

Lampiran 1 Panduan Wawancara

Susunan Pertanyaan Wawancara

Faktor Internal

Aspek sumber daya manusia

1. Bagaimana cara bapak/ibu memenuhi ketersediaan sumber daya manusia di perusahaan ini?
2. Bagaimana cara bapak/ibu dalam memberikan *training* karyawan agar dapat berkompeten di bidangnya?
3. Apa saja kriteria yang perusahaan tetapkan bagi sumber daya manusia yang ingin menjadi bagian dari perusahaan?
4. Bagaimana kelebihan dan kekurangan dari sumber daya manusia pada Asana Kopi?

Aspek pemasaran

5. Apakah keistimewaan produk dari Asana Kopi dibandingkan dengan produk pesaing?
6. Nilai tambah apa saja yang diperoleh oleh konsumen dari penggunaan produk Asana Kopi?
7. Bagaimana strategi marketing dari perusahaan untuk dapat mencapai target?
8. Bagaimana harga produk Asana Kopi dibandingkan harga dari produk pesaing?
9. Apakah kelebihan dan kekurangan aspek pemasaran dari perusahaan ini?

Aspek produksi

10. Bagaimana Asana Kopi menghasilkan produk? (mohon dijelaskan prosesnya secara detail)
11. Bagaimana strategi perusahaan dalam memproduksi produk secara efisien dan efektif?

12. Bagaimana cara perusahaan mengukur kepuasan konsumen terhadap kualitas produk?
13. Bagaimana cara Asana Kopi menjaga kualitas produk dalam proses produksi?
14. Apakah kelebihan dan kekurangan aspek produksi dari perusahaan ini?

Aspek keuangan

15. Bagaimana biaya produksi untuk tiap produk yang diproduksi Asana Kopi? (mohon dijelaskan perhitungannya)
16. Apakah Asana Kopi memiliki investor?
17. Apakah pernah terjadi kesalahan dalam masalah pengelolaan keuangan pada Asana Kopi? Jika pernah, bagaimana solusinya?
18. Apakah kelebihan dan kekurangan aspek keuangan dari perusahaan ini?

Faktor Eksternal

Ancaman produk substitusi

19. Apakah ada produk pengganti dari produk Asana Kopi di perusahaan lain, contohnya seperti susu?
20. Bagaimana menghadapi munculnya produk pengganti diluar perusahaan?

Ancaman dan analisis pesaing

21. Menurut bapak/ibu bagaimana strategi agar dapat lebih unggul dibandingkan pesaing-pesaing yang jumlahnya sangat banyak?
22. Bagaimana Asana Kopi menghadapi hambatan-hambatan dalam memasarkan produk keluar?
23. Apa saja strategi Asana Kopi untuk menguasai pangsa pasar?
24. Apa saja kekurangan dalam Asana Kopi yang perlu diperbaiki untuk kedepannya?

Ancaman pendatang baru

25. Bagaimana respon perusahaan jika muncul pendatang baru yang memiliki produk ataupun ide yang baru?
26. Apa saja keunggulan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis?

Daya tawar pemasok

27. Apa saja kelebihan dan kelemahan dari pemasok Asana Kopi?
28. Bagaimana hubungan Asana Kopi dengan pemasok?

Daya tawar konsumen

29. Produk Asana Kopi apa yang paling diminati konsumen?
30. Bagaimana respon konsumen terhadap harga dan kualitas produk Asana Kopi?

Analisis pesaing

31. Apa saja strategi Asana Kopi untuk menguasai pangsa pasar?
32. Apa saja kekurangan dalam Asana Kopi yang perlu diperbaiki untuk kedepannya?

LAMPIRAN 2 TRIANGULASI

No	Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jawaban Fino	Jawaban Indra	Jawaban Edo	Jawaban Haryo Nugroho	Jawaban Michelle Wifalin	Validitas
1.	Aspek Internal	Sumber daya manusia	Ketersediaan Sumber daya manusia	Jadi ee menurut saya si ya dari orang yang melamar lalu dia mengajukan cv ke perusahaan ini si	Dengan melihat potensi-potensi yang dimiliki oleh SDM, dan tentunya juga melihat niat apakah SDM tersebut mau untuk belajar hal baru	Mungkin dari rekomendasi baristanya sendiri	Untuk memenuhi ketersediaan sumber daya manusia, kita biasanya melakukan seleksi yaitu melalui <i>interview</i> , proses <i>interview</i> cuma yang kita prioritaskan adalah orang-orang yang punya <i>basic</i> atau pengalaman yang pernah bekerja di dunia <i>F&B</i> sebelumnya	Hiring melalui sosmed dan kerabat	Valid

			Metode training karyawan	Yang aku liat si disinikan ada barista <i>head</i> -nya nah itu yang biasanya memberikan <i>training</i> kepada karyawan lainnya si	Yang saya tau si seharusnya memberikan beberapa pelatihan pada karyawan selama 2 sampai 3 bulan, dan melihat apakah karyawan tersebut terdapat perkembangan atau tidak	Melakukan beberapa pelatihan khusus dan berfokus pada satu bagian yang sesuai dengan kebutuhan dari bisnis usaha ini	Untuk <i>training</i> karyawan sendiri kita biasanya sudah terjadwal di awal karyawan baru kalau memang kita menerima karyawan baru itu kita lakukan program <i>training</i> selama tiga hari, tiga hari itu kita menjelaskan dasar dari <i>equipment</i> , <i>recipe</i> , lalu dimana <i>flow</i> operasional itu berlangsung	Menjelaskan SOP, <i>recipe</i> , dan uji coba karyawan untuk membuat menu yang sesuai dengan <i>recipe</i> yang diberikan	Valid
--	--	--	--------------------------	---	--	--	---	---	-------

			<p>Kriteria yang perusahaan tetapkan bagi sumber daya manusia</p>	<p>Yang paling penting si harusnya si jujur lalu yang selanjutnya ya kalau bisa rajin sama bersihan si</p>	<p>Mestinya si yang baik jujur dan berkompeten</p>	<p>Sepertinya harus jujur, telaten, mau berkembang ya kayanya</p>	<p>Kriterianya yang pasti ada pengalaman di dunia <i>food and beverages</i> sendiri cuman untuk masalah berapa lamanya itu kita gak terlalu mempermalahkan si intinya mereka paham dan tau apa yang akan mereka kerjakan dan produk apa yang akan mereka jual</p>	<p>Jujur dan ingin berkembang</p>	<p>Valid</p>
--	--	--	---	--	--	---	---	-----------------------------------	--------------

2.		Pemasaran	Strategi marketing	Emm yang aku liat si kalau ada promo, ee menu baru biasanya selalu ada promo gitu si lalu konsumen juga merasa nyaman berada di cafe karena kadang baristanya juga sering mengajak ngobrol, gitu si	Memberikan beberapa menu promo, memasangkan iklan di instagram dan menjual beberapa tumbler	Memberikan promo diskon dengan bekerja sama dengan perusahaan E-commerce yang sudah ada seperti gojek dan grab, dan juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi di era digital ini sesuai dengan perkembangan jaman	Strategi marketing dari perusahaan, eee banyak sih dengan kita mengadakan beberapa promosi lalu lewat sosial media itu sangat-sangat membantu sih untuk masalah strategi <i>marketing</i> kami	Karena bukan hanya produk yang menjadi kunci dalam bisnis FnB, service pun memegang peranan penting dalam kelangsungan bisnis fnb, Mengacu pada 4P-7P. Product, price, place, promotion, people, process, pyshical evidence	Valid
----	--	-----------	--------------------	---	---	---	--	---	-------

