

LAMPIRAN 1 : PEDOMAN WWANCARA

PEDOMAN WAWANCARA

Waktu wawancara :
Suasana wawancara :
Nama informan :
Jabatan di Ivone Cookies :

1. Gambaran umum perusahaan

Sejak kapan Perusahaan didirikan?
Siapakah nama pemilik dari perusahaan ini?
Perusahaan bergerak di bidang apa?
Bagaimana pertumbuhan penjualan perusahaan ini?
Bagaimana memiliki rencana untuk membuka gerai?

2. *Business Model Canvas*

a. Customer Segment

- Siapa *Customer Segment* perusahaan pada industri (kue kering) ini pada umumnya?
- Usia berapa saja dan jenis kelamin apa yang menjadi mayoritas pelanggan Ivonie Cookies?
- Pelanggan dari Ivonie Cookies tergolong dalam kelas sosial yang mana?
- Apakah para pelanggan Ivonie Cookies memiliki pengetahuan tentang produk Ivonie Cookies?
- Bagaimana tanggapan para pelanggan Ivonie Cookies tentang produk Ivonie Cookies?

b. *Value Proportition*

- Apakah ada produk kue kering baru yang kedepan akan dibuat oleh Ivonie Cookies?
- Inovasi Apasajakah yang telah dilakukan oleh Ivonie Cookies pada tahun ini?
- Apakah pelayanan yang ada pada Ivonie Cookies sekarang ini sudah cukup memuaskan pelanggan?
- Apakah Ivonie Cookies akan melakukan kostumisasi produk pada pelanggan yang menginginkannya?
- Apakah disain produk yang dilakukan oleh Ivonie Cookies sudah efektif dalam menarik pelanggan?
- Berapa saja harga – harga produk Ivonie Cookies?
- Apakah dengan harga tersebut sudah dapat terjangkau oleh para pelanggan Ivonie Cookies?
- Apakah dengan harga tersebut Ivonie Cookies dapat bersaing dengan pesaingnya?
- Bagaimana ketersediaan akses pelayanan pada Ivonie Cookies?
- Manakah *Value Proportition* yang paling menonjol pada Ivonie Cookies?
- Apakah dari *Value Proportition* yang paling menonjol tersebut sudah ada perusahaan lain yang menerapkannya?
- Apakah *Value Proportition* yang paling menonjol tersebut sudah menjawab yang dibutuhkan oleh pelanggan?

c. *Channel*

- Bagaimana cara yang dilakukan oleh Ivonie Cookies dalam menjangkau pelanggannya (langsung dan atau tidak langsung)?
- Apakah cara dalam menjangkau pelanggan yang telah dilakukan oleh Ivonie Cookies sudah efektif?

- Bagaimana cara yang dilakukan oleh Ivonie Cookies dalam melakukan *Channel* langsung (bila ada *channel* langsung)?
- Bagaimana cara yang dilakukan oleh Ivonie Cookies dalam melakukan *Channel* tidak langsung (bila ada *channel* tidak langsung)?
- Apakah pelanggan sudah dengan mudah mendapatkan produknya?

d. *Customer Relationship*

- Apakah Ivonie Cookies telah melakukan pengembangan terhadap *Customer Relationship* nya?
- Bagaimana cara Ivonie Cookies untuk mempertahankan serta meningkatkan *Customer Relationship* nya?

e. *Revenue Streams*

- Dari manakah *Revenue Streams* yang telah di dapat oleh Ivonie Cookies?
- Berapakah hasil dari *Revenue Streams* yang di dapat oleh Ivonie Cookies?

f. *Key Resources*

- Apa saja aspek *Physical* yang ada dalam Ivonie Cookies?
- Apakah aspek *Intellectual* berperan penting dalam Ivonie Cookies?
- Apa saja aspek *Human* yang ada dalam Ivonie Cookies?
- apakah aspek *Financial* berperan penting dalam Ivonie Cookies?

g. *Key Activities*

- Apakah proses produksi pada Ivonie Cookies sudah dilakukan dengan baik?

h. Key Partnership

- Apakah motivasi kemitraan yang diterapkan perusahaan?
- Siapakah Mitra potensial perusahaan?
- Apakah ada rencana untuk menambah mitra baru?
- Bagaimana hubungan perusahaan dengan mitra terjalin?

i. Cost Structure

- Apakah jenis *Cost Structure* yang telah diterapkan oleh perusahaan (*Cost Driven* atau *Value Driven*)?
- Apa saja *Variabel Cost* yang terkandung dalam perusahaan?
- Apa saja *Fixed Cost* yang terkandung dalam perusahaan?

