

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim

Ahmad, D. I. (2020). *Manajemen Strategis*. Cv. Nas Media Pustaka.

Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Ed Revisi*.

Rineka Cipta.

Astri Rumondang Banjamahor, D. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*.
yayasan kita menulis.

Fadli, M. R. (2019). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*,
21(1), 33–54.

Farida Nugrahani. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian
Pendidikan Bahasa*. CV Djiwa Amarta.

Firmansyah, M. A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.

Fithrah, M. F. A. & A. D. S. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui
Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew). *E-Proceeding of
Management*, 4(1), 3123–3130.

Giantika, G. G. (2019). Pemanfaatan Blog Pribadi Di Instagram Sebagai Media
Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram

@annisast). *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1–9.

<https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.4707>

Koesomowidjoyo, S. R. M. I. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi*. Gramedia.

Kusniadji, S., & Tarumanagara, U. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam
Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT
Expand Berlian Mulia Di Semarang)*. 83–98.

Manzilati, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode dan
Aplikasi*. UB Press.

Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran

(Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 60–66.
<https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.470>

Mulyana, D. (2015). *Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.

Nofrion. (2016). *Komunikasi Pendidikan "Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi Dalam Pembelajaran*. Kencana.

Nurudin. (2010). Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi. *Jurnal Komunikator*, 5(2), 83–93.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>

Ridwan, A. (2013). *Filsafat Komunikasi*. Pustaka Setia.

Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori & Aplikasi)*. Deepublish.

Ronal Watrianthos, D. (2020). *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*. yayasan kita menulis.

Said, H. M. Y. S. dan M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media.

Setiawan, A. A. & J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.

Sokhi, N. F. & H. (2019). Strategi Integrated Marketing Communication Produk The Red Ginger Al-Ghozali Di Tambak Dalam Baru Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 165–167.

Sugiono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tasnim, D. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. yayasan kita menulis.

Toriquddin. (2015). Etika Pemasaran Perspektif Al-Quran Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah. *De Jurnal, Jurnal Syariah Dan Hukum*, 7(2), 120.

Vinolia, N. E. & A. R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Melalui Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro toko Online “Bahan Oke Medan” Di Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Dan Ilmu Komunikasi*, 6(2), 115–119.

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. CV Andi Offset.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN



66
Transkrip Wawancara
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Pewawancara : Rizki Kurnia Ningsi

Narasumber : Eka Syahputri

Jabatan : Pemilik Usaha/Owner

Waktu : Senin, 18 Juli 2022 Pukul 15:56 WIB

Tempat : Gerai Kampoeng Kita

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan gerai kampoeng kita dalam memasarkan produk?

- Strategi komunikasi pemasarannya yaitu dengan memberikan promo pada produk. Instagram juga dibuat sebagai media promosi agar Gerai

Kampoeng Kita dapat menjangkau banyak konsumen dan mendapatkan pelanggan tetap. Kami juga melakukan kerjasama, kolaborasi dengan pengusaha lain seperti cobangkopi dan bi sweet. Biar banyak koneksi aja, jadi produk kami dapat dipromosikan oleh mereka juga.

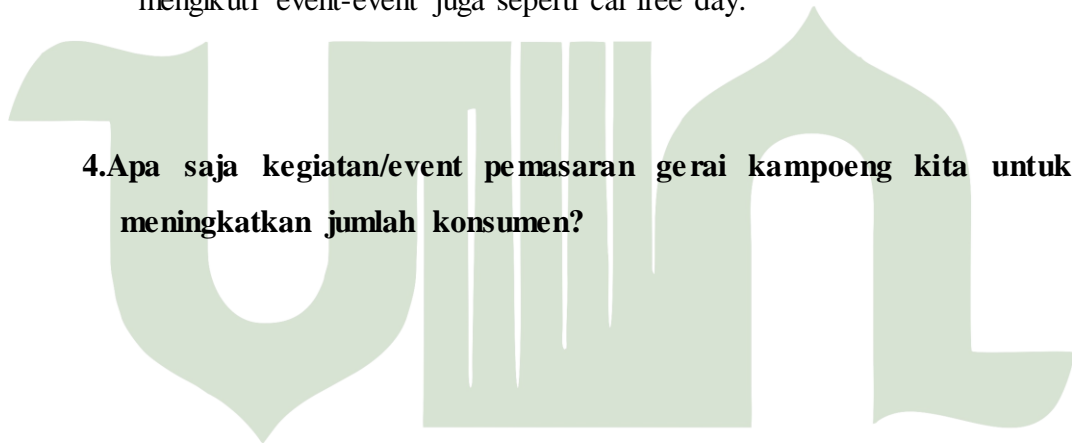
2. Apa saja media yang digunakan gerai kampoeng kita dalam memasarkan produk?

