

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara Awal

Orang yang Diwawancarai : Ahmad Mifthakul Khoiri (Owner Ayam Geprak)		
Tanggal : 27 Februari 2017		
Waktu : 14.15 WIB		
Tempat : Kedai Ayam Geprak Jln. MT. Haryono Malang		
Subyek : Sistem Informasi Pemasaran di Kedai Ayam Geprak		
No	Sasaran Pertanyaan Pewawancara	Respon Orang yang Diwawancarai
1.	Bagaimana awal munculnya usaha Ayam Geprak?	<p>Tahun 2011 mulai merintis usaha, dengan membuat ayam geprak dan nasi lemon, nasi lemonnya yang lebih ditonjolkan dikarenakan nama ayam geprak sudah familiar di Jogja.</p> <p>Dalam perkembangannya tahun 2011 sampai 2012 tidak berkembang dengan baik, bahkan tidak laku, tetapi tahun 2013 dikembangkan lagi. Hampir semua modal yang digunakan untuk usaha dari Universitas dari Dikti dan Program-program Kemahasiswaan.</p> <p>Dari Program Mahasiswa Wirausaha mendapat uang sebesar Rp. 7.000.000. Uang tersebut digunakan untuk sewa teras di Jalan Kerto Rahayu Cabang Pertama itu. Dari situ, ketika mengenalkan ayam geprak dan sambal bawang, orang semakin banyak yang suka, dan mulai terus berkembang dan tumbuh berkembang ada enakya dan tidak enakya dalam arti sebagai contoh, tahun 2014 membuka 3 cabang, kemudian tahun 2015 menambah 2 cabang, menjadi 5 cabang. Tahun 2016 yang 2 cabang di close, masih 3 cabang, namun yang 1 cabang itu, yang awalnya kecil, di upgrade menjadi resto yang akan di buka bulan depan.</p>
2.	Ada berapa kedai	Saat ini terdapat 3 cabang, dan bulan depan akan membuka

	penjualan Ayam Geprak untuk saat ini?	sebuah resto.
3.	Apakah di tiap kedai mempunyai fasilitas yang sama?	<p>Untuk kedai, fasilitas tempat menyesuaikan tempat yang disewa, tetapi untuk menu semuanya sama. Sebenarnya tujuannya adalah bagaimana membuat customer nyaman, sebagai contoh dulu desainnya masih simple, mejanya masih sederhana, karena memang modalnya masih kuat seperti itu, lalu sekarang dapat mengembangkan seperti kursi kayu yang modern karena modalnya sudah mencukupi, jadi sebenarnya jika bicara tentang idealnya, menginginkan semuanya baru, namun kembali lagi karena terbatas dengan modal jadi modal yang ada digunakan semampunya.</p> <p>Ada pengecualian pada resto, resto sangat berbeda, 80% menunya berbeda tidak hanya ayam geprak, bahkan ayam geprak yang disediakan hanya ayam geprak istimewa saja, untuk yang original dan yang special tidak ada, disana grade nya lebih tinggi, untuk harganya lebih mahal, namun dalam tanda kutip masih relative terjangkau.</p>
4.	Bagaimana sistem informasi pemasaran yang ada di Ayam Geprak?	<p>Dari sistem pemrosesan transaksi, masih manual tujuannya memang bagi pribadi memahami secara detail proses transaksi, jadi per hari belanja berapa pendapatannya berapa itu ada, namun sifatnya masih global, secara rinci juga ada namun jarang direkap, bahkan perbulan akhirnya mengetahui pendapatannya berapa, tanggungan yang didapat berapa.</p> <p>Riset pemasaran, sebenarnya sudah memahami dan pernah melakukan itu, ketika cabang yang dipunyai masih satu, manakala ketika proses ingin menaikkan harga, jadi ketika ingin menaikkan harga, mau menambah menu beberapa waktu melakukan riset, dengan bertanya kepada customer. Jika mau naik, naik berapa? Kalaupun naik, ingin ditambah apa? Kalaupun ada pengurangan item, akan disampaikan</p>