LAMPIRAN 2 : WAWANCARA

WAWANCARA

Waktu wawancara : 10 November 2015, pukul 16.00
Suasana wawancara : di sore hari dengan suasana santai
Nama informan : Ibu Ivana Yuwono
Jabatan di Ivone Cookies : Pemilik Ivonie Cookies

3. Gambaran umum perusahaan

Antonius : perusahaan Ivonie Cookies mami ini didirikan sejak tahun kapan mi?

Ivonie : udah sepuluh tahun

Antonius : udah sepuluh tahun ya mi ya, terus Ivonie Cookies ini bergerak dibidang apa mi usaha mami?

Ivonie : ya Cookies to roti

Antonius : Cookies, kue kering ya mi ya

Ivonie : iya

Antonius : terus mau Tanya mi pertumbuhan penjualan mami ini kira – kira pertahun itu meningkat sampai berapa persen gitu?

Ivonie : ow iya, itu naik banyak itu

Antonius : ow naik banyak ya

Ivonie : iya naik banyak itu, kira – kira isa 40% an

Antonius : 40% an ya naik

Ivonie : dulu itu mami ndak banyak ya, jadi orang pada tahu misale kayak mami ini jual ambe kamu, kamu beli beli ndek mami, terus kamu kasih temenmu, “la kok enak beli dimana? Ow beli disana lo”. la itu dia bu, mau jualkan bagaimana caranya kerja samanya. La mami ada barang ada uang akhire dia berani spekulasi terus laris, sampai Nganjuk, sampai Sidoarjo, Surabaya tapi mami tidak

konstigansi ya jadi back to door jadi ndak mau tak masukan toko,
mami ngga mau

4. *Business Model Canvas*

a. Customer Segment

Antonius : ow iya, terus mau Tanya mi, biasanya mami ini yang beli ndek
mami ini sapa ae kira – kira? Karyawan atau apa gitu?

Ivonie : ow, staff kantor

Antonius : ow, staff kantor ya biasae

Ivonie : iya

Antonius : biasa usianya sampai berapa mi?

Ivonie : ya biasa usia 30an, terus rumah sakit – rumah sakit itu pada
ambil, pemkot pemda

Antonius : mami sudah coba nyebarne brosur di customer mami atau belum?
Jadi kira – kira customer mami tahu tentang produk mami

Ivonie : ya tahu produk mami, mereka tahu semua

Antonius : ow, tanggapan mereka sama kue Ivonie Cookies yang beli itu
selama ini ?

Ivonie : ya bilang enak sih ti, cuman tahun kemarin mami di complain
agak kemanisan sedikit terus mami ngurangi, soalnya mami
gulanya ga beli gula halus tapi gula pasir tak giling sendiri jadi
murni, itu kadar gulanya kan, kalau di parik gula ada dua macam
gula, yang kuning itu manis banget kalau yang putih engga ya itu
mami cari yang kuning jadi makae tak kurangi

b. Value Proposition

Antonius : kedepan kira – kira mami mau inovasi seperti apa lagi kue
keringnya? Ada gambaran ngga untuk sekarang ini? Atau masih
belum ada?

Ivonie : rencana sih nastar kurma

Antonius : kenapa mi alasannya kok rencana mau buat nastar kurma?