- Mediana ya menggunakan instagram @geraikampoengkita. Pakai Grab food, go food, whatsApp juga. Di shopee food juga.

3. Bagaimana promosi penjualan gerai kampoeng kita dalam memasarkan produk?

- Promosinya ya dengan memberi diskon harga tentunya. Seperti hari besar gitu kami pasti kasi promo harga. Mengadakan big sale juga. Buat paket khusus mix makanan dan minuman jadi harga lebih murah. Kami juga mengikuti event-event juga seperti car free day.

4. Apa saja kegiatan/event pemasaran gerai kampoeng kita untuk meningkatkan jumlah konsumen?



- Kegiatannya itu tadi sudah disebutkan seperti car free day, Ramadan fair, imlek fair, acara bank BRI juga pernah namanya pesta rakyat simpedes.

5. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam memasarkan produk gerai kampoeng kita?

- Faktor pendukungnya produk kami bagus, enak gitu , berkualitas, pakai bahan makanan yang terpilih. Teknologi sekarang juga sudah canggih ya, segala apapun bisa dipesan menggunakan aplikasi secara online. Dengan aplikasi seperti instagram, whatsapp grab food dan lainnya membuat menjadi efektif dan efisien dalam pemasarannya. Harga juga standart jadi siapa aja bisa beli makanan kami. Cita rasa juga harus penting karena kalau tidak enak, makanan kami tidak akan dibeli dan dikonsumsi orang.
- Faktor penghambatnya kami kekurangan sumber daya manusia khususnya dibidang produksi. Tim produksi sering sekali keteter dengan jumlah pesanan yang banyak. Kami pernah sehari harus membuat pesanan sebanyak 600 pcs produk. Dan pernah juga dalam 2 hari sekitar 1000 lebih pcs. Snack box kami laris jadi sering kewalahan. Persaingan bisnis juga menghambat pemasaran karena banyak sekarang pengusaha-pengusaha baru dengan ciri khas produk mereka masingmasing. Tempat kami ini kurang strategis.

6. Bagaimana permintaan konsumen terhadap produk setelah melakukan bauran pemasaran seperti iklan, pemasaran langsung penjualan personal, promosipenjualan, dan humas atau publikasi?

- Permintaan konsumen meningkat. Kami memproduksi makanan dan minuman setiap hari tanpa libur. Senin-minggu kami tetap buka dan produksi.

7. Apakah menurut gerai kampoeng kita kegiatan promosi yang dilakukan di media sosial instagram telah berjalan dengan baik?

- Tentu aja berjalan dengan baik. Admin selalu memposting makanan kami di instagram.

8. Bagaimana bentuk isi pesan dari setiap promosi/iklan yang dilakukan oleh gerai kampoeng kita dalam mempromosikan produknya media sosial instagram ?

- Isi pesannya berupa nama makanan, rasa dan kualitas dicantumkan dalam caption. Video testimony juga diupload supaya pengikut di instagram tau tentang keaslian produk kami.

9. Bagaimana keefektivitasan media sosial instagram dalam mempromosikan produk?

- Cukup efektif. Kami dapat konsumen bahkan pelanggan dari instagram. Konsumen meningkat dan secara tidak langsung permintaan pesanan juga meningkat.

10. Bagaimana kelebihan dan kelemahan media sosial instagram sebagai media promosi produk?

- Kelebihannya bisa kita lihat dari jangkauan kepada pengikut sebagai konsumen meluas jadi dikenal banyak orang.
- Kelemahannya dalam pemesanan melalui pesan instagram tidak bertemu langsung dengan konsumen jadi agak susah menjalin hubungan baik.

11. Bagaimana hubungan antara gerai kampoeng kita kepada pelanggan atau calon pembeli?

- Baik. Kami selalu berusaha bersikap ramah kepada pelanggan. Melayani mereka dengan baik, sepenuh hati.

Pewawancara : Rizki Kurnia Ningsi

Narasumber : Tammima Zahra
Jabatan : Karyawan
Waktu : Rabu, 27 Juli 2022 Pukul 13.22 WIB
Tempat : Gerai Kampoeng Kita

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan gerai kampoeng kita dalam memasarkan produk?

- Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan yaitu iklan/promosi melalui media sosial instagram, penjualan personal, pemasaran langsung di outlet Gerai Kampoeng Kita, kemasan yang menarik dan informasi dari mulut ke mulut.

2. Apa saja media yang digunakan gerai kampoeng kita dalam memasarkan produk?

- Media yang digunakan yaitu instagram, grabfood, gofood dan whatsapp.

3. Bagaimana promosi penjualan gerai kampoeng kita dalam memasarkan produk?

- Promosi penjualan yang dilakukan Gerai Kampoeng Kita yaitu dengan memberikan potongan harga, mengadakan sebuah kuis, dan melakukan endorse.