		<p>alasannya apa kepada customer.</p> <p>Intelejensi Pemasaran, yang membedakan secara general, secara utama, ayam geprak tidak berangkat dari modal pemasaran yang begitu besar, karena belajar dari pengalaman, ketika mengandalkan pemasaran dan percaya produknya akan laku dan terjual ternyata salah, pemasaran itu hanya memegang peranan 30%, manakala sedang memahami konsep bisnis bukan secara general, kenapa? Karena pada Tahun 2011 dan 2012 itu berbagai upaya pemasaran telah dilakukan tetapi hasilnya masih kurang optimal. Ayam Geprak itu berkembang dari kepercayaan customer, testimony customer, jadi awal 2013 kemudian berkembang sampai sebesar ini, karena ada rekomendasi dari teman ke teman, orang yang pernah mencoba kemudian suka. Selain itu, pembuatan pamflet dan brosur juga masih digunakan untuk menyebar informasi, sedangkan untuk penyebaran informasi secara online, masih belum dapat dioptimalkan karena keterbatasan pengetahuan tentang IT, namun pihak kedai sudah memiliki domain dan akun-akun di media sosial seperti facebook, twitter dan instagram.</p>
5.	<p>Apa saja permasalahan dalam sistem informasi pemasaran dalam Ayam Geprak?</p>	<p>Sampai saat ini, diakui masih kekurangan tenaga orang untuk merumuskan atau mengembangkan konsep pemasaran, banyak program pemasaran yang kurang terealisasi hanya karena kesibukan membagi tugas. Pernah juga mengambil manajer pemasaran namun hasilnya kurang bagus karena masih mahasiswa jadi mungkin pengetahuannya masih terbatas, masih mengalami kebingungan, juga tidak terealisasi.</p> <p>Kemarin, untuk mengantisipasi suatu saat ketika mempunyai sistem yang lebih bagus terutama sistem informasi pemasaran di dunia digital, maka sudah membeli domain ayamgeprak.com namun belum bisa hosting. Jika hanya hosting, sebenarnya bisa, karena ada saudara atau</p>

		kakak yang ahli, namun tunggu Rebranding. Jadi ada rencana untuk rebranding terhadap logo Ayam Geprak karena terjadi perubahan logo lama menjadi logo baru. Jadi hanya tinggal membuat desain website dan memberi informasi saja, namun masih menunggu rebranding.
6.	Apakah sudah menggunakan komputer untuk aktivitas pemasarannya?	Untuk aktivitas pemasaran dilakukan dengan mobile atau Handphone. Jika menggunakan computer belum bisa mengatasi, karena media promosi yang tersebar hanya social media, jadi kami memerlukan computer hanya untuk rekapitulasi data, input data. Sebagai contoh, jika sudah memiliki website, ketika ingin hosting, edit data dan sebagainya, baru menggunakan computer, namun untuk media pemasaran yang dibutuhkan adalah fleksibilitas, walaupun manajer pemasaran juga dengan handphone, tidak mungkin menghadap di depan computer terus menerus.
7.	Apakah ada koneksi internet di tiap kedai Ayam Geprak?	Belum mempunyai koneksi internet dalam setiap desai Ayam Geprak, karena mengantisipasi sedia wifi, tongkrongan. Kalau untuk internet pribadi, selaku pemegang akun Ayam Geprak dia media social menggunakan internet pribadi.
8.	Apakah ayam geprak sudah memiliki web sendiri untuk aktivitas pemasaran?	Sebenarnya untuk kearah website, sangat ingin punya, namun pengalaman dan pengetahuan yang terbatas membuat belum ada akses untuk kesana. Sebenarnya langsung beli juga bisa, namun secara pribadi belum tentu memahami secara detail, karena tidak bisa melakukan sesuatu tanpa adanya pemahaman.
9.	Jika ada website, apa saja manfaat yang didapat oleh ayam geprak dari adanya website?	Manfaatnya sangat besar, karena orang mencari informasi atau apapun pasti lewat google, google itu akan mendeteksi paling cepat dengan website, baru kemudian media social, oleh karena itu orang akan cepat mengetahui tentang profil usaha Ayam Geprak, dan macam-macam. Setiap orang bahkan mencari rekomendasi makanan enak, makanan murah di Malang dan lain sebagainya, itu hanya dapat