3.		Produksi	Strategi perusahaan dalam produksi	Emmm yang aku lihat mereka selalu mempersiapkan segala produk ee segalah bahannya itu sebelum toko buka, jadi eee selalu didata juga sehingga produk-produk itu gaada yang kurang jadi mereka bisa lebih persiapan	Kalau gak salah efisien dan efektifnya produk menggunakan gelas plastik dan kertas untuk penyajiannya jadi mempermudah pelanggan untuk membawa pulang minuman apabila terburu-buru atau tidak sempat menghabiskan minuman, cuma cukup akan mengotor	Yang bisa kita liat si mereka memakai 1 bahan supaya bisa dijadikan beberapa menu jadi lebih irit gitu	Memproduksi produk secara efisien kita memberikan <i>standard recipe</i> dimana itu yang wajib dipahami oleh semua barista atau semua karyawan yang ada di Asana Kopi ini sendiri dan mereka berpedoman pada <i>standard recipe</i> tersebut	Kami menguasai agar 1 bahan dapat dipakai pada lebih dari 1 menu	Valid
----	--	----------	------------------------------------	--	---	--	--	--	-------

					i lingkungan				
			Cara perusahaan mengukur kepuasan konsumen	Ee yang aku lihat si dengan pendekatan dari baristanya si, biasanya baristanya kayak selalu mengajak ngobrol konsumsi terusnya menanyakan kadang ya sambil ngobrol ngobrol santai gitu si	Dengan langsung menanyakan pada pelanggan, karena waktu itu saya pernah diajak berbinca ng dan karyawan menanyakan apa kekurangan dari asana dan meminta saran masukkannya	Dengan melihat seberapa banyak sebuah produk yang ada di pesan beberapa kali atau repeat order dan menjadi favorit bagi pelanggan, selain itu pihak barista dapat bertanya kepada pelanggan bagaimana rasa dari produk yang	Cara mengukur kepuasan konsumen kalau saya pribadi lebih ke <i>mingle</i> atau kontak langsung dengan <i>pelanggan</i> komunikasi langsung dengan <i>pelanggan</i> dan kita juga memiliki eee rating biasanya bisa dilihat dari google lalu bisa dengan dari <i>viewer</i> dari sosial media itu bisa dinilai, <i>visitor</i> juga bisa dinilai dari sosial	Yang paling mudah kami dapat memantau hasil penjualan tiap produk di POS kami. Selain itu kami juga meminta feedback di Instagram, tidak jarang kami menanyakan produk kami kepada pengguna Instagram	Valid

						sudah dipesan	media contohnya seperti Instagram, Facebook, dan lain-lain	m yang mengeks pos produk Asana di Instagra m. Selain itu kami juga menjalin komunik asi pada pelangga n dine in kami	
			Cara menjag a kualitas produk	Yang aku lihat salah satu pemilik Asana Kopi ini setiap hari selalu dating, dia itu mengam ati dan mengontr ol setiap produksi di Asana	Mungkin dengan menyimp annya di tempat khusus, seperti kulkas atau lainnya	Menggun akan bahan- bahan yang berkualit as bagus dan menyimp annya dengan baik	Menjaga kualitas produk sendiri kita lebih mengadakan <i>QC</i> ya <i>Quality</i> <i>Control</i> disetiap <i>main</i> atau <i>main</i> <i>productnya</i> contoh seperti kopi kita menjaga kualitas dengan cara	Setiap bahan yang kami gunakan, para barista Asana akan menulis tanggal pembuat an bahan tersebut. Recipe card juga disediaka n di area	Valid

				Kopi ini jadi sehingga produksi, eee produk-produk Asana Kopi ini selalu tetap terjaga kualitasnya			melakukan kalibrasi setiap hari dan itu berlaku gak hanya di kopi sendiri, untuk cokelat, <i>matcha</i> , dan <i>base basic</i> lainnya kita juga melakukan <i>QC Quality Control</i>	produksi, jadi dapat dipastikan setiap minuman yang kami <i>serve</i> selalu konsisten	
4.		Keuangan	Sistem pengelolaan keuangan dalam perusahaan	Eemungkinan kelebihan, seharusnya kalau soal pembukuan gitu terlalu sulit si auditnya, karena semua sudah tercatat di mesin	Saya kurang tau untuk itu	Yang aku tau si ownernya masih meantau tiap hari jadi soal kecurangan masih kecil kemungkinan ada	Kelebihan penghitungan aspek keuangan di perusahaan ini kita tersistematis kita menggunakan ada rumusan-rumusan tersendiri untuk merekap data atau <i>value</i>	Kelebihannya keluar masuk uang dipantau sendiri oleh owner, tidak ada perwakilan. Jadi dipastikan tidak ada	Valid

				kasir tapi kalau kekurangannya kurang tau si saya			penjualan <i>sales</i> harian dan kekurangannya mungkin untuk <i>report</i> harian kita masih menggunakan <i>paper reportnya</i> kita masih menggunakan kertas dimana itu yang bakal kita rekap selama satu minggu	kecurangan.	
5.	Eksternal	Anaman Produk Substitusi	Menu pengganti	Ee yang saya liat disini Asana Kopi ini tidak cuman menjual kopi tapi juga ada teh ada susu kedelai macem-	Ada sih, disini kan ga cuma jual kopi ada menu-menu yang non kopi juga	Ada si disini kan ga cuma jual kopi aja	Produk pengganti ada, kita selain menjual kopi kita juga menjual non kopi kita ada varian menu teh dan dalam waktu dekat ini kita juga bakal <i>launching</i>	Ada, kita disini gak cuma jual kopi aja ada banyak varian menu	Valid

				macem se, begitu			menu baru yaitu minuman yang segar-segar yang ber-basic non kopi juga dan kita akan <i>launching</i> segera di beberapa bulan kedepan		
6.		Anca man dan analisis Pesai ng	Keungg ulan perusah aan	Mungkin keungg ulan perusaha an ini mereka lebih mementi ngkan pelayana n dan kualitas gitu sih jadi kalo kesini saya selalu	Ya itu, dari sisi pelayana n menurut saya yang tidak dimiliki coffee lain. Karena terkadan g hal tersebut tidak saya	Memiliki kualitas SDM yang baik, memiliki pelayana n yang baik, memiliki menu yang bervariasi dan menyajikan invoasi	Keunggulan dari Asana Kopi sendiri kita konsisten dalam produksi suatu produk dan kita fokus dalam melakukan <i>research</i> atau untuk <i>develop</i> produk baru untuk kita benar-benar	Konsiste nsi produk, kebersiha n, service, inovatif	Valid

				punya teman ngobrol	dapatkan di coffee shop lain	dan trobosan menu baru dibidang kopi	fokus dan kita lebih menjual <i>service</i> selain produk kita juga memfokuskan ke <i>service</i> terutama untuk <i>pelanggan</i>		
			Strategi untuk menguasai pangsa pasar	Eee mungkin yang bisa dilakukan membuat promo-promo menarik lainnya dan membuat konsumen lebih nyaman berada di cafe ini, gitu	Hmmm saya kurang tau sih untuk strategi jelasnya seperti apa. mungkin dengan cita rasa kopinya yang beda dari tempat lain	Mungkin lebih ke promosi-promosi dan inovasi menu	Strategi Asana Kopi untuk menguasai pangsa pasar ya kita konsisten dalam strategi pemasaran dan juga konsisten dalam <i>develop</i> dari sosial media dan kita konsisten melakukan <i>QC</i> dan memberikan <i>service</i>	Adanya ajakan untuk <i>franchise</i> . Dengan cara ini Asana menjadi lebih cepat untuk hadir dan menguasai pangsa pasar. Selain itu mematok harga jual sesuai dengan	Valid

							untuk <i>pelanggan- pelanggan - loyal</i> kita	target market kami. Kami juga mengusa hakan agar dapat berpartisi pasi dalam pameran- pameran dimana kami dapat mengena lkan brand Asana Kopi	
7.		Anca man Pend atang Baru	Respon perusah aan jika muncul pendata ng baru	Ee yang saya liat si mereka langsung menamp ung ide yang baru itu lalu langsung mengapli	Cukup dipantau aja sih menurut saya, mungkin juga menjadi patokan untuk menjadi	Membuat produk yang sama atau produk tandinga n dengan kualitas dan harga	Respon perusahaan jika muncul pendatang baru kita sih gak terlalu memusingka n yak arena segmen kita punya pemahaman	Adaptif. Selalu berusaha untuk <i>one step ahead</i> atau setidak- tidaknya seimbang	Valid

				kasikan ke menu Asana yang baru, gitu si jadi langsung responsif gitu	yg lebih baik, karena perusahaan-perusahaan lain menurut saya juga akan membuka pemikiran pemilik untuk mengupdate perusahaannya	yang bisa diterima oleh masyarakat	setiap usaha pasti punya target <i>market</i> atau segmennya sendiri-sendiri		
8.		Daya Tawar Pemasok	Kelebihan dan kekurangan dari supplier	Mereka ga pernah kekurangan bahan ada aja bahannya	Baik deh kayaknya soalnya baristanya selalu mempersiapkan bahan lagi kalau	Sepertinya baik karena Asana belum pernah melakukan <i>sold out</i> sih jadi selalu	Kelebihan dan kekurangan, kelebihan kita sangat terbantu untuk distributor atau vendor yang <i>supply</i>	Kelebihannya dari distributor yang bukan pemula. Dapat dipastikan untuk stok barang	Valid

					stok di bar habis	ada bahannya	produk atau bahan baku ke kita terutama yang didalam kota namun ada juga kendala dari supplier atau vendor yang <i>supply</i> bahan baku untuk Asana Kopi ini sendiri yang dari luar kota salah satunya terhambat dari masalah proses <i>shipping</i>	selalu tersedia. Kelemah annya tidak ada	
--	--	--	--	--	----------------------	-----------------	--	--	--