4. Apa saja kegiatan/event pemasaran gerai kampoeng kita untuk meningkatkan jumlah konsumen?

- Kegiatan yang dilakukan Gerai Kampoeng Kita yaitu mengikuti kegiatan carfreeday, imlek fair, siantarramadanfair, event pesta rakyat sempedes dan lain-lainnya.

5. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam memasarkan produk gerai kampoeng kita?

- Faktor pendukungnya yaitu kemajuan teknologi yang canggih membuat pemasaran lebih mudah dan menjangkau banyak konsumen dan promosi/iklan di media sosial.
- Faktor penghambatnya kurangnya sumber daya manusia dan ketatnya persaingan bisnis.

6. Bagaimana permintaan konsumen terhadap produk setelah melakukan bauran pemasaran seperti iklan, pemasaran langsung penjualan personal, promosi penjualan, dan humas atau publikasi?

- Permintaan konsumen meningkat untuk setiap harinya terutama pada produk snackbox hingga mencapai 600 box perhari.

7. Apakah menurut gerai kampoeng kita kegiatan promosi yang dilakukan di media sosial instagram telah berjalan dengan baik?

- Yah, berjalan dengan baik.

8. Bagaimana bentuk isi pesan dari setiap promosi/iklan yang dilakukan oleh gerai kampoeng kita dalam mempromosikan produknya media sosial instagram ?

- Bentuk isi pesan di media sosial instagram sesuai dengan produk yaitu jenis produk, cita rasa, harga dan kualitas produk.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

9. Bagaimana keefektifitasan media sosial instagram dalam mempromosikan produk?

- Sangat bagus dan menarik sehingga menambah jumlah konsumen.

10. Bagaimana kelebihan dan kelemahan media sosial instagram sebagai media promosi produk?

- Kelebihannya yaitu dijangkau oleh banyak orang sehingga meningkatkan jumlah konsumen.
- Kelemahannya yaitu transaksinya kurang praktis karena tidak bertemu langsung dengan konsumen.

11. Bagaimana hubungan antara gerai kampoeng kita kepada pelanggan atau calon pembeli?

- Hubungan antara gerai kampoeng kita kepada pelanggan atau calon pembeli sangat bagus dan penjualan meningkat belakangan ini.

Transkrip Wawancara Konsumen

Konsumen 1

Nama : Ibu Ponira
 Usia : 40 tahun
 Alamat : Jl. Adam Malik Pematang Siantar
 Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 Waktu : Minggu, 31 Juli 2022 Pukul 14.24 WIB
 Tempat : Jl. Adam Malik Pematang Siantar

1. Bagaimana anda tahu informasi tentang gerai kampoeng kita?

- Ibu tahu tentang gerai kampoeng kita dari teman ibu dan juga anak ibu karena anak ibu sering beli di tempat itu.

2. Apakah iklan di media sosial instagram yang dilakukan gerai kampoeng kita menarik?

- Menarik, gambar makanan yang di upload di instagram bagus-bagus, jadinya ya menarik.

3. Bagaimana kesesuaian antara iklan di media sosial instagram dengan produk gerai kampoeng kita?

- Ya sesuai, gambar yang ada di instagram dengan makanan yang aslinya sama persis, rasanya juga enak.

4. Apakah alasan anda memilih membeli produk di gerai kampoeng kita?

- Alasan membeli karena terjangkau, makanannya enak la pastinya makanya dibeli.

5. Apakah anda pernah mendapatkan promosi harga/diskon dalam pembelian produk?

- Pernah. Kemarin ibu pesan sekitar 130 snack box untuk acara wirid dirumah ibu dan dapat potongan harga.

6. Seberapa sering anda membeli produk di gerai kampoeng kita?

- Kalau ibu sendiri baru sekali memesan, tapi dulu anak ibu sering beli. Karena sekarang anak ibu tinggal diluar kota jadi ibu yang pesan sendiri makanannya.

7. Pernahkah anda melakukan pembelian personal? Bagaimana proses pembelian yang anda lakukan?

- Belum pernah. Ibu memesannya lewat whatsapp kemudian diantar ke alamat ibu.

8. Apa alasan anda menyukai produk gerai kampoeng kita?

- Makanan dan minumannya semua enak, snack box nya isianya banyak, harganya juga standar lah, terjangkau siapa saja bisa beli.

9. Media apa saja yang anda gunakan dalam memesan produk gerai kampoeng kita?

- Ibu memesan makanannya lewat whatsapp.

10. Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada anda dalam melakukan proses pembelian produk?

- Pelayanannya ya bagus, mereka ramah. Membalas pesan ramah dan amanah. menyangkut produk tersebut.