		dideteksi jika mempunyai website, kalau belum mempunyai website akan sulit. Jadi sangat butuh dan sangat penting, namun permasalahannya adalah keterbatasan tenaga.
10.	Informasi apa saja yang akan di infokan di website?	Yang pertama profil Ayam Geprak, yang kedua sejarah berdirinya usaha, ketiga produk-produk yang disediakan, yang keempat mungkin beberapa foto aktivitas customer ketika sedang berada di kedai Ayam Geprak dan yang terakhir mungkin promo-promo atau kontak yang bisa dihubungi secara cepat untuk keperluan order atau pesan.
11.	Apakah Ayam Geprak sudah melayani delivery order?	Sudah pernah melayani delivery, namun karena terbatasnya driver, jadi yang terdekat mulai Jalan Mt. Haryono, Dinoyo masih bisa melayani Delivery, diluar daerah itu masih memakai Gojek.
12.	Jika sudah memiliki website sendiri apakah memungkinkan untuk melayani delivery order di daerah manapun?	Masih melihat permintaan, sebenarnya permintaan di Gofood sudah tinggi, hanya saja perhitungan antara efektivitas mengambil driver atau dengan dikerjasamakan dengan Gofood lebih besar mana. Masalahnya karena Gojek itu tidak mengantarkan makanan satu saja, bisa banyak dan macam-macam. Kemudian, orang yang sudah download Gojek sudah banyak jadi orang sudah mengetahui tentang Ayam Geprak dan bisa mememesannya. Jadi nanti dipertimbangkan lebih efisien mana, lebih baik dikerjasamakan atau Ayam Geprak menyediakan sendiri.
13.	Kemarin, pihak Ayam Geprak sempat mengikuti seminar SEO di FIA UB. Apakah tips yang didapat dari seminar tersebut sudah diterapkan?	Sebenarnya ingin, tetapi masih terkendala dengan tenaga atau SDM. Jadi SDM yang mengoperasikan sistem informasi. Bagaimana ingin menerapkan jika tenaganya tidak ada.

Pedoman Wawancara Tahap II

Orang yang Diwawancarai : Ahmad Mifthakul Khoiri (Owner Ayam Geprak)		
Tanggal : 4 Agustus 2017		
Waktu : 14.29 WIB		
Tempat : Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang		
Subyek : Sistem Informasi Pemasaran dan Promosi di Kedai Ayam Geprak		
No	Sasaran Pertanyaan Pewawancara	Respon Orang yang Diwawancarai
1.	Tanggal dan Tahun berdirinya Kedai Ayam Geprak Sambal Bawang ini?	Tanggal 2 Maret 2014 Kedai Ayam Geprak mulai berdiri dan berlokasi di Jalan Kerto Rahayu No. 42 Kota Malang
2.	Ada berapa kedai penjualan Ayam Geprak pada tahun 2017 ini? Dan dimana saja? Mulai hari dan jam berapa operasionalnya?	Pada Tahun 2017 ini Kedai Ayam Geprak telah memiliki 3 (tiga) cabang, yaitu terletak di Jalan Kerto Rahayu No. 42, Jalan MT. Haryono No. 101 dan Jalan Cengger Ayam No.34 Kota Malang. Jam operasional mulai Pukul 10.00 pagi sampai dengan pukul 22.00 WIB. Buka setiap hari yaitu mulai senin sampai minggu.
3.	Bagaimana Profil dari Ayam Geprak dan Sambal Bawang ini? seperti, Berapakah NPWP nya? Sudah adakah sertifikat-sertifikatnya? Seperti piagam halal MUI atau SIUP dsb? Sudah adakah piagam penghargaan yang diperoleh dari Ayam Geprak dan Sambal	Berdasarkan arahan dari pihak Dispenda Kota Malang, Pihak Ayam Geprak dan Sambal Bawang hanya mengurus Surat Izin Usaha Mikro dan diterbitkan oleh pihak Kecamatan. Alasan mengurus Surat Izin Usaha Mikro yang pertama adalah belum mempunyai tempat usaha yang menetap dan itu merupakan factor yang mempengaruhi proses perizinan. SIUP itu ada jika kita mengurus izin gangguan dan berlaku 5 tahun, jika pihak Ayam Geprak mengurus SIUP dan belum mempunyai tempat yang menetap dan akan pindah dalam rentang 5 Tahun, maka SIUP tersebut hanya terpakai sebentar saja, karena isin usaha tersebut dibuat disertai alamat bukan berdasarkan perusahaan. Sementara ini piagam Halal