- Ivonie : alasannya itu di Indonesia itu 70% orang Islam, sedangkan kurma itu makanan khasnya
- Antonius : desain produk mami , jadi seperti toples – toples mami itu menurut mami sudah efektif dalam menarik pelanggan ngga saat ini?
- Ivonie : toplesnya itu mami cari yang murah sih karena kalau yang kotak itu mahal terus kemasannya ngga mewah kalau ini ndak begitu mahal tapi kemasannya mewah, dulu mami ngga pakai ini dulu pakai yang kecil tinggi kalau yang ini lebar, memang penataannya sulit untuk mengatur roti di dalam toples supaya ngga kocak. Kue kering mami ini ngga dihitung timbangan, mami hitungnya itu asal penuh padat tidak goyang, jadi orang – orang itu senang karena kalau dibuat untuk parcel ngga akan goyang, bahkan JNE selalu ambil mami untuk parcel
- Antonius : ow iya – iya, ini harga produk Ivonie Cookies ini menurut mami sudah terjangkau atau ngga?
- Ivonie : ya pasti terjangkau, mereka yang dijual lagi itu bahkan untungnya isa lebih banyak daripada mami, karena apa mami selain ada barang ada tester jadi orang makan, misal dari mami harga 30 rb mereka isa jual 37, 500 sampai 40 rb, harga itu relative asal enak no problem harga itu
- Antonius : kalau dibandingkan sama pesaing dari Ivonie Cookies mi?
- Ivonie : selama ini di Kediri itu ngga ada yang enak, Olivia kuenya keras. Kalau Olivia dan toko roti Lin itu kurang enak, banyak orang bilang nde Olivia mahal dan ga enak
- Antonius : ow ya mi, kira – kira nilai dari keunggulan Ivonie Cookies ini apa?
- Ivonie : ya murah dan rasanya enak, kan susah buat sing murah dan rasanya enak tapi punya mami gitu, tapi jangan dibandingkan dengan Holland, Holland itu pakai kimia kalau mami ngga. Jadi mami ngga pakai pengawet terus glasur tidak, mami cara pemanggannya yang rata jadi dia awet dan trigu mami oven, terus

pemanggangan disaat adonan api kecil rata memang lama ti tapi kan banyak oven. Kalau Holland ada baking powder, kalau mami pakai rowbutter margarin itu, itu merek bluebandnya sama wisman itu merk mentega luar kalau susu pakai dancow. Dan bener – bener tidak ada bahan pengawet atau bahan kimia.

c. Channel

Antonius : selama ini orang – orang ngambil produk Ivonie Cookies katae mami tadi itu dari orang – orang yang pernah coba ya?

Ivonie : dari orang yang pernah makan

Antonius : ow, terus orangnya itu ngambil sendiri atau mami mengantarkan kesana?

Ivonie : ow.. dia ambil sendiri , mami ngga mau ngantar

Antonius : em, menurut mami yang sekarang mami lakukan itu orang menganambil barang kemami itu sudah efektif atau belum? Atau mami mau rencana kedepan mau buat delivery?

Ivonie : iya mami lebih senang untuk kerja sama yang baik itu bisa saling percaya, mami disini pertama dia ambil ada uang ada barang sudah selesai mami ngga resiko, dan dia kalau ngambil sendiri dapat tester, tapi tester cuman 1x ngga berulang kali. Tapi nanti selanjutnya agen – agen tahu rasanya

Antonius : ow ya mi, selama ini kalau mami menangani pembelie mami itu, itu harus berhadapan langsung atau lewat telfon bisa? Lewat email bisa? Lewat facebook bisa?

Ivonie : sementara ini, mami memang orang kuno ya.. mami belum online lewat facebook jadi mereka itu datang langsung berhadapan bukan sama mami tapi sama sekretaris Wiwin, jadi kalau bayar barang, pemasaran, dan totalan itu tak serahno Wiwin

d. Customer Relationship

Antonius : ow ya mi mau Tanya, ini soal hubungan mami dengan pelanggan mami. Kan tadi mami bilang kepercayaan kan mi?

Ivonie : iya

Antonius : untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan mami, mami melakukan apa biar pelanggan itu bisa percaya sama mami dan mami bisa percaya sama pelanggan mami?

Ivonie : ada tester

Antonius : oh pakai tester itu tadi ya...

Ivonie : iya, pertama mami lakukan sih ada tester terus mami bilang sama pelanggan mami “roti yang di buka dalam tester sama rasanya dengan yang nanti dibeli” tak yakinkan disitu. Sama mami juga minta Wiwin untuk ngomong langsung sama pelanggan, jadi kalau ada saran buat kue mami, mami bisa tahu kalau roti mami perlu dibenahi lagi

e. *Revenue Streams*

Antonius : sekarang aku mau Tanya aliran dana e mami, aliran dana yang masuk di Ivonie Cookies ini biasa dari mana? Cuma dari penjualan atau ada sing lain?

Ivonie : ya pakai modale mami ti, itu penjualan untung dulu jadi bermodal dan mami ya ada modal, mami kan ngga dibidang roti aja, mami catering, investasi sapi dan dapet dari arisan juga. Jadi mami ngga utang.