			Hubungan perusahaan dengan supplier	Baik baik aja sih seperti ya	Sepertinya baik deh, karena saya ga pernah liat mereka kekurangan bahan	Sepertinya baik	Hubungan Asana Kopi dengan vendor-vendor supplier itu ya sejauh ini masih terjalin sangat bagus dan beberapa apa saja yang kita butuhkan itu mereka pasti mereka sanggup untuk memenuhi	Baik-baik aja kok	Valid
9.		Daya tawar konsumen	Produk yang paling diminati konsumen	Menurut saya sih <i>best sellernya</i> es kopi susu, gitu	Kalau saya sih suka yang pahit tanpa gula, biasanya americano atau latte tapi	Es kopi susu, dalgona kopi, es kopi rum, es susu charcoreo	Produk Asana Kopi yang paling diminati konsumen yaitu es kopi susu gula aren yang menjadi salah satu senjata	Es kopi susu (es kopi aren)	Valid

					paling sering liat orang beli es kopi susu		andalan kita atau <i>best seller</i> kita		
			Respon konsumen terhadap harga dan kualitas produk	Kalau dari saya sendiri saya cukup puas dengan produk dari Asana Kopi karena ya ada harga ada kualitas si baristanya juga asik kalau ngobrol	Sangat bersahabat untuk harganya dan cita rasa kopinya enak tidak terasa berbeda meskipun diminum kapan saja, para baristanya juga seru	Respon konsumen baik dan beberapa bertukar saran dengan barista yang ada	Untuk respon konsumen <i>so far</i> ya mereka memberikan respon yang positif dan banyak input mengenai kualitas ada beberapa masukan atau <i>feedback</i> kita juga siap menampung dan kita selalu berinovasi dengan produk yang akan kita jual itu	Positif. Kita juga sering tanya pendapat mereka tentang produk kita jadi kita bisa tau apa yang kurang dalam produk kita	Valid

LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI



Tempat duduk Asana Kopi



Tempat Produksi



Tempat penyimpanan bahan baku dan gudang



Contoh produk: Es Kopi Susu



Contoh produk: Es Ginger *Cereal*

LAMPIRAN 4 SURAT KETERANGAN PENELITIAN



Asana Kopi
Jl.Nginden Semolo 101/26
Surabaya, 60118

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Michelle Wifalin
Jabatan : Owner Asana Kopi
Alamat : jl. Manyar Jaya 14/23

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Abiel Gerizim Jusandito
NRP : 31415099
Fakultas : Manajemen Bisnis
Univesitas : Universitas Kristen Petra

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi dengan judul:
ANALISIS STRATEGI BERSAING ASANA KOPI

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan semestinya.

Surabaya. 23 Mei 2020

Michelle Wifalin

LAMPIRAN 5 FORMULIR PERSETUJUAN WAWANCARA

FORMULIR PERSETUJUAN WAWANCARA

Abiel Guruh - 31415099

Judul Penelitian
Analisis Strategi Bersaing Asana Kopi

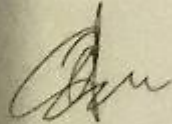
Tujuan Penelitian
Penelitian ini ditujukan untuk menemukan analisis strategi bersaing baru Asana Kopi dan untuk merekomendasikan analisis strategi bersaing Asana Kopi yang baru agar dapat digunakan oleh Asana Kopi untuk meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan metode kualitatif dan teknik wawancara dalam pengumpulan data.


Nama : FINO
Posisi/Peran : PELANGGAN

Poin-poin Persetujuan

	YA	TIDAK
1. Saya telah membaca dan memahami mengenai penelitian ini dan berhak untuk mengajukan pertanyaan terkait penelitian dan mendapatkan jawaban yang lengkap.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Saya paham bahwa saya berpartisipasi secara sukarela dan berhak untuk mengundurkan diri kapanpun dan tanpa perlu memberi alasan apapun.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Saya setuju untuk berpartisipasi dalam penelitian ini	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Saya setuju bahwa saya akan diwawancarai dengan identitas terbuka dalam penelitian ini.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Surabaya, 19 APRIL 2020

Partisipan
Nama Lengkap: FINO
Tanda Tangan: 

Pewawancara
Nama Lengkap: Abiel G
Tanda Tangan: 

FORMULIR PERSETUJUAN WAWANCARA

Abiel Gezim - 33415099

Judul Penelitian

Analisis Strategi Bersaing Asana Kopi

Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menemukan analisis strategi bersaing baru Asana Kopi dan untuk merekomendasikan analisis strategi bersaing Asana Kopi yang baru agar dapat digunakan oleh Asana Kopi untuk meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan metode kualitatif dan teknik wawancara dalam pengumpulan data.

Nama : Indra
Posisi/Peran : Pelanggan


Poin-poin Persetujuan

- | | YA | TIDAK |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. Saya telah membaca dan memahami mengenai penelitian ini dan berhak untuk mengajukan pertanyaan terkait penelitian dan mendapatkan jawaban yang lengkap. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Saya paham bahwa saya berpartisipasi secara sukarela dan berhak untuk mengundurkan diri kapanpun dan tanpa perlu memberi alasan apapun. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Saya setuju untuk berpartisipasi dalam penelitian ini | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Saya setuju bahwa saya akan diwawancarai dengan identitas terbuka dalam penelitian ini. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Surabaya, 29 April 2024


Partisipan

Nama Lengkap: Indra

Tanda Tangan: 

Pewawancara

Nama Lengkap: Abiel G

Tanda Tangan: 

FORMULIR PERSETUJUAN WAWANCARA

Abiel Gerzim - 31415099

Judul Penelitian

Analisis Strategi Bersaing Asana Kopi

Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menemukan analisis strategi bersaing baru Asana Kopi dan untuk merekomendasikan analisis strategi bersaing Asana kopi yang baru agar dapat digunakan oleh Asana kopi untuk meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan metode kualitatif dan teknik wawancara dalam pengumpulan data.

Nama : EDO
Posisi / Peran : Pelanggan

Poin-poin Persetujuan

- | | YA | TIDAK |
|--|-------------------------------------|--------------------------|
| 1. Saya telah membaca dan memahami mengenai penelitian ini dan berhak untuk mengajukan pertanyaan terkait penelitian dan mendapatkan jawaban yang lengkap. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Saya paham bahwa saya berpartisipasi secara sukarela dan berhak untuk mengundurkan diri kapanpun dan tanpa perlu memberi alasan apapun. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Saya setuju untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Saya setuju bahwa saya akan diwawancarai dengan identitas terbuka dalam penelitian ini. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Surabaya, 21 April 2020

Partisipan

Nama Lengkap: EDO

Tanda Tangan:



Pewawancara

Nama Lengkap: Abiel G

Tanda Tangan:



FORMULIR PERSETUJUAN WAWANCARA

Abiel Gerizim - 31415099

Judul Penelitian

Analisis Strategi Bersaing Asana Kopi

Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menemukan analisis strategi bersaing baru Asana Kopi dan untuk merekomendasikan analisis strategi bersaing Asana Kopi yang baru agar dapat digunakan oleh Asana Kopi untuk meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan metode kualitatif dan teknik wawancara dalam pengumpulan data.

Nama : Haryo Nugroho
Posisi / Peran : Store Manager

Poin-poin Persetujuan


- | | YA | TIDAK |
|--|-------------------------------------|--------------------------|
| 1. Saya telah membaca dan memahami mengenai penelitian ini dan berhak untuk mengajukan pertanyaan terkait penelitian dan mendapatkan jawaban yang lengkap. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Saya paham bahwa saya berpartisipasi secara sukarela dan berhak untuk mengundurkan diri kapanpun dan tanpa perlu memberi alasan apapun. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Saya setuju untuk berpartisipasi dalam penelitian ini | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Saya setuju bahwa saya akan diwawancarai dengan identitas terbuka dalam penelitian ini. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Surabaya, 13 April 2020

Partisipan

Nama Lengkap:

Tanda Tangan:


Haryo Nugroho

Pewawancara

Nama Lengkap:

Tanda Tangan:

Abiel G



FORMULIR PERSETUJUAN WAWANCARA

Abiel Gerizim - 31415099

Judul Penelitian

Analisis Strategi Bersaing Asana Kopi

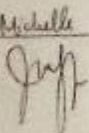
Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menemukan analisis strategi bersaing baru Asana Kopi dan untuk merekomendasikan analisis strategi bersaing Asana Kopi yang baru agar dapat digunakan oleh Asana Kopi untuk meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan metode kualitatif dan teknik wawancara dalam pengumpulan data.

