung yang kosong, tapi saya disini kadang juga rangkap kerjaannya ko

P: rangkap gimana mba ya?

I: ya di dapur bisa, terus karena saya bisa bawa motor kadang disuruh nganter pesanan juga

Pemasaran

P: ohh, biasanya Curly Curry kalo kedatangan pelanggan dilayaninya seperti apa mba ya?

I: ya biasanya saya suruh duduk dulu, setelah itu saya kasih menunya, setelah itu mereka pesan

P: gimana cara Curly Curry mengatasi keinginan pelanggan yang selalu berubah-ubah mba?

I: waktu itu ko hendra ada nambah menu baru ko

P: menu barunya apa aja mba ya?

I: ada ayam geprek, sambel matah, sama dulu ada es kepal milo

P: terus kalo promosinya selama ini kayak apa mba?

I: promosi diskon?

P: iya mbak promosi diskon

I: setau saya belum ada ko

P: terus waktu itu mba pas ada menu baru cara menginfokannya ke pelanggan kayak apa mba ya?

I: kami disuruh bagi brosur sama ko hendra, ada pasang benner juga, banner juga di depan depot ko

P: kalau melalui media sosial seperti instagram atau WA ada nggak mba?

I: wah kalo itu saya kurang tau sih ko

P: kemudian untuk pasar, apakah cuman di daerah dekat kampus aja mba pesan antarnya?

I: iya kalo pesen antar cuman di dekat-dekat sini aja kok ko

P: oke, kalo upaya Curly Curry untuk mengembangkan produk untuk memenuhi selera konsumen apa mba?

I: ko hendra cuman sering ingetin jangan sampai porsi sama rasa berubah, supaya pelanggan gak kabur

P: kemudian cara penetapan harga makanan mba tau gak?

I: kalo itu saya kurang tau, tapi mestinya ngikutin harga bahan kalo naik banyak ya harga naik juga ko

P: kemudian Curly Curry sudah pernah ikut market yang sering di adakan Surabaya gak mba?

I: selama ini belum pernah sih ko

Keuangan

P: kemudian kalo cara pengelolaan uang di Curly Curry seperti apa ya mba?

I: saya biasanya liat ko hendra nulis di buku tulis kalo habis tutup

P: cara penyusunannya gimana mba?

I: saya kurang tau ko

P: terus semua pembukuan dikerjain ko hendra sendiri atau ada yang kerja?

I: ya ko hendra mengerjakan sendiri

P: lalu pertumbuhan keuangan depot dari awal sampai sekarang mba tau gak gimana?

I: kalo itu saya gak tau pasti sih, pelanggan yang datang tiap hari masih gak menentu

P: ohh oke mba, terus setiap bulannya pengeluaran biaya depot apa aja sih?

I: tiap bulan yang pasti gaji kami karyawan, terus yaa listrik, air, sama kalo ada belanja bahan

Produksi dan Operasional

P: kemudian apakah ada masalah untuk jumlah makanan yang bisa di produksi Curly Curry mba?

I: yaa kadang kita kewalahan kalo banyak pesanan, soalnya dapurnya kecil agak susah gerakanya ko

P: terus ngatasinya gimana mba?

I: ya kita tetap siapin semua pesanan, kasi tau juga ke pelanggan untuk menunggu karena lagi rame

P: lalu untuk menentukan apa yang dipesan, berapa banyak yang di pesen, dan kapan di pesan seperti apa mba?

I: itu ko hendra yang biasanya yang mesan-mesan

P: ohh, menu biasanya yang paling banyak dipesan apa mba ya?

I: banyak yang kari biasanya

P: kari ya, kari yang mana mba?

I: yang outlet curry

P: outlet curry ya, menurut kenapa banyak yang pesen outlet curry?

I: karena dagingnya paling besar, tapi harganya sama kayak yang lain

P: kalo minuman apa mba?

I: minuman biasanya es teh manis ko

P: karena?

I: paling murah sama paling umum, dimana-mana ada es teh

P: terus biasanya banyak pesanan pas kapan ya mba?

I: paling rame waktu banyak mahasiswa baru ko

P: terus kalo pas ramai gitu karyawannya cukup gak?

I: kurang sih ko, kalo rame pasti kewalahan

P: lalu bagaimana cara untuk mengatasinya?

I: dulu itu ko hendra bawa mba yang dari rumahnya

P: ohh, untuk produksi makanan ada standar tertentu gak mba dari ko hendra?