	Bawang ini?	MUI belum dipunyai oleh Ayam Geprak dan Sambal Bawang, untuk NPWP masih menggunakan NPWP pribadi dari pemilik Ayam Geprak dan Sambal Bawang karena belum bisa membuat NPWP badan karena perusahaan ini belum berdiri lama. Pihak pelayanan pajak sudah mengetahui jika NPWP yang digunakan Ayam Geprak ini merupakan pajak yang dibayar dari hasil Rumah Makan ini.
4.	Layanan apa saja yang dapat diberikan pada Ayam Geprak Sambal Bawang ini? apakah dapat melayani semacam Nasi kotak, seminar, prasmanan dsb?	Layanan yang dapat diberikan adalah dapat menyediakan makanan dengan nasi kotak untuk acara, dengan pelayanan yang pertama dengan minimal order atau pesan minimal 30 kotak mendapat bonus air minum gelas, yang kedua apabila lokasi acara yang diadakan customer tidak terlalu jauh, maka pesanan tersebut dapat diantar, yang ketiga adalah pemesanan makanan dapat dilakukan H-1 sebelum acara.
5.	Dalam pemesanan menu apakah bisa custom artinya tidak ada penetapan minimal pemesanan jumlah menu yang dipesan? Atau sudah ada ketentuan sendiri dari pihak ayam geprak sambal bawang?	Pihak customer boleh menentukan menu yang ada di Ayam Geprak Sambal Bawang dengan minimal sesuai standart dari pihak Ayam Geprak terlebih dahulu. Contohnya, dalam kotak yang sesuai standart dari ayam geprak sambal bawang berisi ayam beserta lalapan ,nasi dan sambal, maka customer dapat menentukan pilihan menu apa yang akan ditambahkan di kotak tersebut.
6.	Bagaimana struktur organisasi dari ayam geprak dan sambal bawang ini? dan bagaimana tugasnya?	Pada posisi utama ada Presiden Direktur yang juga merangkap tugas menjadi manajer pemasaran. Kemudian dibawah Presiden Direktur terdapat posisi Koordinator cabang yang dapat merangkap tugas sebagai manajer operasional, jadi jika ada kendala dari segi operasional mulai dari bahan baku yang tidak ada,

		<p>peralatan yang rusak, ada infrastruktur yang rusak maka coordinator tersebut yang akan melaporkan dan memberikan alternatif untuk mengatasinya.</p> <p>Sejajar dengan koordinasi cabang, ada Staff Administrasi, yang bertugas untuk merekap laporan keuangan Ayam Geprak dan Sambal Bawang.</p> <p>Posisi bawah ada karyawan atau pegawai dari Ayam Geprak Sambal Bawang.</p>
7.	<p>Bagaimana sistem informasi pemasaran yang sudah berjalan di Ayam Geprak Sambal Bawang ini?</p> <p>Mulai dari manajer yang melakukan riset sampai proses bisnisnya/alur pemesanan hingga metode pembayarannya.</p>	<p>Riset Pemasaran dilakukan oleh owner Ayam Geprak dan Sambal Bawang, proses riset ini dilakukan dengan cara pengamatan atau observasi kemudian wawancara dengan beberapa orang, jadi riset ini tidak dilakukan dengan tertulis atau menyebarkan angket. Seperti sekarang ini, pihak Ayam Geprak dan Sambal Bawang akan memunculkan produk baru dengan menu Fire Wings, Chicken Bowl, dan Steak. Tiga produk tersebut bulan Mei ini akan launching. Sistem riset yang dilakukan sama dengan awal mula dibukanya Ayam Geprak ini, dengan cara melakukan pengamatan terhadap produk-produk yang sedang berkembang dan sedang diminati, seperti di Richeese Factory yang sekarang paling diminati adalah menu Fire Wingsnya, kemudian yang Steak, owner Ayam Geprak Sambal Bawang mengamati jika jarang sekali di warung lalapan menghadirkan atau menghadirkan menu steak, maka ini merupakan peluang dan hal yang unik, jika di warung lalapan terdapat steak. Kemudian produk baru yang ketiga ada Chicken Bowl, menu ini merupakan menu kesukaan pribadi dari owner Ayam Geprak Sambal Bawang, saat mencoba membuat ternyata memiliki rasa yang enak, maka akan dicoba untuk dipasarkan, selain itu menurut pengamatan yang dilakukan, banyak orang yang menyukai menu masakan yang terdapat keju mozzarella</p>