Antonius : oh, kira – kira modale mami waktu awal berdiri itu berapa?

Ivonie : kecil ti cuman 10 juta, karyawan cuman 3

Antonius : oh kalau sekarang modal butuh berapa?

Ivonie : kalau sekarang bisa 60 – 70 juta an

f. *Key Resources*

Antonius : asset – asset mami secara fisik apa aja?

Ivonie : awal mulanya mesin kecil

Antonius : kalau yang sekarang mi?

Ivonie : mesin pengaduk yang besar itu, oven 3 meteran ada 3, terus Loyang ada banyak

Antonius : ow.. pekerjae mami sekarang ada berapa mi?
Ivonie : biasae 10 orang bahkan isa lebih, soale karyawane freelance dan mami ngga mau pakai pegawai lama tak pakai terus, misal ada 10 ya sing lama 3 sing 7 harus baru, karena mami cari tenaga yang murah. 3 pegawai lama kan isa ngajari 7 pegawai baru, 7 pegawai itu murah ti.

g. Key Activities

Antonius : proses produksi sing mami lakukan ini kayak gimana? Sudah higienis kah?
Ivonie : ya jelas higienis ti, itu semua di oven mulai dari tepunge di oven
Antonius : jadi sudah dilakukan dengan baik ya seluruh proses produksinya?
Ivonie : iya, tepung trigu itu kadar airnya tinggi supaya menjadi roti yang baik di oven dulu, dan misal selai nanas, mami produksi sendiri ngga mau beli di luar dari getuk nanas yang asli dimasak sampai lama itu, untuk nastar ya itu

h. Key Partnership

Antonius : mami selama ini pernah kerja sama dengan orang?
Ivonie : ngga, ngga mau mami
Antonius : kalau kedepan mami tetap ga ada rencana untuk kerja sama?
Ivonie : ya mau kalau sama distributor
Antonius : berarti kalau sekarang tidak ada distributor yang ambil dari Ivonie Cookies?
Ivonie : dulu ada orang sidoarjo banyak, sekarang ngga. Tapi kan di rumah sakit, pemda itu kan ada
Antonius : hubungan mami sama mitra mami ini sudah terjalin dengan baik atau belum?
Ivonie : yang berjalan dengan baik ti, mereka lo dikasih tester dan udah coba rasanya enak ya mengapa ngga brani jual

i. Cost Structure

Antonius : ow... di Ivonie Cookies ini dalam biaya mami lebih menekan harga yang murah atau punya nilai tambah?

Ivonie : mami lebih mentingne rasae sing enak

Antonius : ow berarti Ivonie Cookies ini lebih mementingkan rasa dulu baru harga jadi ga pedul biaya banyak yang penting enak?

Ivonie : iya

Antonius : em... terus biaya variable cost yang ada di Ivonie Cookies itu apa ae mi?

Ivonie : gula, terigu, telur, keju, buah, mentega itu paling banyak sama gas elpiji

Antonius : kalau biaya fix coste mi?

Ivonie : ya karyawan

Antonius : ow... makasih mi...

LAMPIRAN 3 : WAWANCARA

WAWANCARA

Waktu wawancara : 12 November 2015, pukul 11.00
Suasana wawancara : di pagi hari dengan suasana santai
Nama informan : Ibu Wiwin Gabriela
Jabatan di Ivone Cookies : Sekretaris, pemasaran, keuangan

5. *Business Model Canvas*

a. Customer Segment

Antonius : permisi bu, selamat pagi saya dari UKP mau Tanya tentang Ivonie Cookies

Wiwin : ow ya nyo

Antonius : saya mau nanya biasa rata – rata usia pelanggan Ivonie Cookies itu berapa ya?

Wiwin : biasa sih rata – rata umur 30an, soalnya kan yang beli kebanyakan karyawan – karyawan kantor, atau orang – orang yang dari rumah sakit, pemkot – pemda juga biasanya.

Antonius : ow ya bu, pemasarannya Ivonie Cookies ini pernah nyebar brosur gitu ngga?

Wiwin : ngga nyo biasa pelanggan – pelanggan yang beli itu datang langsung kesini.

Antonius : ow gitu ya bu... em selama ini tanggapan orang – orang sama kue Ivonie Cookies ini gimana bu?