I: ko hendra mintanya selalu higienis dan rapi ko

Penelitian dan Pengembangan

P: oke, terus menurut mba kekurangan dari produk atau jasa di Curly Curry apa ya ? sama bagaimana cara mengatasinya?

I: kalo produk udah bagus, jarang yang jual di daerah sini, jasa antarnya yang kurang cepat kalo di depot lagi rame, soalnya ko hendra nyuruh duluin yang di depotnya ko

P: selama ini pernah ada pelanggan yang memberi masukan atau saran gak untuk produk atau jasa Curly Curry mba?

I: dulu pernah ada yang bilang bumbunya karinya kurang ko

P: oh bumbu karinya kurang ya, lalu tanggapannya seperti apa mba?

I: ko hendra bilang di tambahin aja bumbunya ko

P: apakah Curly Curry ada rencana untuk melakukan inovasi di bagian produk dan jasa mba?

I: sutau saya katanya ko hendra mau menambah menu lagi sih

Sistem Informasi Manajemen

P: Apakah depot Curly Curry sudah menggunakan sistem informasi dalam menunjang kegiatan usaha mba?

I: sistem informasi gimana ya?

I: seperti bayar pake ovo, pesanan pakai gopay gitu mba

I: ohh iyaa ada ovo, gojek, sama grab ko

P: itu cara kerjanya seperti apa ya mba?

I: kalo ovo itu setau saya ada alatya, gojek sama grab langsung dari hpnya.

P: harganya sama gak mba?

I: beda, kalo ovo sering ada promonya, ada diskonnya 10%

P: selama ini apakah pelanggan merasa puas dan nyaman menggunakan sistem itu?

I: biasanya banyak aja sih yang pake, kayaknya seneng karena ada diskonnya ko

P: apakah dengan menggunakan sistem tadi proses transaksi menjadi lebih cepat mba?

I: iya lebih cepat, gak usah cari kembali.. kembaliannya lagi

P: ada kendala gak mba selama ini sama sistem informasi tadi?

I: sampai sekarang lancer aja saya litany ko

P: ehmm, terus apakah sistem informasi tadi mendukung proses berkembangnya depot Curly Curry mba?

I: mestinya lumayan mendukung, karena banyak yang pake disini ko

Lingkungan Eksternal

Persaingan Antar Perusahaan Bersaing

P: di sekitar sini siapa aja pesaing dari depot Curly Curry mba?

I: paling dekat sih pujasera

P: apakah jumlah pesaing itu terus bertambah?

I: ya terus bertambah kalo saya liatnya ko

P: dampak yang dirasakan dari adanya pesaing di permintaan konsumen apa mba?

I: kalo dampak persaingan pasti ada sih, soalnya kan selera konsumen beda-beda soal makanan

P: gimana cara untuk mengatasi masalah persaingan tersebut mba?

I: kami selalu berusaha kasih yang terbaik mba buat pelanggan, kualitas dan rasa dijaga juga ko

P: ohh, lalu untuk potongan harga biasanya Curly Curry memperhitungkannya gimana?

I: kalo masalah potongan itu biasa pelanggan ke, ke ko hendra langsung

P: terus kalo misal usahanya di tutup sama ko hendra apa aja hambatan atau hal yang merugikan mba?

I: kalau menurut saya sayang kalo di tutup sekarang, sewanya belum habis dan kasian kami pengangguran nantinya ko

Potensi Masuknya Pesaing Baru

P: terus menurut mba apa aja sih yang dibutuhin buat masuk ke usaha seperti Curly Curry ini mba?

I: menurut saya modal sih yang pasti, sama harus tau tren-tren makanan biar menunya gak itu-itu aja

P: menurut mba lokasi itu penting gak sih untuk usaha makanan kayak gini?

I: penting banget, karena kalau sering di lewatin banyak orang biasanya mereka tertarik nyoba ko

P: untuk Curly Curry sendiri tempatnya sudah strategis gak mba?

I: menurut saya strategis, banyak anak kos yang sering lewat sini sebelum pulang, jadi biasanya makan dulu ko

P: terus mba di sekitaran sini ada berapa ya tempat makan baru buka, yang baru buka?

I: yang paling baru kayaknya cuman lampu kuning ko

P: ada dampaknya gak mba dari bukanya lampu kuning?