		<p>nya, jadi dalam chicken bowl nanti akan diberi isi keju mozzarella, sehingga saat dipecah atau pada saat dimakan akan menambah cita rasa dari Chicken Bowl itu sendiri.</p> <p>Setelah riset selesai, selanjutnya akan membahas tentang bagaimana untuk membuat produk tersebut, yaitu mulai dari peralatan apa saja, bahan-bahan apa saja yang dibutuhkan, kemudian dijadikan basis data, basis data tersebut nantinya akan digunakan saat produk tersebut akan dikeluarkan atau dihentikan. Dalam subsistem produk juga melakukan praktek atau eksperimen kemudian tester.</p> <p>Subsistem lokasi, pihak Ayam Geprak dan Sambal Bawang telah mempunyai tempat untuk penjualan, sehingga dapat dipasarkan di tempat tersebut. Dalam subsistem promosi pihak Ayam Geprak Sambal Bawang melakukan foto produk kemudian mengunggah foto-foto tentang Ayam Geprak Sambal Bawang ke dalam media social untuk mendandakan kegiatan launching pada Kedai Ayam Geprak Sambal Bawang, setelah launching pihak Ayam Geprak Sambal Bawang melakukan diskon harga kemudian customer diharapkan memberikan testimony terhadap produk Ayam Geprak Sambal Bawang.</p>
8.	<p>Bagaimana proses pemesanan dan penjualan yang ada di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang?</p>	<p>Transaksi penjualan dilakukan dengan dua cara. Yang pertama customer datang langsung ke kedai, memesan menu yang diinginkan dengan menulis apa yang ingin dipesan (karena masih menggunakan cara yang manual dan belum menggunakan mesin kasir) kemudian mendapatkan nomor pelanggan (agar memudahkan pengantaran pesanan dan memprioritaskan customer yang datang lebih dulu), pesanan disajikan kemudian melakukan pembayaran. Yang kedua, memesan lewat</p>

		<p>Go-Food, sehingga customer order lewat Go-food, kemudian driver memesan menu pada pihak kedai, melakukan pembayaran lalu diantarkan ke customer. Alasan pihak kedai memilih kerjasama dengan Go-Food adalah adanya prosentase pembagian omset dari menu Kedai yang terlaris di Go Food, kontribusi Go-Food bagi Kedai adalah membantu mengenalkan produk-produk yang ada di Kedai serta mampu memberikan layanan promo antar bagi pengguna Go-Pay.</p> <p>Dulu ada layanan delivery yang dilakukan oleh pihak kedai, namun karena kendaraan yang terbatas dan customer yang memesan dari daerah yang jauh , maka pihak Kedai tidak dapat mengendalikan atau kewalahan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga delivery tersebut dihapus dan sampai sekarang yang masih dilayani adalah pengantaran pesanan dengan jarak yang dekat dari Kedai.</p>
9.	<p>Bagaimana sistem promosi yang dijalankan oleh Ayam Geprak Sambal Bawang hingga dapat berkembang sampai saat ini?</p>	<p>Yang utama masih mengandalkan <i>word of mouth</i>. Dimana pihak Kedai dibantu oleh customer untuk menyampaikan kesan terhadap kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dari customer satu ke customer lain. Di awal-awal buka, pihak kedai sempat mengajak customer untuk melakukan testimoni di twitter. Cara untuk word of mouth pihak kedai agar berjalan sesuai keinginan, maka pihak kedai memperlihatkan ciri khas yang dapat membedakan produk dari kompetitor lainnya. Ciri khasnya adalah rasa sambal dan rasa ayam yang berbeda dari yang lain.</p> <p>Yang kedua, pihak kedai mencoba menggunakan Google My Business untuk mengenalkan keberadaan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Situs tersebut tidak berbayar, pihak kedai cukup upload lokasi, foto, kontak. Yang belum dapat di upload adalah alamat website,</p>