Nama : Michelle Wifelin
Posisi /Peran : Owner Asana Kopi

Poin-poin Persetujuan

- | | YA | TIDAK |
|--|-------------------------------------|--------------------------|
| 1. Saya telah membaca dan memahami mengenai penelitian ini dan berhak untuk mengajukan pertanyaan terkait penelitian dan mendapatkan jawaban yang lengkap. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Saya paham bahwa saya berpartisipasi secara sukarela dan berhak untuk mengundurkan diri kapanpun dan tanpa perlu memberi alasan apapun. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Saya setuju untuk berpartisipasi dalam penelitian ini | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Saya setuju bahwa saya akan diwawancarai dengan identitas terbuka dalam penelitian ini. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Surabaya, 24 April 2021.
Partisipan
Nama Lengkap: Michelle Wifelin
Tanda Tangan: 

Pewawancara
Nama Lengkap: Abiel G
Tanda Tangan: 

LAMPIRAN 6 TRANSKRIP WAWANCARA
TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber : Fino
Jabatan : Pelanggan Asana Kopi

	Faktor Internal
	Aspek Sumber Daya Manusia
A :	Menurut kakak sebagai sudut pandang konsumen bagaimana memenuhi ketersediaan sumber daya manusia di perusahaan ini?
F :	Jadi ee menurut saya si ya dari orang yang melamar lalu dia mengajukan cv ke perusahaan ini si
A :	Bagaimana cara memberikan <i>training</i> karyawan agar dapat berkompeten di bidangnya?
F :	Yang aku liat si disinikan ada barista <i>head</i> -nya nah itu yang biasanya memberikan <i>training</i> kepada karyawan lainnya si
A :	Apa saja kriteria yang perusahaan tetapkan bagi sumber daya manusia yang ingin menjadi bagian dari perusahaan?
F :	Yang paling penting si harusnya si jujur lalu yang selanjutnya ya kalau bisa rajin sama bersihan si
A :	Bagaimana kelebihan dan kekurangan dari sumber daya manusia pada Asana Kopi?
F :	Ee dari kelebihannya ee sumber daya manusia disini ni sudah cukup berpengalaman sehingga dapat membuat produk-produk Asana ini lebih berkualitas, lalu kalau kekurangannya si terkadang kalau misalnya tempatnya rame mereka sedikit kewalahan gitu.
	Aspek Pemasaran
A :	Lalu apakah keistimewaan produk dari Asana Kopi dibandingkan dengan produk pesaing?
F :	Ee yang aku liat disini kopi yang dipake itu sebelumnya selalu di <i>roasting</i> sendiri gitu si
A :	Nilai tambah apa saja yang diperoleh oleh konsumen dari penggunaan produk Asana Kopi?
F :	Nilai tambahnya mungkin dari produk yang berkualitas si karena aku liat prosesnya juga baik gitu
A :	Bagaimana strategi marketing dari perusahaan untuk dapat mencapai target?
F :	Emm yang aku liat si kalau ada promo, ee menu baru biasanya selalu ada promo gitu si lalu konsumen juga merasa nyaman berada di cafe karena kadang baristanya juga sering mengajak ngobrol, gitu si
A :	Bagaimana harga produk Asana Kopi dibandingkan harga dari produk pesaing?
F :	Kalau harga produk eee kurang lebih sama tapi disini kalau banyak promo jadi mungkin bisa tergolong lebih murah lah tapi rasa sama kualitasnya bukan kaleng-kaleng.
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek pemasaran dari perusahaan ini?
F :	Kelebihannya disini aku liat ee target konsumennya sudah memenuhi si, kalau kekurangannya masih banyak yang bisa ditingkatkan seperti kaya pemasaran <i>online</i> gitu si
	Aspek Produksi
A :	Lalu bagaimana Asana Kopi menghasilkan produk?

F :	Dari yang aku lihat itu yang pertama itu dari biji kopinya, itu yang pertama kan <i>diroasting</i> sendiri, lalu selanjutnya digiling lalu menjadi bubuk kopi gitu si, terus setelah itu langsung dibuat ke produk-produk Asana sih yang bermacam-macam
A :	Bagaimana strategi perusahaan dalam memproduksi produk secara efisien dan efektif?
F :	Emmm yang aku lihat mereka selalu mempersiapkan segala produk ee segala bahannya itu sebelum toko buka, jadi eee selalu didata juga sehingga produk-produk itu gaada yang kurang jadi mereka bisa lebih persiapan
A :	Oke oke. Bagaimana cara perusahaan mengukur kepuasan konsumen terhadap kualitas produk?
F :	Ee yang aku lihat si dengan pendekatan dari baristanya si, biasanya kan baristanya kayak selalu mengajak ngobrol konsumennya terus ya menanyakan kadang ya sambil ngobrol-ngobrol santai gitu si
A :	Bagaimana cara Asana Kopi menjaga kualitas produk dalam proses produksi?
F :	Yang aku lihat salah satu pemilik Asana Kopi ini setiap hari selalu datang, dia itu mengamati dan mengontrol setiap produksi di Asana Kopi ini jadi sehingga produksi, eee produk-produk Asana Kopi ini selalu tetap terjaga kualitasnya
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek produksi dari perusahaan ini?
F :	Kelebihannya si kualitas produknya sudah baik dan kebersihannya juga terjaga lalu kekurangannya si masih belum menemukan si saya
	Aspek Keuangan
A :	Baik-baik. Lalu bagaimana biaya produksi untuk tiap produk yang diproduksi Asana Kopi?
F :	Eee <i>sorry</i> kenapa?
A :	Bagaimana biaya produksi untuk tiap produk yang diproduksi Asana Kopi?
F :	Ee kalau itu si ee saya kurang tau si, gitu
A :	Apakah Asana Kopi memiliki investor?
F :	Setau saya disini ada 3 investor
A :	Apakah pernah terjadi kesalahan dalam masalah pengelolaan keuangan pada Asana Kopi?
F :	Ee kalau saya si sebagai konsumen, kurang mengetahui si ada masalah apa gak di bagaian keuangan
A :	Ya ya. Apakah kelebihan dan kekurangan aspek keuangan dari perusahaan ini?
F :	Ee mungkin kelebihan, seharusnya kalau soal pembukuan gitu ga terlalu sulit si auditnya, karena semua sudah tercatat di mesin kasir tapi kalau kekurangannya kurang tau si saya
	Faktor Eksternal
	Ancaman Produk Substitusi
A :	Apakah ada produk pengganti dari produk Asana Kopi di perusahaan lain, contohnya seperti susu?
F :	Ee yang saya liat disini Asana Kopi ini tidak cuman menjual kopi tapi juga ada teh ada susu kedelai macem-macem se, begitu
A :	Bagaimana menghadapi munculnya produk pengganti diluar perusahaan?
F :	Ya mungkin, yang pasti bisa dilakukan itu kaya meningkatkan kualitas dan memperbanyak variasi produk si, gitu
	Ancaman dan Analisis Pesaing
A :	Menurut kakak bagaimana strategi agar dapat lebih unggul dibandingkan pesaing-pesaing yang jumlahnya sangat banyak?
F :	Emm mungkin selalu melakukan inovasi dan variasi terhadap menu yang ada, sehingga banyak konsumen yang juga tertarik gitu

A :	Bagaimana Asana Kopi menghadapi hambatan-hambatan dalam memasarkan produk keluar?
F :	Eee kalau yang memasarkan produk keluar itu biasanya bisa bekerja sama dengan gojek atau grab si, gitu
A :	Apa saja strategi Asana Kopi untuk menguasai pangsa pasar?
F :	Eee mungkin yang bisa dilakukan membuat promo-promo menarik lainnya dan membuat konsumen lebih nyaman berada di cafe ini, gitu
A :	Apa saja kekurangan dalam Asana Kopi yang perlu diperbaiki untuk kedepannya?
F :	Ee mungkin dari segi fasilitas si, kaya membuat sebuah tempat yang <i>smoking room</i> tapi ada Acnya gitu si
A :	Oo oke oke sudah itu aja?
F :	Yaaa
A :	Oke terima kasih kak
F :	Oke sama-sama
	Daya Tawar Pemasok
A :	Lalu apa saja kelebihan dan kelemahan dari pemasok Asana Kopi?
F :	Mereka ga pernah kekurangan bahan sih selalu ada aja bahannya
A :	Kalau hubungan antara Asana Kopi dengan pemasok?
F :	Baik baik aja sih sepertinya
	Daya Tawar Konsumen
A :	Produk Asana Kopi apa yang paling diminati konsumen?
F :	Menurut saya si <i>best sellernya</i> es kopi susu, gitu
A :	Bagaimana respon konsumen terhadap harga dan kualitas produk Asana Kopi?
F :	Kalau dari saya sendiri si saya cukup puas dengan produk dari Asana Kopi karena ya ada harga ada kualitas si baristanya juga asik kalau ngobrol