I: gak seberapa pengaruh sih keliatannya

P: lalu bagaimana cara Curly Curry untuk mengatasi ancaman pendatang baru untu kedepannya mba?

I: harus tetap kasih yang terbaik ke pelanggan biar mereka betah ko

P: kira-kira kalo pendatang baru berdatangan itu bakalan ada hambatan dalam akses atau saluran distribusi gak mba?

I: pemasok setiap depot mestinya beda-beda, jadi gak bakal terhambat

P: terus menurutmu mba, apa kesulitan dari membuka usaha seperti depot Curly Curry ini ko?

I: susahnya paling harus selalu coba buat menu baru agar pelanggan gak bosan, sama susah cari tempatnya ko

Potensi pengembangan produk substitusi

P: kemudian Curly Curry punya produk pengganti gak mba?

I: produk pengganti apa ya ko?

P: jadi missal ada yang mau mesan menu cutlet curry tapi habis, mba bisa nawarin menu apa lagi yang mirip sama cutlet curry

I: ohh kita juga punya menu ayam geprek sama sambel matah

P: dampaknya ke harga bagaimana mba? Apa harga produk pengganti sama produk sebelumnya sama?

I: gak beda jauh ko, rata-rata harga menu disini sama semua kok

P: bagaimana penilaian mba terhadap kualitas produk pengganti tersebut?

I: sama aja kualitasnya ko

Kekuatan Posisi Tawar Pemasok

P: sekarang Curly Curry punya berapa pemasok ya mba?

I: setau saya ada sekitar 7 ko

P: bagaimana hubungannya Curly Curry dengan pemasok?

I: baik-baik aja, gak ada masalah

P: kalo pemasok lain masih banyak gak yang nawarin produknya ke Curly Curry ?

I: ada, tapi gak banyak, berapa pemasok saja

P: awalnya ada kesulitan gak sih mba dalam pemilihan pemasok? Gimana cara ngatasinnya?

I: gak sulit ko hendra milihnya yang murah dan paling bagus barangnya

P: ko hendra pernah bandingin harga pemasok yang sekarang dengan pemasok-pemasok lainnya gak sih mba?

I: pasti pernah, karena sekarang udah punya pemasok tetap

P: terus bagaimana harga bahan yang ditawarkan pemasok saat ini mba?

I: sekarang lagi naik sih semua harganya bahannya ko

P: lalu mba caranya memperoleh produk terbaik dan temurah dari pemasok bagaimana?

I: kurang tau ya saya, itu ko hendra yang menentukan sih ko

P: biasanya pemasok kasih penawaran apa aja sih ke Curly Curry biar produk mereka terjual mba?

I: paling sering ada bonusnya sih, tapi kalo banyak ambilnya

P: terus kalo terjadi kelangkaan beberapa bahan baku gimana cara ngatasinya?

I: biasanya ko hendra coba hubungi pemasok lainnya ko

Kekuatan Posisi Tawar Konsumen

P: kemudian mba konsumennya Curly Curry biasanya siapa aja ya?

I: biasa yang paling banyak makan disini anak kuliah

P: terus apakah ada pelayanan khusus mba untuk menjaga loyalitas konsumen?

I: itu biasanya ce ayen suka bagi-bagi kue ke beberapa pelanggan ko

P: terus cara Curly Curry untuk menjaga loyalitas konsumen gimana?

I: sama kayak tadi ko, selalu memberikan yang terbaik dan menjaga kualitas

P: lalu bagaimana penilaian pelanggan terhadap produk Curly Curry mba?

I: sampe sekarang oke aja sih ko

P: terus apakah menurut para konsumen menu di Curly Curry sudah sesuai dengan harga yang di tawarkan?

I: kalo harga mestinya udah sesuai, karena di sekitar sini harga makanannya rata-rata sama kok ko

P: kalo menu makanannya mba? apa pernah ada yang komplain?

I: dulu makanan ada yang belum mateng dagingnya

P: terus gimana mba?

I: ya ko hendra langsung minta kita gantikan yang baru ko

P: ohh ok, kemudian apakah Curly Curry memiliki produk yang berbeda dari depot yang lain?

I: iya menu kari jarang yang jual ko

P: terus mba sejauh ini konsumen paling banyak pernah pesannya berapa porsi sih?

I: paling banyak pernah 100 porsi ko

P: 100 porsi ya, lalu selama ini apakah konsumen ada yang beralih ke depot lain?