		<p>karena pihak kedai belum memiliki website, sehingga belum dapat melengkapi persyaratan yang disarankan oleh <i>Google MyBusiness</i>. <i>Google My Business</i> akan memberikan laporan berapa orang yang sudah memberikan komentar atau <i>review</i>, laporan orang yang sudah menghubungi pihak kedai.</p> <p>Yang ketiga menyebar brosur dan pamflet, terutama untuk cabang baru Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah sebuah resto. Promosi lebih banyak dilakukan secara offline karena keterbatasan sumber daya manusia serta kurangnya materi sehingga belum mengoptimalkan promosi lewat online seperti instagram dan twitter, tetapi pihak kedai sudah memiliki akun mulai dari akun facebook, instagram dan twitter.</p>
10.	<p>Bagaimana kondisi penjualan Ayam Geprak Sambal Bawang saat ini? apakah cukup stabil? Atau ada musim tertentu yang ramai dan ada musim tertentu mengalami sepi pengunjung?</p>	<p>Kondisi naik turunnya penjualan mengikuti aktivitas perkuliahan di Universitas Brawijaya, seperti contoh bulan Januari sampai Februari penjualan tidak begitu ramai dikarenakan bulan tersebut mahasiswa UAS dan libur UAS, sekitar awal maret barulah penjualan naik kembali karena Mahasiswa memasuki hari perkuliahan, sedangkan untuk penjualan dalam bulan Ramadhan juga mengalami penurunan dikarenakan jam operasional dikurangi dan mulai beroperasi menjelang buka puasa.</p>
11.	<p>Untuk menunjang promosi Ayam Geprak Sambal Bawang, diperlukan sebuah website yang seperti apa? Berisi informasi apa saja?</p>	<p>Berisi tentang profil, lokasi, kontak, informasi produk, serta beranda pengumuman yang dapat menginformasikan <i>event-event</i> yang ada di Kedai, layanan interaksi dengan <i>customer</i>. Sebenarnya pihak Kedai sudah memiliki domain untuk website, hanya saja belum memiliki desain website dan masih kekurangan sumber daya manusia yang dapat mengelola website.</p>

Pedoman Wawancara Tahap III

Orang yang Diwawancarai : Ahmad Mifthakul Khoiri (Owner Ayam Geprak)		
Tanggal : 22 Agustus 2017		
Waktu : 15.30 WIB		
Tempat : Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang		
Subyek : Sistem Informasi Pemasaran dan Promosi di Kedai Ayam Geprak		
No	Sasaran Pertanyaan Pewawancara	Respon Orang yang Diwawancarai
1.	Apakah ada visi & misi, nilai yang diberikan oleh Kedai Ayam Geprak Sambal Bawang? apakah ada tagline khusus yang digunakan?	<p>Visinya adalah mewujudkan kuliner Indonesia sebagai makanan yang digemari seluruh Indonesia. Misinya yang pertama adalah menyediakan menu istimewa dengan cita rasa khas untuk seluruh kalangan pelanggan. Kedua adalah memperhatikan kualitas produk yang didukung dengan bahan-bahan pilihan dan proses produksi yang maksimal</p> <p>Ketiga melakukan promosi melalui berbagai media komunikasi.</p> <p>Keempat membentuk karyawan yang menjunjung tinggi nilai kejujuran dan tanggung jawab.</p> <p>Nilai yang ada pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah kejujuran dalam bertindak, agama sebagai landasan bertindak, kekuatan dan semangat terbentuk dari solidaritas.</p> <p>Tagline yang dimiliki oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah Membuat Anda Lupa Bernafas. Alasan dibuatnya tagline tersebut adalah customer akan menikmati sambal bawang pedas dan ayam geprak yang lezat sampai lupa bernafas.</p>
2.	Ciri Khas apa yang dimiliki oleh Kedai Ayam Geprak	Ciri khas yang dimiliki adalah rasa sambal bawangnya yang pas jika dirasakan, serta rasa ayam gepraknya yang dibuat dengan bumbu yang dapat meresap di ayamnya.