Wawancara dengan narasumber Fino dengan posisi sebagai pelanggan Asana Kopi

Narasumber : Indra
 Jabatan : Pelanggan Asana Kopi

	Faktor Internal
	Aspek Sumber Daya Manusia
A :	Menurut kak Indra sebagai sudut pandang konsumen bagaimana memenuhi ketersediaan sumber daya manusia di perusahaan ini?
I :	Dengan melihat potensi-potensi yang dimiliki oleh SDM, dan tentunya juga melihat niat apakah SDM tersebut mau untuk belajar hal baru
A :	Bagaimana cara memberikan <i>training</i> karyawan agar dapat berkompeten di bidangnya?
I :	Yang saya tau si seharusnya memberikan beberapa pelatihan pada karyawan selama 2 sampai 3 bulan, dan melihat apakah karyawan tersebut terdapat perkembangan atau tidak
A :	Apa saja kriteria yang perusahaan tetapkan bagi sumber daya manusia yang ingin menjadi bagian dari perusahaan?
I :	Mestinya si yang baik jujur dan berkompeten
A :	Bagaimana kelebihan dan kekurangan dari sumber daya manusia pada Asana Kopi?
I :	Kelebihannya orangnya asik asik dan humble sama pelanggan, kekurangannya masih belum terlihat
	Aspek Pemasaran
A :	Apakah keistimewaan produk dari Asana Kopi dibandingkan dengan produk pesaing?
I :	Memiliki cita rasa kopi yang berbeda dan harga yang cukup bersahabat
A :	Nilai tambah apa saja yang diperoleh oleh konsumen dari penggunaan produk Asana Kopi?
I :	Suasana café yang nyaman buat kerja tugas atau nongkrong bareng temen, pelayanannya juga bersahabat
A :	Bagaimana strategi marketing dari perusahaan untuk dapat mencapai target?
I :	Memberikan beberapa menu promo, memasang iklan di instagram dan menjual beberapa tumbler
A :	Bagaimana harga produk Asana Kopi dibandingkan harga dari produk pesaing?
I :	Kurang lebih sama sesuai dengan standart coffee shop yang ada di Surabaya
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek pemasaran dari perusahaan ini?
I :	Mungkin lebih diperbanyak lagi promo-promo yang ada, dan lebih mengupdate konten dari ig guna menarik kustomer kustomer baru
	Aspek Produksi
A :	Bagaimana Asana Kopi menghasilkan produk?
I :	Saya kurang tau, karena sesudah memesan saya menunggu di meja
A :	Bagaimana strategi perusahaan dalam memproduksi produk secara efisien dan efektif?
I :	Kalau gak salah efisien dan efektifnya produk menggunakan gelas plastik dan kertas untuk penyajiannya jadi mempermudah kustomer untuk membawa pulang minuman apabila terburu-buru atau tidak sempat menghabiskan minuman, cuma cukup akan mengotori lingkungan
A :	Bagaimana cara perusahaan mengukur kepuasan konsumen terhadap kualitas produk?
I :	Dengan langsung menanyakan pada kustomer, karena waktu itu saya pernah diajak berbincang dan karyawan menanyakan apa kekurangan dari asana dan meminta saran masukkannya
A :	Bagaimana cara Asana Kopi menjaga kualitas produk dalam proses produksi?

I :	Mungkin dengan menyimpannya di tempat khusus, seperti kulkas atau lainnya
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek produksi dari perusahaan ini?
I :	Kelebihan mungkin kita bisa merequest ukuran gula yang kita inginkan, kekurangannya si tidak ada
	Aspek Keuangan
A :	Bagaimana biaya produksi untuk tiap produk yang diproduksi Asana Kopi?
I :	Untuk biaya produksi si saya kurang tau
A :	Apakah Asana Kopi memiliki investor?
I :	Yang saya tau ada
A :	Apakah pernah terjadi kesalahan dalam masalah pengelolaan keuangan pada Asana Kopi? Jika pernah, bagaimana solusinya?
I :	Saya kurang tau sih untuk itu, cuman semisal ada kesalahan pengelolaan keuangan solusinya menyelesaikannya dengan kekeluargaan dan memasang keamanan tambahan seperti cctv mungkin
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek keuangan dari perusahaan ini?
I :	Saya kurang tau untuk itu
	Faktor Eksternal
	Ancaman Produk Substitusi
A :	Apakah ada produk pengganti dari produk Asana Kopi di perusahaan lain, contohnya seperti susu?
I :	Ada sih, disini kan ga cuma jual kopi ada menu-menu yang non kopi juga
A :	Bagaimana menghadapi munculnya produk pengganti diluar perusahaan?
I :	Dengan memberikan hal-hal yang baru pada perusahaan. Misalnya mengupgrade interior / eksterior dari coffee shop, membuat menu varian baru, begitu sih
	Ancaman dan Analisis Pesaing
A :	Bagaimana strategi agar dapat lebih unggul dibandingkan pesaing-pesaing yang jumlahnya sangat banyak?
I :	Membuat sesuatu hal yang berbeda, semisal kopi yang berbeda, atau eksterior yang unik yang tidak dimiliki coffee shop lain, memberikan promo-promo yang banyak
A :	Bagaimana Asana Kopi menghadapi hambatan-hambatan dalam memasarkan produk keluar?
I :	Saya sih kurang tau bagaimana pemilik Asana dalam menghadapinya, karena bisnis seperti ini pasti banyak pesaingnya
A :	Apa saja strategi Asana Kopi untuk menguasai pangsa pasar?
I :	Hmmm saya kurang tau sih untuk strategi jelasnya seperti apa. mungkin dengan cita rasa kopinya ya yang beda dari tempat lain
A :	Apa saja kekurangan dalam Asana Kopi yang perlu diperbaiki untuk kedepannya?
I :	Mungkin varian menu nya lebih ditambah lagi, seperti tropikal-tropikal (non coffee) dan memberikan tambahan menu untuk snack dan makanannya
	Ancaman Pendetang Baru
A :	Bagaimana respon perusahaan jika muncul pendatang baru yang memiliki produk ataupun ide yang baru?

I :	Cukup dipantau aja sih menurut saya, mungkin juga menjadi patokan untuk menjadi yg lebih baik, karena perusahaan-perusahaan lain menurut saya juga akan membuka pemikiran pemilik untuk mengupgrade perusahaannya
A :	Apa saja keunggulan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis?
I :	Ya itu, dari sisi pelayanan menurut saya yang tidak dimiliki coffee lain. Karena terkadang hal tersebut tidak saya dapatkan di coffee shop lain
	Daya Tawar Pemasok
A :	Apa saja kelebihan dan kelemahan dari pemasok Asana Kopi?
I :	Baik deh kayaknya soalnya baristanya selalu mempersiapkan bahan lagi kalau stok di bar habis
A :	Bagaimana hubungan Asana Kopi dengan pemasok?
I :	Sepertinya baik deh, karena saya ga pernah liat mereka kekurangan bahan
	Daya Tawar Konsumen
A :	Produk Asana Kopi apa yang paling diminati konsumen?
I :	Kalau saya sih suka yang pahit tanpa gula, biasanya americano atau latte tapi paling sering liat orang beli es kopi susu
A :	Bagaimana respon konsumen terhadap harga dan kualitas produk Asana Kopi?
I :	Sangat bersahabat untuk harganya dan cita rasa kopinya enak tidak terasa berbeda meskipun diminum kapan saja, para baristanya juga seru