I: wah kurang merhatiin saya, tapi yang pasti langganan masih sering datang ko

P: ohh, lalu biasanya konsumen minta potongan harga si saat seperti apa sih mbak?

I: rata-rata mintanya pas ambil banyak porsi sih ko

P: ohh ya udah sekian aja mba terima kasih ya atas waktunya mba ya

I: oh sama-sama ko

P: oke makasih mba

Wawancara informan 3

Nama : Vicky Asnawi
Jabatan : konsumen depot Curly Curry
Tempat wawancara : Depot Curly Curry
Waktu wawancara : Kamis, 6 Desember 2018 pukul 20.00

Peneliti – P Informan – I

P: oke, selamat malam vick

I: iya malam

P: eh jadi ini aku minta waktu sebentar ya buat wawancara ya

I: ohh iya boleh

P: sama ini aku rekam juga ya, soalnya nanti untuk jadi lampiran

I: oh iya gak apa-apa

P: oke mulai nih, pertama biasanya kalau mau beli makanan itu, aspek apa aja sih yang diperhatiin? Rasa, harga, atau apanya?

I: kalo aku biasanya lebih mentingin rasa dulu, terus kalo nanti harga yaa yang penting sesuai sama makanannya lah, ya tempatnya juga sih nyaman atau nggaknya sih

P: ohh oke, lalu selain beli makanan di Curly Curry biasanya beli makanan dimana lagi sih?

I: ehmm, biasanya beli di SS juga, terus pinangsia, tahutek sama nasi goreng

P: yang dekat- dekat sini yah?

I: iyaa

P: seberapa sering sih kamu membeli makanan di Curly Curry?

I: gak tentu, kadang bisa seminggu cuman sekali, kadang seminggu juga dua kali, atau gak dateng juga pernah

P: terus kalo menurutmu masalah kecepatan layanan di Curly Curry menurutmu gimana?

I: biasa aja sih, gak cepat, juga gak lambat yaa, standart kayak tempat-tempat lain. Cuman kalo misalnya memang rame ya agak lama sih disini

P: terus kalo harga gimana menurutmu? makanan di Curly Curry sudah sesuai gak sama harganya?

I: kalo harga sama sih kayak tempat-tempat lain, standart

P: ohh, terus untuk promosi nih, kamu pernah liat gak sih Curly Curry melakukan promosi?

I: kalo promosi waktu itu kayaknya cuman brosur aja sih, sama pasang banner di depan depotnya

P: kemudian apa sih yang kamu suka dari produk makanan atau pelayanan di depot Curly Curry ini?

I: kalo produk aku suka yang ada bumbu kari-karinya, terus porsinya juga lumayan banyak juga, kalo layanannya bagus sih, orangnya juga baik sama ramah

P: lalu apakah kamu merasa puas dengan makanan dan layanan tadi?

I: iya udah cukup puas

P: terus kamu kedepannya kira-kira bakalan sering beli makanan di Curly Curry lagi gak?

I: ya selama rasa sama harganya masih sesuai masih enak, ya bakal sering sih, sekarang aja udah sering

P: ohh iya iya, terus nanti kalo misalnya ada depot baru nih yang sejenis dengan Curly Curry, terus menunya mirip juga sama Curly Curry, apakah kamu bakal tetap beli makanan di Curly Curry nih?

I: ehmm itu tergantung juga sih, kalo misalkan di depot yang baru tuh rasanya lebih enak terus harganya lebih murah yaa mungkin aku lebih pilih kesana

P: terus kalo menurutmu lokasi Curly Curry nih sudah strategis gak sih?

I: udah strategis sih, soalnya deket kos, jadi aku kalo misalnya pulang kampus juga pasti lewat sini sebelum balik kadang makan dulu

P: terus tempatnya gimana udah bersih, rapi sama nyaman gak buat dikunjungi?

I: bersih sama rapi sih udah, cuman kalo tempatnya agak kecil sih menurutku, jadi kalo misalkan pas rame tuh kayak numpuk, terus ACnya jadi gak dingin

P: jadi kalo diliat dari kondisi tadi menurutmu apa aja sih yang perlu ditambihin supaya tempatnya jadi lebih nyaman?

I: yaa paling yang tadi itu, tempatnya ya lebih di gedein aja sih, atau nggak ya ACnya ditambah

P: terus kamu sendiri bakalan nyaranin teman-temanmu gak buat beli makanan di Curly Curry?