Konsumen 2

Nama : Yati

Usia : 23 tahun

Alamat : Rambung Merah

Pekerjaan : Mahasiswa

Waktu : Minggu, 31 Juli 2022 Pukul 18.15 WIB.

Tempat : Rambung Merah

1. Bagaimana anda tahu informasi tentang gerai kampoeng kita?

- Saya tau itu awalnya dari iklan di instagram.

2. Apakah iklan di media sosial instagram yang dilakukan gerai kampoeng kita menarik?

- Menarik. Foto yang diposting bagus dan desainnya juga menarik.

3. Bagaimana kesesuaian antara iklan di media sosial instagram dengan produk gerai kampoeng kita?

- Sesuai sih kak, foto produk dengan produk aslinya sama. Caption yang dipakai sesuai dengan produk aslinya seperti rasa dan kualitas.

4. Apakah alasan anda memilih membeli produk di gerai kampoeng kita?

- Awalnya penasaran dengan produk makanannya kemudian saya memutuskan untuk membeli.

5.Apakah anda pernah mendapatkan promosi harga/diskon dalam pembelian produk?

- Belum pernah sih kak.

6.Seberapa sering anda membeli produk di gerai kampoeng kita?

- Belum tentu sih kak. Saya belinya sebulan kadang dua kadang tiga kali.

7.Pernahkah anda melakukan pembelian personal? Bagaimana proses pembelian yang anda lakukan?

- Pernah sekali. Prosesnya saya mendatangi outlet kemudian saya memesan makanannya denga karyawannya.

8.Apa alasan anda menyukai produk gerai kampoeng kita?

- Harganya cukup terjangkau, rasanya enak dan segar.

9.Media apa saja yang anda gunakan dalam memesan produk gerai kampoeng kita?

- Paling sering menggunakan Grab food.

10.Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada anda dalam melakukan proses pembelian produk?

- Pelayanannya bagus, karyawannya juga ramah-ramah.

Konsumen 3

Nama : Widya
Usia : 21 tahun
Alamat : Pematang Siantar
Pekerjaan : Mahasiswa
Waktu : Senin, 01 Agustus 2022 Pukul 16.13 WIB
Tempat : Gerai Kampoeng Kita.

1. Bagaimana anda tahu informasi tentang gerai kampoeng kita?

➤ Saya tahu pertama kali ketika datang ke acara ramadan fair tahun 2019.

2. Apakah iklan di media sosial instagram yang dilakukan gerai kampoeng kita menarik?

➤ Menarik sih kak. Bagus dan estetik juga tampilannya.

3. Bagaimana kesesuaian antara iklan di media sosial instagram dengan produk gerai kampoeng kita?

➤ Sesuai foto dengan makanan yang dijual outlet ini.

4. Apakah alasan anda memilih membeli produk di gerai kampoeng kita?

➤ Alasan membeli karena enak ya kak, saya suka sama salad buahnya segar.

5. Apakah anda pernah mendapatkan promosi harga/diskon dalam pembelian produk?

➤ Belum pernah sih kak.

6. Seberapa sering anda membeli produk di gerai kampoeng kita?

➤ Informan : sering. Seminggu sekali atau dua kali gitu kak.

**7. Pernahkah anda melakukan pembelian personal?
Bagaimana proses pembelian yang anda lakukan?**

- Pernah. Saya selalu belinya datang langsung ke outlet atau ke standnya gitu, karena dekat dari rumah.

8. Apa alasan anda menyukai produk gerai kampoeng kita?

- Enak. Semua dessertnya saya suka, harga juga standart. Gak mahal dan gak murah juga.

9. Media apa saja yang anda gunakan dalam memesan produk gerai kampoeng kita?

- Saya pernah memesannya itu lewat grab food sih kak.

10. Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada anda dalam melakukan proses pembelian produk?

- Pelayanannya bagus, seperti tadi saya langsung dilayani, kakak karyawannya juga ramah murah senyum.

DOKUMENTASI

Gambar 1 : Penulis bersama owner Gerai Kampoeng Kita



Gambar 2 : Penulis mewawancarai owner Gerai Kampoeng Kita



Gambar 3 : Penulis bersama Karyawan Gerai Kampoeng Kita



Gambar 4 : Para pekerja tim produksi Gerai Kampoeng Kita



Gambar 5 : Depan Outlet Gerai Kampoeng Kita



Gambar 6 : Pengemasan produk yang siap kirim kepada konsumen Gerai Kampoeng Kita



Gambar 7 : Karyawan Gerai Kampoeng Kita dengan para kurir Grab Food



Gambar 8 : Penulis bersama konsumen 1



Gambar 9 : Penulis bersama konsumen 2



Gambar 10 : Penulis bersama konsumen 3