Wawancara dengan narasumber Indra dengan posisi sebagai pelanggan Asana Kopi

Narasumber : Edo
 Jabatan : Pelanggan Asana Kopi

	Faktor Internal
	Aspek Sumber Daya Manusia
A :	Menurut kak edo sebagai sudut pandang konsumen bagaimana memenuhi ketersediaan sumber daya manusia di perusahaan ini?
E :	Mungkin dari rekomendasi baristanya sendiri
A :	Bagaimana cara memberikan <i>training</i> karyawan agar dapat berkompeten di bidangnya?
E :	Melakukan beberapa pelatihan khusus dan berfokus pada satu bagian yang sesuai dengan kebutuhan dari bisnis usaha ini
A :	Apa saja kriteria yang perusahaan tetapkan bagi sumber daya manusia yang ingin menjadi bagian dari perusahaan?
E :	Sepertinya harus jujur, telaten, mau berkembang ya kayanya
A :	Bagaimana kelebihan dan kekurangan dari sumber daya manusia pada Asana Kopi?
E :	Kelebihannya dalam bidang SDM yang ada pada asana kopi ini saya rasa sudah cukup baik dan terkontrol dengan baik dan juga kualitas dari SDM yang sudah ada pun sudah sangat mencukupi standart yang ada, sedangkan kekurangan yang ada terkadang SDM yang ada juga tidak sesuai dengan keadaan gerai pada saat tertentu, misalnya pada saat order-an atau pesanan masuk banyak, tetapi SDM yang ada hanya ada 1 orang saja yang membuat estimasi menunggu jadi sedikit lebih lama dari pada biasanya
	Aspek Pemasaran
A :	Apakah keistimewaan produk dari Asana Kopi dibandingkan dengan produk pesaing?
E :	Kesistimewaan yang asana kopi sajikan menu – menu yang cukup inovatif dan juga menyajikan cita rasa kopi yang berbeda dengan gerai kopi dengan brand lain
A :	Nilai tambah apa saja yang diperoleh oleh konsumen dari penggunaan produk Asana Kopi?
E :	Untuk nilai tambah asana memberikan sebuah pengalaman meminum kopi dengan cita rasa baru, dan menyajikan sebuah kombinasi baru dari sebuah produk kopi
A :	Bagaimana strategi marketing dari perusahaan untuk dapat mencapai target?
E :	Memberikan promo diskon dengan bekerja sama dengan perusahaan E-commerce yang sudah ada seperti gojek dan grab, dan juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi di era digital ini sesuai dengan perkembangan jaman
A :	Bagaimana harga produk Asana Kopi dibandingkan harga dari produk pesaing?
E :	Jika dibandingkan dengan brand pesaing harga dari asana kopi relatif lebih murah dibanding gerai kopi sekelasnya
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek pemasaran dari perusahaan ini?
E :	Kelebihan Asana kopi selalu melakukan update terhadap tren – tren yang ada di kalangan masyarakat dan juga memanfaatkan media sosial dengan sebaik mungkin, sedangkan kekurangannya adanya proses penyampaian pesan yang ada kurang begitu efektif ke kalangan masyarakat
	Aspek Produksi
A :	Bagaimana Asana Kopi menghasilkan produk?
E :	Memesan sekaligus langsung membayar pesanan yang ada, menunggu proses pembuatan menu yang dipesan, disajikan dengan memanggil nama dari pembeli , selesai
A :	Bagaimana strategi perusahaan dalam memproduksi produk secara efisien dan efektif?

E :	Yang bisa kita liat si mereka memakai 1 bahan supaya bisa dijadikan beberapa menu jadi lebih irit gitu
A :	Bagaimana cara perusahaan mengukur kepuasan konsumen terhadap kualitas produk?
E :	Dengan melihat seberapa banyak sebuah produk yang ada di pesan beberapa kali atau repeat order dan menjadi favorit bagi kustomer, selain itu pihak barista dapat bertanya kepada kustomer bagaimana rasa dari produk yang sudah dipesan
A :	Bagaimana cara Asana Kopi menjaga kualitas produk dalam proses produksi?
E :	Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas bagus dan menyimpannya dengan baik
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek produksi dari perusahaan ini?
E :	Kelebihannya tidak kebanyakan es batu si jadi lebih banyak isinya, sedangkan kekurangannya si tidak ada
	Aspek Keuangan
A :	Bagaimana biaya produksi untuk tiap produk yang diproduksi Asana Kopi?
E :	Kurang tahu ya
A :	Apakah Asana Kopi memiliki investor?
E :	Setau saya ada 3
A :	Apakah pernah terjadi kesalahan dalam masalah pengelolaan keuangan pada Asana Kopi? Jika pernah, bagaimana solusinya?
E :	Yang saya lihat si tidak pernah
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek keuangan dari perusahaan ini?
E :	Yang aku tau si ownernya masih meantau tiap hari jadi soal kecurangan masih kecil kemungkinan ada
	Faktor Eksternal
	Ancaman Produk Substitusi
A :	Apakah ada produk pengganti dari produk Asana Kopi di perusahaan lain, contohnya seperti susu?
E :	Ada si disini kan ga cuma jual kopi aja
A :	Bagaimana menghadapi munculnya produk pengganti diluar perusahaan?
E :	Melakukan riset lapangan dari produk lain yang beredar, mulai dari riset segmentasi pasar dan juga keunggulan serta kelemahan dari produk lain
	Ancaman dan Analisis Pesaing
A :	Menurut kak edo bagaimana strategi agar dapat lebih unggul dibandingkan pesaing-pesaing yang jumlahnya sangat banyak?
E :	Selalu berinovasi terhadap produk yang ada, dapat menjaga kualitas yang ada agar tetap di percaya di masyarakat
A :	Bagaimana Asana Kopi menghadapi hambatan-hambatan dalam memasarkan produk keluar?
E :	Promosi lewat grab dan gojek itu si sangat membantu
A :	Apa saja strategi Asana Kopi untuk menguasai pangsa pasar?
E :	Mungkin lebih ke promosi-promosi dan inovasi menu
A :	Apa saja kekurangan dalam Asana Kopi yang perlu diperbaiki untuk kedepannya?
E :	Fasilitas koneksi WIFI si agar dapat diakses dengan baik oleh kustomer soalnya kadang-kadang lemot
A :	Apa saja keunggulan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis?
E :	Memiliki kualitas SDM yang baik, memiliki pelayanan yang baik, memiliki menu yang bervariasi dan menyajikan inovasi dan trobosan menu baru dibidang kopi

	Daya Tawar Pemasok
A :	Apa saja kelebihan dan kelemahan dari pemasok Asana Kopi?
E :	Sepertinya baik karena Asana belum pernah melakukan <i>sold out</i> sih jadi selalu ada bahannya
A :	Bagaimana hubungan Asana Kopi dengan pemasok?
E :	Sepertinya baik
	Daya Tawar Konsumen
A :	Produk Asana Kopi apa yang paling diminati konsumen?
E :	Es kopi susu, dalgona kopi, es kopi rum, es susu charcoreo
A :	Bagaimana respon konsumen terhadap harga dan kualitas produk Asana Kopi?
E :	Respon konsumen baik dan beberapa bertukar saran dengan barista yang ada



Wawancara dengan narasumber Edo dengan posisi sebagai pelanggan Asana Kopi

Narasumber : Haryo Nugroho
 Jabatan : Barista Asana Kopi

	Faktor Internal
	Aspek Sumber Daya Manusia
A :	Bagaimana mas memenuhi ketersediaan sumber daya manusia di perusahaan ini?
H :	Untuk memenuhi ketersediaan sumber daya manusia, kita biasanya melakukan seleksi yaitu melalui <i>interview</i> , proses <i>interview</i> cuma yang kita prioritaskan adalah orang-orang yang punya <i>basic</i> atau pengalaman yang pernah bekerja di dunia <i>F&B</i> sebelumnya
A :	Terus bagaimana cara mas dalam memberikan <i>training</i> karyawan agar dapat berkompeten di bidangnya?
H :	Untuk <i>training</i> karyawan sendiri kita biasanya sudah terjadwal di awal karyawan baru kalau memang kita menerima karyawan baru itu kita lakukan program <i>training</i> selama tiga hari, tiga hari itu kita menjelaskan dasar dari <i>equipment</i> , <i>recipe</i> , lalu dimana <i>flow</i> operasional itu berlangsung
A :	Terus apa saja kriteria yang perusahaan tetapkan bagi sumber daya manusia yang ingin menjadi bagian dari perusahaan?
H :	Kriterianya yang pasti ada pengalaman di dunia <i>food and beverages</i> sendiri cuman untuk masalah berapa lamanya itu kita gak terlalu mempermasalahkan si intinya mereka paham dan tau apa yang akan mereka kerjakan dan produk apa yang akan mereka jual
A :	Bagaimana kelebihan dan kekurangan dari sumber daya manusia pada Asana Kopi?
H :	Kelebihan.. kelebihan kalau menurut saya sendiri ada beberapa kelebihan khususnya di beberapa teknik atau <i>skill</i> yang bisa kembangkan yaitu contohnya seperti <i>latte art</i> itu karena kita juga menjual beberapa varian menu panas contoh kaya <i>cappuccino</i> itu bisa di <i>pouring</i> dan bisa dibentuk gambar-gambar yang unik-unik. Lalu untuk kekurangannya dari sdmnya sendiri yaitu masalah gimana cara mereka bisa <i>intense</i> atau <i>connect with kustomer</i> itu yang kita lebih tekan kan
	Aspek Pemasaran
A :	Apakah keistimewaan produk dari Asana Kopi dibandingkan dengan produk pesaing?
H :	Keistimewaan dari produk Aasana Kopi sendiri, kita punya beberapa menu <i>best seller</i> seperti es kopi susu itu yang jadi favorit kita dan ada beberapa varian minuman yang memang kita jual namun tidak dimiliki oleh beberapa <i>brand</i> lain
A :	Nilai tambah apa saja yang diperoleh oleh konsumen dari penggunaan produk Asana Kopi?
H :	Nilai tambahnya adalah mereka mendapat <i>new experience</i> dimana mereka belum pernah menikmati minuman dengan cara yang berbeda
A :	Oke oke. Bagaimana strategi marketing dari perusahaan untuk dapat mencapai target?
H :	Strategi marketing dari perusahaan, eee banyak sih dengan kita mengadakan beberapa promosi lalu lewat sosial media itu sangat-sangat membantu sih untuk masalah strategi <i>marketing</i> kami
A :	Terus bagaimana harga produk Asana Kopi dibandingkan harga dari produk pesaing?
H :	Untuk masalah harga produk sendiri ada beberapa <i>brand competitor</i> yang memang harganya dibawah kami namun untuk Asana Kopi sendiri untuk kisaran harga ya masih ramah dikantong-kantong mahasiswa sih, masih terjangkau tidak terlalu mahal dan bukan murahan
A :	Asek, oke oke. Apakah kelebihan dan kekurangan aspek pemasaran dari perusahaan ini?
H :	Kelebihannya kita sangat terbantu secara menggait <i>kustomer</i> baru melalu akses sosial med.. sosial media, lalu untuk kekurangannya sendiri promosi <i>walk-in</i> kita karena <i>kustomer</i> yang <i>dine-in</i> kita masih belum terlalu sebanyak <i>kustomer</i> yang ngambil <i>online</i>