I: kalo nyaranin langsung ya gak sih kayaknya, cuman kadang kalo misalnya delivery terus ngajak anak-anak yang lain sekalian mau atau gak

P: terus yang terakhir nih, ada saran gak buat depot Curly Curry?

I: kalo saran gak ada sih, tapi ya aku berharap rasa sama harga di depotnya tetap gitu-gitu aja sih gak berubah

P: oke, sekian aja sih wawancaranya, terima kasih ya vick yaa

I: oke

Tabel Traingulasi

Triangulasi Berdasarkan Sumber

No	Topik	Hasil Wawancara	Hasil Analisis	Keterangan
1	Manajemen	Informan 1: Pengelolaan manajemen masih manual belum terdapat struktur organisasi baku Informan 2: depot Curly Curry belum memiliki struktur organisasi baku sehingga karyawan saling diperbantukan	Belum ada struktur organisasi baku	Valid
2	Pemasaran	Informan 1: Pemasaran melalui brosur, banner, <i>whatsapp</i> Informan 2: Informan sering diminta pasang banner, sebar brosur	Pemasaran dilakukan melalui brosur, banner, wa	Valid
3	Keuangan	Informan 1: belum ada pembukuan, hanya catatan pengeluaran dan pemasukan Informan 2: Informan mengetahui pemilik sesekali memasukkan catatan-catatan	Belum melakukan pembukuan yang memadai	Valid
4	Produksi dan Operasional	Informan 1: Ruang sempit, karyawan kurang Informan 2: jam ramai pengunjung terasa sempit dan karyawan kealahan	Ruang produksi terbatas, karyawan kurang	Valid
5	Penelitian dan Pengembangan	Informan 1: inovasi produk baru sering dilakukan Informan 2: Depot Curly Curry sering melakukan mencoba produk baru	Komitmen mencoba produk baru	Valid
6	Sistem Informasi Manajemen	Informan 1: Menggunakan ovo, gopay, dan lainnya Informan 2: menjalin kerja sama dengan ovo, gopay, dan lainnya	Telah menggunakan sistem informasi manajemen	Valid
7	Aspek Persaingan Antar Perusahaan	Informan 1: yakin mampu bersaing Informan 2: yakin menu depot Curly Curry masih tetap diminati dan bersaing	Depot Curly Curry memiliki kemampuan bersaing	Valid
8	Aspek Potensi Masuknya Pesaing Baru	Informan 1: Potensi masuk pesaing baru besar Informan 2: Terdapat potensi masuk pesaing baru	Potensi pesaing baru terbuka	Valid
9	Aspek Potensi Pengembangan Produk substitusi	Informan 1: Menambah variasi produk baru Informan 2: Setiap produk saling bersubstitusi	Terdapat substitusi produk	Valid
10	Aspek Kekuatan Posisi Tawar Pemasok	Informan 1: membuka peluang suplier baru selama kualitas terjaga, harga terbaik Informan 2: banyak suplier baru yang ingin masuk	Kekuatan pemasok lemah	Valid
11	Aspek Kekuatan Posisi Tawar Konsumen	Informan 1: Pengunjung adalah pihak yang harus dilayani Informan 2: terdapat upaya mempertahankan pelanggan seperti membagi-bagikan kue	Kekuatan konsumen kuat	Valid