Wiwin : ya baik sih, tiap tahun aja penjualannya tambah banyak

b. Value Proposition

Antonius : ow ya bu, ini tentang disain kemasan kue Ivonie Cookies, menurut ibu kemasannya saat ini sudah menarik pelanggan atau belum ya?

- Wiwin : kalau kemasannya sih sudah cukup bagus ya, soalnya kan pakai toples plastik yang lebar jadi kelihatan padat dan penuh, kalau dilihat dari luar kelihatan banyak jadinya
- Antonius : kalau menurut ibu harga kue Ivonie Cookies ini sudah dapat dijangkau pelanggan atau belum?
- Wiwin : kalau dari segi harga sih ya sudah pas lah soalnya orang – orang lain kalau jual kue kering itu mahal – mahal, biasa orang jual ya bisa sampai 40 ribuan
- Antonius : kalau kue kering Ivonie Cookies ini dibandingkan dengan penjual lainnya bu?
- Wiwin : ya kalau dibandingkan Holland emang masih kalah, tapi kalau dibandingkan dengan toko kue kering lain seperti Olivia ya masih enak sini kata pelanggan – pelanggan gitu sih
- Antonius : menurut ibu nilai yang menonjol dari Ivonie Cookies ini apa ya?
- Wiwin : kalau menurut saya sih ya harganya tergolong murah ditambah lagi rasanya juga enak dan ngga pakai bahan pengawet

c. Channel

- Antonius : bu selama ini gimana pelanggan Ivonie Cookies menerima kue nya? Ada system delivery atau cuman orang datang yang kayak ibu tadi bilang?
- Wiwin : ya kalau selama ini sih orangnya dateng kesini soalnya kalau orangnya dateng kan enak, bisa ngomong langsung terus kita kan juga isa tahu orangnya ini yang beli kayak gimana jadi isa saling percaya. Toh kalau mau beli tinggal dateng langsung kasih tester, terus kalau cocok yang tinggal pesen.
- Antonius : ow gitu ya bu... kalau boleh Tanya, secara pribadi cara yang dilakukan oleh Ivonie Cookies ini sudah efektif atau belum?
- Wiwin : kalau menurut saya sudah, soalnya seperti yang baru saya bilang kalau ketemuan langsung kan enak ngobrolnya terus kita jadi isa tahu orangnya kaya gimana, dan kalo ketemu langsung kan ngga resiko

Antonius : kedepan ada rencana ngga bu lewat media sosial?

Wiwin : ya... untuk sementara ini sih masih belum nyo, tapi ngga tahu kalau kedepan tergantung sama bu Ivon, kalau ibunya mau ya nanti bisa saya usahakan

d. Customer Relationship

Antonius : ow gitu ya bu, bu untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan Ivonie Cookies sama kue keringnya, cara apa yang sudah dilakukan sama Ivonie Cookies saat ini?

Wiwin : kalau untuk sekarang ini pakek tester nyo, testere wadahe juga ngga kecil banget lo, terus waktu mereka coba tester kita kasih tahu kalau tester rasae dijamin sama dengan yang nanti dibeli. Terus kalau ada keluhan masalah kue ngga enak juga bisa langsung hubungi saya

e. Revenue Streams

Antonius : ow ya bu modal biasanya per musim itu berapa ya?

Wiwin : em... biasa sekitar 60 – 70 jtan nyo

f. Key Partnership

Antonius : bu selama ini apakah Ivonie Cookies memiliki mitra kerja?

Wiwin : kalau yang dimaksud mitra itu konsingansi dengan toko atau swalayan ngga ada nyo, tapi kalau orang yang kulakan ada banyak nyo mulai dari rumah sakit sampai pemda juga ada

Antonius : ow iya bu, apakah selama ini hubungan dengan mitra rumah sakit dan pemda itu sudah berjalan dengan baik?

Wiwin : ya sudah nyo mereka, kan tiap tahun tetep ambil disini klo ngga baik kan mereka ga akan ambil lagi...

g. Cost Structur

Antonius : ow ya... ya, bu di Ivonie Cookies ini kuenya lebih mementingkan harga atau nilai tambah lain? Misalnya kayak desain kemasannya yang menarik atau rasanya yang unik

Wiwin : kue di Ivonie Cookies ini lebih mentingin rasa nyo nomor satu kalau harga sih nomor dua. Kayak rasa nastarnya kan unik beda sama toko – toko kue kering lain di Kediri sini.