	Sambal Bawang agar beda dengan Ayam Geprak lainnya?	
3.	Sistem Promosi yang seperti apa yang diterapkan oleh Kedai Ayam Geprak?	<p>Mengandalkan word of mouth, yaitu memberikan kesan baik kepada customer sehingga customer dapat berbagi dengan calon customer lainnya, sehingga mampu menarik customer baru untuk datang ke Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.</p> <p>Menyebarkan informasi melalui media offline seperti pamflet dan brosur, dengan memikirkan konsep promosi yang seperti apa, kemudian datang ke jasa desain grafis, cetak brosur dan pamflet, kemudian dilakukan penyebaran. Kelemahan pihak Kedai Ayam Geprak adalah belum bisa mengaplikasikan materi promosi kedalam media promosi yang secara online, dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia dibidang IT.</p> <p>Beda lagi kalau sudah mempunyai website, mungkin hanya bayar sekali yaitu domain dengan hosting, maka promosi-promosi atau informasi penting akan cepat tersebar kepada customer, namun saat ini ada kendala juga yaitu keterbatasan pengetahuan.</p>
4.	Promosi dengan Word of Mouth apakah masih efektif untuk digunakan?	<p>Promosi dengan <i>word of mouth</i> masih dikatakan efektif karena pihak kedai belum dapat mengaplikasikan materi promosi kedalam media promosi online secara optimal, jadi harus tetap menjaga pelayanan yang baik agar <i>word of mouth</i> bisa berjalan lancar, tetapi promosi ini memiliki kelemahan karena hasilnya tidak dapat diukur dan tidak tentu, lalu customer yang sudah pernah berkunjung ke kedai, belum tentu mau menceritakan kepada orang lain.</p>

5.	Menurut Owner, Sistem promosi yang seperti apa yang paling efektif untuk digunakan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang untuk saat ini?	Sistem promosi yang efektif adalah ketika materi promosi dan media promosi dapat saling melengkapi. Materi promosi dapat ditampilkan di media promosi yang mendukung sehingga informasi yang dihasilkan akan terlihat menarik.
6.	Mengapa sampai saat ini belum mempunyai website untuk menunjang kegiatan promosi?	Sementara ini pihak kedai hanya mempunyai domain saja, tetapi rancangan websitenya belum ada, karena keterbatasan sumber daya manusia yang ada di bidang IT.
7.	Apa pentingnya sebuah website bagi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang?	<p>Yang pertama, Website ini adalah salah satu media yang banyak dicari orang saat melakukan browsing di Google. Pihak kedai sudah melakukan upload informasi seputar kedai di Google MyBusiness, namun yang terlihat tidak selengkap jika pihak kedai sudah mempunyai website sendiri, sehingga orang menjadi kekurangan informasi terhadap Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang secara lengkap.</p> <p>Yang kedua, website ini tergolong media yang murah, karena proses pembayaran yang dilakukan setahun sekali dan dapat kita kelola sesuai dengan apa yang diinginkan, kemudian website dapat memperlihatkan seberapa banyak pengunjung yang melihat informasi yang tertera di website kita.</p>

8.	<p>Apa pengaruhnya bagi Kedai Ayam Geprak Sambal Bawang jika tidak memiliki website sebagai media promosi?</p>	<p>Orang menjadi tidak tahu tentang adanya Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang secara <i>detail</i>. Yang mengetahui adanya kedai ini hanyalah orang yang ada disekitar kedai saja.</p>
9.	<p>Apabila akan membangun sebuah website, website yang seperti apa yang diinginkan? Apakah website company profile atau e-commerce?</p>	<p>Untuk saat ini pihak kedai lebih membutuhkan website yang <i>company profile</i>, karena ingin lebih dapat mengaplikasikan materi promosi kedalam website yang telah dibuat sehingga dapat menaikkan penjualan.</p>