Sumber: Analisis wawancara

Triangulasi Informan 3

No	Pertanyaan	Jawaban Informan 3	Hasil Pengamatan Perilaku	Keterangan
1	oke mulai nih, pertama biasanya kalau mau beli makanan itu, aspek apa aja sih yang diperhatiin? Rasa, harga, atau apanya?	kalo aku biasanya lebih mentingin rasa dulu, terus kalo nanti harga yaa yang penting sesuai sama makanannya lah, ya tempatnya juga sih nyaman atau nggaknya sih	Pengamatan: pelanggan selektif dalam kesehariannya untuk menu makanan	Valid
2	ohh oke, lalu selain beli makanan di Curly Curry biasanya beli makanan dimana lagi sih?	ehmm, biasanya beli di SS juga, terus pinangsia, tahutek sama nasi goreng	Pengamatan: informan berpindah-pindah pembelian	Valid
3	seberapa sering sih kamu membeli makanan di Curly Curry?	gak tentu, kadang bisa seminggu cuman sekali, kadang seminggu juga dua kali, atau gak dateng juga pernah	Pengamatan: informan berpindah-pindah pembelian	Valid
4	terus kalo menurutmu masalah kecepatan layanan di Curly Curry menurutmu gimana?	biasa aja sih, gak cepet, juga gak lambat yaa, standart kayak tempat-tempat lain. Cuman kalo misalnya memang rame ya agak lama sih disini	Pengamatan: rata-rata standar sama antar depot di sekitar Siwalankerto	Valid
5	terus kalo harga gimana menurutmu? makanan di Curly Curry sudah sesuai gak sama harganya?	kalo harga sama sih kayak tempat-tempat lain, standart	Pengamatan: perbedaan harga hanya variasi saja	Valid
6	ohh, terus untuk promosi nih, kamu pernah liat gak sih Curly Curry melakukan promosi?	kalo promosi waktu itu kayaknya cuman brosur aja sih, sama pasang banner di depan depotnya	Pengamatan: promosi depot Curly Curry melalui brosur, banner serta whatsapp	Valid
7	kemudian apa sih yang kamu suka dari produk makanan atau pelayanan di depot Curly Curry ini?	kalo produk aku suka yang ada bumbu kari-karinya, terus porsinya juga lumayan banyak juga, kalo layanannya bagus sih, orangnya juga baik sama ramah	Pengamatan: kari merupakan menu tama depot Curly Curry	Valid
8	terus kamu kedepannya kira-kira bakalan sering beli makanan di Curly Curry lagi gak?	ya selama rasa sama harganya masih sesuai masih enak, ya bakal sering sih, sekarang aja udah sering	Pengamatan: informan selektif terhadap depot	Valid
9	ohh iya iya, terus nanti kalo misalnya ada depot baru nih yang sejenis dengan Curly Curry, terus menunya mirip juga sama Curly Curry, apakah kamu bakal tetap beli makanan di Curly Curry nih?	ehmm itu tergantung juga sih, kalo misalkan di depot yang baru tuh rasanya lebih enak terus harganya lebih murah yaa mungkin aku lebih pilih kesana	Pengamatan: informan selektif terhadap depot	Valid
10	terus kalo menurutmu lokasi	udah strategis sih, soalnya deket kos,	Pengamatan:	Valid

	Curly Curry nih sudah strategis gak sih?	jadi aku kalo misalnya pulang kampus juga pasti lewat sini sebelum balik kadang makan dulu	lokasi depot Curly Curry memang strategis	
11	terus tempatnya gimana udah bersih, rapi sama nyaman gak buat dikunjungi?	bersih sama rapi sih udah, cuman kalo tempatnya agak kecil sih menurutku, jadi kalo misalkan pas rame tuh kayak numpuk, terus ACnya jadi gak dingin	Pengamatan: ruang depot sempit	Valid
12	jadi kalo diliat dari kondisi tadi menurutmu apa aja sih yang perlu ditambahin supaya tempatnya jadi lebih nyaman?	yaa paling yang tadi itu, tempatnya ya lebih di gedein aja sih, atau nggak ya ACnya ditambah	Pengamatan: ruang sempit memang jadi masalah	Valid

Sumber: Informan 3

Surat Bukti Kunjungan

SURAT BUKTI KUNJUNGAN

Dengan surat ini, kami menyampaikan bahwa pihak yang tertulis di bawah ini:

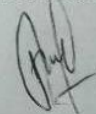
Nama : Adi Atma Yang Adi
NRP : 31414181
Jurusan : Manajemen Bisnis
Universitas : Universitas Kristen Petra

Telah melakukan kunjungan ke Depot Curly Curry untuk keperluan Tugas Akhir / Skripsi

Pada hari dan tanggal sebagai berikut:

- Hari / Tanggal: Kamis, 6 Desember 2018
- Hari / Tanggal: Sabtu, 8 Desember 2018

Surabaya, 18 Desember 2018



Hendra Leo

Dokumentasi



Wawancara Dengan Informan 1 (Pemilik Depot Curly Curry) Hendra Leo



Wawancara dengan Informan 2 (Karyawan Depot Curly Curry) Nuri



Wawancara dengan Informan 3 (Konsumen Depot Curry) Vicky Asnawi



Dapur Depot Curry



Dapur Depot Curly Curry



Ruangan Depot Curly Curry