	Aspek Produksi
A :	Bagaimana Asana Kopi menghasilkan produk?
H :	Asana Kopi menghasilkan produk, untuk produk sendiri kita ada dua varian menu yaitu menggunakan <i>basic</i> kopi Arabica dan <i>basic</i> kopi Robusta nah untuk <i>basic</i> kopi Robusta sendiri itu banyak dijabarkan melalui varian <i>hot</i> menu, <i>ice</i> menu, dan ada varian yang <i>dairy</i> atau susu yang selain susu sapi
A :	Bagaimana strategi perusahaan dalam memproduksi produk secara efisien dan efektif?
H :	Memproduksi produk secara efisien kita memberikan <i>standard recipe</i> dimana itu yang wajib dipahami oleh semua barista atau semua karyawan yang ada di Asana Kopi ini sendiri dan mereka berpedoman pada <i>standard recipe</i> tersebut
A :	Bagaimana cara perusahaan mengukur kepuasan konsumen terhadap kualitas produk?
H :	Cara mengukur kepuasan konsumen kalau saya pribadi lebih ke <i>mingle</i> atau kontak langsung dengan <i>kustomer</i> komunikasi langsung dengan <i>kustomer</i> dan kita juga memiliki <i>eee</i> rating biasanya bisa dilihat dari google lalu bisa dengan dari <i>viewer</i> dari sosial media itu bisa dinilai, <i>visitor</i> juga bisa dinilai dari sosial media contohnya seperti Instagram, Facebook, dan lain-lain
A :	Lalu bagaimana cara Asana Kopi menjaga kualitas produk dalam proses produksi?
H :	Menjaga kualitas produk sendiri kita lebih mengadakan <i>QC</i> ya <i>Quality Control</i> disetiap <i>main</i> atau <i>main product</i> nya contoh seperti kopi kita menjaga kualitas dengan cara melakukan kalibrasi setiap hari dan itu berlaku gak hanya di kopi sendiri, untuk cokelat, <i>matcha</i> , dan <i>base basic</i> lainnya kita juga melakukan <i>QC Quality Control</i>
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek produksi dari perusahaan ini?
H :	Kelebihan dan kekurangan aspek produksi, kadang kita juga terhalang beberapa kendala <i>item</i> yang memang kita belum dapatkan dari Surabaya sendiri dan kita perlu mendatangkan dari luar kota ya mungkin disaat kita mengalami <i>problem</i> dari proses <i>shipping</i> nya itu sendiri kita terpaksa melakukan <i>sold out</i> sementara hingga barang itu terpenuhi atau barang itu bisa kita jual kembali
	Aspek Keuangan
A :	Bagaimana biaya produksi untuk tiap produk yang diproduksi Asana Kopi?
H :	Biaya produksi kita menggunakan sistem rumusan ada perhitungan <i>food cost</i> atau <i>beverage cost</i> disetiap menu yang akan kita jual dan itu semua tersistem melalui sistem POS yang kita pakai dan nge- <i>link</i> dengan <i>eee</i> format <i>report</i> yang kita gunakan sehari-hari
A :	Apakah Asana Kopi memiliki investor?
H :	Investor ada
A :	Berapa ya kira-kira? Ada berapa?
H :	Investor ada tiga orang
A :	Apakah pernah terjadi kesalahan dalam masalah pengelolaan keuangan pada Asana Kopi? Jika pernah, bagaimana solusinya?
H :	Sejauh ini si belum pernah
A :	Boleh boleh, oke oke. Apakah kelebihan dan kekurangan aspek keuangan dari perusahaan ini?
H :	Kelebihan penghitungan aspek keuangan di perusahaan ini kita tersistematis kita menggunakan ada rumusan-rumusan tersendiri untuk merekap data atau <i>value</i> penjualan <i>sales</i> harian dan kekurangannya mungkin untuk <i>report</i> harian kita masih menggunakan <i>paper report</i> nya kita masih menggunakan kertas dimana itu yang bakal kita rekap selama satu minggu
A :	Berarti masih pake manual ya mas?
H :	Ya. Masih menggunakan manual

	Faktor Eksternal
	Ancaman Produk Substitusi
A :	Apakah ada produk pengganti dari produk Asana Kopi di perusahaan lain, contohnya seperti susu?
H :	Produk pengganti ada, kita selain menjual kopi kita juga menjual non kopi kita ada varian menu teh dan dalam waktu dekat ini kita juga bakal <i>launching</i> menu baru yaitu minuman yang segar-segar yang ber- <i>basic</i> non kopi juga dan kita akan <i>launching</i> segera di beberapa bulan kedepan
A :	Bagaimana menghadapi munculnya produk pengganti diluar perusahaan?
H :	Banyak di kompetitor lain mengeluarkan beberapa produk yang kita anggap itu juga sebagai ancaman juga untuk kita namun kita gak pernah berhenti untuk berinovasi dan kita selalu melakukan riset dan melakukan tes produk ke <i>kustomer-kustomer</i> kita dan itu yang bisa kita jadikan acuan untuk kita mengeluarkan, memantapkan diri untuk mengeluarkan produk baru kita
	Ancaman dan Analisis Pesaing
A :	Menurut mas bagaimana strategi agar dapat lebih unggul dibandingkan pesaing-pesaing yang jumlahnya sangat banyak?
H :	Strategi kita dengan cara yang seperti saya lakukan dengan cara <i>mingle</i> atau <i>connect with kustomer</i> itu mungkin yang belum dimiliki oleh pesaing-pesaing kita atau kompetitor kita
A :	Bagaimana Asana Kopi menghadapi hambatan-hambatan dalam memasarkan produk keluar?
H :	Untuk hambatannya terkendala, karena kita juga menjual produk online yaitu melalui gojek atau grab, terkendala ya kalau memang mereka ada <i>maintenance server</i> ya otomatis kita tidak bisa menjual melalui sistem online
A :	Apa saja strategi Asana Kopi untuk menguasai pangsa pasar?
H :	Strategi Asana Kopi untuk menguasai pangsa pasar ya kita konsisten dalam strategi pemasaran dan juga konsisten dalam <i>develop</i> dari sosial media dan kita konsisten melakukan <i>QC</i> dan memberikan <i>service</i> untuk <i>kustomer-kustomer loyal</i> kita
A :	Apa saja kekurangan dalam Asana Kopi yang perlu diperbaiki untuk kedepannya?
H :	Kekurangannya ya mungkin lebih ke konsisten dalam menggait <i>new kustomer</i> terkadang beberapa staf kami masih cuek atau kurangnya <i>awareness</i> dari staf tersebut bagaimana cara menggait <i>new market</i> tersebut agar menjadi loyal <i>kustomer</i> kami, ya itu sih focus kedepannya
A :	Oke oke mas, terima kasih atas waktunya
H :	Ya. Sama-sama
	Daya Tawar Pemasok
A :	Apa saja kelebihan dan kelemahan dari pemasok Asana Kopi?
H :	Kelebihan dan kekurangan, lebihnya kita sangat terbantu untuk distributor atau vendor-vendor yang <i>supply</i> produk atau bahan baku ke kita terutama yang didalam kota namun ada juga kendala dari supplier atau vendor yang <i>supply</i> bahan baku untuk Asana Kopi ini sendiri yang dari luar kota salah satunya terhambat dari masalah proses <i>shipping</i>
A :	Bagaimana hubungan Asana Kopi dengan pemasok?
H :	Hubungan Asana Kopi dengan vendor-vendor supplier itu ya sejauh ini masih terjalin sangat bagus dan beberapa apa saja yang kita butuhkan itu mereka pasti mereka sanggup untuk memenuhi