Antonius : bu kira – kira biaya variable apa ya yang timbul di Ivonie Cookies ini?

Wiwin : wah banyak nyo kalau itu mulai dari buahnya sendiri soalnya kan selai di Ivonie Cookies ini sendiri ngolah sendiri, terus susu, telur, terigu, gula, gas elpiji, mentega, keju

Antonius : kalau biaya fix nya apa saja ya?

Wiwin : ya gaji nyo

Antonius : makasih bu, maaf ganggu lo

Wiwin : ow iya ga apa – apa nyo

LAMPIRAN 4 : WAWANCARA

WAWANCARA

Waktu wawancara : 12 November 2015, pukul 14.00
Suasana wawancara : di siang hari dengan suasana santai
Nama informan : Mila Kristianti
Jabatan di Ivone Cookies : karyawan produksi

6. *Business Model Canvas*

a. Value Proposition

Antonius : selamat siang mbak, saya dari UKP ingin tahu mengenai Ivonie Cookies

Mila : ow iya ko, tentang apa ya?

Antonius : gini mbak tahun depan ada gambaran ngga kira – kira mau inovasi kue kering apa?

Mila : ini kalau dari ibu Ivon mau buat nastar kurma katanya

Antonius : mbak tahu ngga kenapa kok tahun depan ada rencana mau buat nastar kurma

Mila : em... mungkin karena banyak pembeli kue keringnya bu Ivone ini yang mayoritas muslim ko

Antonius : ow... mbak kalau boleh tahu menurut mbak mila bentuk kemasan kue kering dari Ivonie Cookies ini sudah cukup pelanggan atau belum?

Mila : menurut saya sudah ko, soalnya kemasan toplesnya kan ngga aneh – aneh dan juga kalau kami memasukan kuenya kan padat jadi kelihatan menarik buat para pembelinya.

Antonius : kalau dari harganya mbak, menurut mbak harga Ivonie Cookies ini bisa dibilang terjangkau ngga mbak?

- Mila : ya terjangkau – terjangkau aja ko, soalnya kan rasanya juga enak terus kalo dibanding sama kue kering di Kediri yang lain ya masih enak dan murah Ivonie Cookies ko
- Antonius : menurut mbak kue Ivonie Cookies ini dibanding yang lain gimana mbak?
- Mila : kalau menurut saya enak Ivonie Cookies soalnya denger – denger yang lain kuenya keras bahkan ada yang kemanisan
- Antonius : menurut mbak nilai keunggulan yang paling menonjol dari Ivonie Cookies ini apa ya mbak?
- Mila : rasanya enak, harganya pun tergolong murah ko, apalagi rasa nastarnya durian sama nanas udah terkenal ko, di Ivonie Cookies ini kan selainnya dibuat dari buah yang masih fresh jadi rasanya juga enak, ngga cuman itu ko terigunya juga di oven dulu jadi rasa kuenya nanti jadi lebih enak. Dan Ivonie Cookies ini tanpa pakai bahan kimia

b. Key Resources

- Antonius : mbak asset – asset fisik yang ada di Ivonie Cookies ini apa saja ya?
- Mila : mesin pengaduk 1, oven ada 3, terus loyangnya mungkin ada 70an
- Antonius : karyawan di Ivonie Cookies ada berapa ya mbak?
- Mila : biasa 10 itu sudah termasuk saya, biasanya ibu Ivon ambil 7 orang baru terus nanti saya ngajari yang masih belum bisa, mulai dari campur bahannya, oven terigu, ngoles mentega, manggang di oven, sampai masukin ke toples ko

c. Key Activities

- Antonius : proses produksi yang dilakukan Ivonie Cookies saat ini gimana mbak? Sudah higienis kah?
- Mila : ya sudah dong ko, kalau ngga higienis nanti kan kalau yang makan kuenya sakit perut kan sini juga yang kena

Antonius : kalau menurut mbak sekarang ini proses produksi Ivonie Cookies sudah terbilang cukup baik atau belum?

Mila : sudah baik ko, soalnya semua prosesnya kan sudah ada prosedurnya kayak aja, terigu harus dipanggang dulu, terus nanas harus dimasak pakai api kecil, ya kayak gitu ko banyak prosesnya

Antonius : ow ribet juga ternyata ya... makasih lo mbak sudah ngrepoti saya

Mila : ow ngga kok ko