	Daya Tawar Konsumen
A :	Produk Asana Kopi apa yang paling diminati konsumen?
H :	Produk Asana Kopi yang paling diminati konsumen yaitu es kopi susu gula aren yang menjadi salah satu senjata andalan kita atau <i>best seller</i> kita
A :	<i>Signaturenya</i> Asana Kopi ya berarti es susu ya?
H :	<i>Signaturenya</i>
A :	Bagaimana respon konsumen terhadap harga dan kualitas produk Asana Kopi?
H :	Untuk respon konsumen <i>so far</i> ya mereka memberikan respon yang positif dan banyak input mengenai kualitas ada beberapa masukan atau <i>feedback</i> kita juga siap menampung dan kita selalu berinovasi dengan produk yang akan kita jual itu



Wawancara dengan narasumber Haryo Nugroho dengan posisi sebagai barista Asana Kopi

Narasumber : Michelle Wifalin
 Jabatan : Pemilik Asana Kopi

	Faktor Internal
	Aspek Sumber Daya Manusia
A :	Menurut kak Michelle bagaimana memenuhi ketersediaan sumber daya manusia di perusahaan ini?
M :	Hiring melalui sosmed dan kerabat
A :	Bagaimana cara memberikan <i>training</i> karyawan agar dapat berkompeten di bidangnya?
M :	Menjelaskan SOP, recipe, dan uji coba karyawan untuk membuat menu yang sesuai dengan recipe yang diberikan
A :	Apa saja kriteria yang perusahaan tetapkan bagi sumber daya manusia yang ingin menjadi bagian dari perusahaan?
M :	Jujur dan ingin berkembang
A :	Bagaimana kelebihan dan kekurangan dari sumber daya manusia pada Asana Kopi?
M :	Kelebihannya juga para SDM di Asana kopi ingin terus berkembang, dengan cara mereka ikut berkontribusi setiap diskusi yang saya berikan. Para SDM yang kita miliki ada 3 mereka juga memiliki <i>sense of belonging</i> sehingga mereka semua ikut menjaga dan mempertahankan nilai-nilai yang Asana pegang. Kekurangannya hubungan yang dekat dengan <i>owner</i> terkadang memberi ruang utk SDM untuk kerja lebih santai
	Aspek Pemasaran
A :	Apakah keistimewaan produk dari Asana Kopi dibandingkan dengan produk pesaing?
M :	Menekankan kualitas dari produk, konsistensi. Tidak jarang ditemui beberapa lapak kopi lain kehilangan konsistensi. Asana kopi selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat
A :	Nilai tambah apa saja yang diperoleh oleh konsumen dari penggunaan produk Asana Kopi?
M :	Benefit kah maksudnya? Para barista Asana kopi akan selalu memberi sambutan yang hangat dan service yang terbaik, sehingga kustomer merasa nyaman untuk singgah di asana kopi
A :	Bagaimana strategi marketing dari perusahaan untuk dapat mencapai target?
M :	Karena bukan hanya produk yang menjadi kunci dalam bisnis FnB, service pun memegang peranan penting dalam kelangusngan bisnis fnb, Mengacu pada 4P-7P. Product, price, place, promotion, people, process, pyshical evidence
A :	Bagaimana harga produk Asana Kopi dibandingkan harga dari produk pesaing?
M :	Harga produk Asana dapat dibilang kurang lebih sama dengan pesaing lain
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek pemasaran dari perusahaan ini?
M :	Kelebihan high return. Karena bisnis yang dijalani Asana kopi adalah bisnis di red ocean, tentu saja strategi pemasaran yang Asana lakukan dipastikan untuk menerima high return. Kekurangan: harus selalu perang harga dengan pesaing. Harus siap mengikuti produk yang sedang trend setiap saat, sehingga kurangnya waktu untuk <i>research and development</i> produk yang belum ada di pasaran

	Aspek Produksi
A :	Bagaimana Asana Kopi menghasilkan produk?
M :	Research and development, Trial and error. Dimulai dari menu apa yang ingin dibuat. Contohnya es kopi susu. Kami list dahulu, ingredients apa saja yang dibutuhkan. Setelah itu kita test bahan-bahan yang kami butuhkan. Semisal susu. Kami test apakah susu Greenfields cocok, atau mungkin susu Cimory lebih dapat menyatu dengan sempurna. Begitu seterusnya
A :	Bagaimana strategi perusahaan dalam memproduksi produk secara efisien dan efektif?
M :	Kami mengusahakan agar 1 bahan dapat dipakai pada lebih dari 1 menu
A :	Bagaimana cara perusahaan mengukur kepuasan konsumen terhadap kualitas produk?
M :	Yang paling mudah kami dapat memantau hasil penjualan tiap produk di POS kami. Selain itu kami juga meminta feedback di Instagram, tidak jarang kami menanyakan produk kami kepada pengguna Instagram yang mengekspos produk Asana di Instagram. Selain itu kami juga menjalin komunikasi pada kustomer dine in kami
A :	Bagaimana cara Asana Kopi menjaga kualitas produk dalam proses produksi?
M :	Setiap bahan yang kami gunakan, para barista Asana akan menulis tanggal pembuatan bahan tersebut. Recipe card juga disediakan di area produksi, jadi dapat dipastikan setiap minuman yang kami <i>serve</i> selalu konsisten
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek produksi dari perusahaan ini?
M :	Kelebihannya konsistensi. recipe card yang ada di area produksi membantu para barista untuk selalu konsisten dalam meracik minuman. Kekurangannya tidak ada
	Aspek Keuangan
A :	Bagaimana biaya produksi untuk tiap produk yang diproduksi Asana Kopi?
M :	Dengan cara menghitung berapa rupiah untuk tiap bahan-bahan yang digunakan, kemudian dapat diketahui biaya produksi, kemudian meng-set harga dengan <i>beverage cost</i> tidak lebih dari 35%-38%
A :	Apakah Asana Kopi memiliki investor?
M :	Tidak ada investor pasif. Semua pemilik modal ikut berkecimpung (aktif) untuk mengembangkan Asana Kopi
A :	Apakah pernah terjadi kesalahan dalam masalah pengelolaan keuangan pada Asana Kopi? Jika pernah, bagaimana solusinya?
M :	Tidak
A :	Apakah kelebihan dan kekurangan aspek keuangan dari perusahaan ini?
M :	Kelebihannya keluar masuk uang dipantau sendiri oleh owner, tidak ada perwakilan. Jadi dipastikan tidak ada kecurangan. Kekurangannya tidak ada
	Faktor Eksternal
	Ancaman Produk Substitusi
A :	Apakah ada produk pengganti dari produk Asana Kopi di perusahaan lain, contohnya seperti susu?
M :	Ada, kita disini gak cuma jual kopi aja ada banyak varian menu
A :	Bagaimana menghadapi munculnya produk pengganti diluar perusahaan?
M :	Saya rasa untuk mengantisipasinya kami juga harus adaptif dan memperhitungkan baik-baik untuk ketersediaan barang yang kami gunakan

	Ancaman dan Analisis Pesaing
A :	Menurut kak michelle bagaimana strategi agar dapat lebih unggul dibandingkan pesaing-pesaing yang jumlahnya sangat banyak?
M :	Memperkuat branding si supaya orang-orang lebih tau brand kita
A :	Bagaimana Asana Kopi menghadapi hambatan-hambatan dalam memasarkan produk keluar?
M :	Mempersiapkan marketing plan dengan matang. Dan menjalankan 4P yang kami terapkan seperti penjelasan sebelumnya
A :	Apa saja strategi Asana Kopi untuk menguasai pangsa pasar?
M :	Adanya ajakan untuk <i>franchise</i> . Dengan cara ini Asana menjadi lebih cepat untuk hadir dan menguasai pangsa pasar. Selain itu mematok harga jual sesuai dengan target market kami. Kami juga mengusahakan agar dapat berpartisipasi dalam pameran-pameran dimana kami dapat mengenalkan brand Asana Kopi
A :	Apa saja kekurangan dalam Asana Kopi yang perlu diperbaiki untuk kedepannya?
M :	Kurangnya anggota dalam tim Asana Kopi, sehingga otomatis akan memperlambat progress mencapai goal Asana Kopi
A :	Apa saja keunggulan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis?
M :	Konsistensi produk, kebersihan, service, inovatif
	Daya Tawar Pemasok
A :	Apa saja kelebihan dan kelemahan dari pemasok Asana Kopi?
M :	Kelebihannya dari distributor yang bukan pemula. Dapat dipastikan untuk stok barang selalu tersedia. Kelemahannya tidak ada
A :	Bagaimana hubungan Asana Kopi dengan pemasok?
M :	Baik-baik aja kok
	Daya Tawar Konsumen
A :	Produk Asana Kopi apa yang paling diminati konsumen?
M :	Es kopi susu (es kopi aren)
A :	Bagaimana respon konsumen terhadap harga dan kualitas produk Asana Kopi?
M :	Positif. Kita juga sering tanya pendapat mereka tentang produk kita jadi kita bisa tau apa yang kurang dalam produk kita



Wawancara dengan narasumber Michelle Wifalin dengan posisi sebagai pemilik Asana Kopi