

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Instrumen Penelitian

BAB	KOMPONEN DATA	TEKNIK PRIMER			TEKNIK SEKUNDER			
		P	WM	WT T	L	LS/ BPS	BK/ M-K	T/J/I
1.	PENDAHULUAN							
	1.1 Latar Belakang	X					X	X
	1.2. Permasalahan Penelitian	X						
	1.3. Tujuan Penelitian	X						
	1.4. Manfaat Penelitian	X						
	1.5. Tinjauan Pustaka Sejenis						X	X
	1.6. Kerangka Konseptual						X	X
	1.6.1 Modal Sosial						X	X
	1.6.2 Ekonomi Digital						X	X
	1.6.3 Kerangka Berpikir	X					X	X
	1.7. Metode penelitian	X						
	1.7.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	X						
	1.7.2 Subjek Penelitian	X	X	X				
	1.7.3. Teknik Pengumpulan Data	X	X	X				
	1.7.4. Triangulasi Data		X	X				
	1.7.5. Sistematika Penelitian		X	X				
2.	GAMBARAN UMUM PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DAN 5 PELAKU USAHA <i>ONLINE</i>							
	2.1.Pengantar	X					X	X
	2.2 Perkembangan Ekonomi Konvensional ke Ekonomi Digital						X	X
	2.3 Meningkatnya Pelaku Usaha <i>Online</i>	X	X	X				
	2.4 Karakteristik 5 Pelaku Usaha <i>Online</i>	X	X	X				
	2.4.1. Rantai 5 <i>Pelaku Usaha</i>	X	X	X				

	<i>Online</i>							
	2.4.2. Pelaku Usaha <i>Online</i> Produsen	X	X	X				
	2.5 Pelaku Usaha <i>Online</i> Distributor	X	X	X				
	2.6 Penutupan	X						
3.	<b>BENTUK DAN KONTRIBUSI MODAL SOSIAL BAGI 5 PELAKU USAHA <i>ONLINE</i></b>							
	3.1 Pengantar	X	X	X				
	3.2 Proses Pembentukan Modal Sosial 5 Pelaku Usaha <i>Online</i>	X	X	X				
	3.3 Bentuk Modal Sosial 5 Pelaku Usaha <i>Online</i>							
	3.3.1 Modal Sosial Kepercayaan 5 Pelaku Usaha <i>Online</i>	X	X	X				
	3.3.2 Modal Sosial Network (Jaringan) 5 Pelaku Usaha <i>Online</i>	X	X	X				
	3.3.3 Modal Sosial Nilai dan Norma 5 Pelaku Usaha <i>Online</i>	X	X	X				
	3.4 Kontribusi Modal Sosial 5 Pelaku Usaha <i>Online</i>	X	X	X				
	3.4.1 Kontribusi Modal Sosial Terhadap Peningkatan Konsumen Melalui Rekomendasi Positif	X	X	X				
	3.4.2 Kontribusi Modal Sosial Terhadap Penguatan Legalitas Melalui Personal Branding dan Apparel Timnas-Tim Liga Pro	X	X	X				
	3.4.3 Kontribusi Modal Sosial Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Melalui Gaya Pemasaran	X	X	X				
	3.5 Faktor Pendukung dan Penghambat 5 Pelaku Usaha <i>Online</i>	X	X	X				
	3.5.1 Faktor Pendukung	X	X	X				

	3.5.2 Faktor Penghambat	X	X	X				
	3.6 Penutup	X	X	X				
4.	RELASI MODAL SOSIAL DALAM EKONOMI DIGITAL							
	4.1 Pengantar							
	4.2 Nilai dan Norma sebagai Konstruksi Dasar Kepercayaan Pelaku Usaha <i>Online</i>	X	X	X			X	X
	4.3 Pemanfaatan Jaringan dalam Efektifitas dan Produktivitas Pelaku Usaha <i>Online</i>	X	X	X			X	X
	4.4 Konstruksi Relasional Modal Sosial dalam Ekonomi Digital	X	X	X			X	X
	4.5 Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Teknologi Dalam Ekonomi Digital					X		X
5.	KESIMPULAN							
	5.1 Kesimpulan	X						
	5.2 Saran	X						

Keterangan:

P : Pengamatan  
Terkait

L : Sumber Dari Lembaga

WM : Wawancara Mendalam

BK/M-K : Buku, Majalah, Koran

WTT : Wawancara Tidak Terstruktur

J-T-I : Skripsi, Jurnal, Tesis,

Internet LS/BPS : Lembaga Survei/ Badan Pusat Statistik

## Lampiran 2

### Transkrip Wawancara

Nama : Ananda Aprizal (Ghanior) - Produsen

Tanggal Wawancara : 03 September 2019

Usia : 31 tahun

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa yang melatarbelakangi usaha tersebut?	Jadi awalnya bisnis ini berdiri 2010, disitu masuk skripsi gak ada kerjaan kuliah cuman skripsi aja. Akhirnya belajar di Bandung mengenai konveksi. Kebetulan karena hobbi nya di olahraga salah satunya jersey untuk pengembangannya. 2010 merintis usaha di konveksi nah awalnya itu namanya bukan Ganior masih Champion, beberapa bulan berjalan itu kena tipu ya biasalah ada yang kurang jujur dalam melakukan usaha. Nah dari situ sempet down juga akhirnya 2-3 minggu saya bangkit dengan nama baru Ganior ini. Jadi awal usaha ini tanpa modal 0 persen jadi benerbener saya manfaatin yang namanya media sosial. Pertama kali yang saya mainkan itu di kaskus kebetulan kan dulu kaskus masih baru jadi setidaknya saya senior di kaskus. Bikin thread yang meyakinkan di kaskus nulis kalo terima jasa konveksi. Padahal mah dilempar lagi ke konveksi lain. Untuk meyakinkan orang dari media sosial itu, jadi saya gak ada modal sama sekali. Ketika ada orderan masuk saya olah uang DP gimana caranya bisa jadi jersey. Jadi setiap keuntungan saya tabung saya belikan mesin satu-satu sampai besar seperti ini.
2	Sudah berapa lama usaha itu berdiri dan kapan berdirinya?	Dari 2010 berarti sudah 9 tahun.
3	Apakah ada filosofi dari nama Ganior?	Ada, filosofinya itu Ganior dari asmaul husna artinya al-Ghani yang berarti memakmurkan. Ketika saya gagal saya jatuh yang saya pikirkan

		itu bukan kesuksesan saya penelitian. Tapi yang saya pengen ketika orang-orang bekerja sama saya semuanya bisa makmur. Ya Ganior ini untuk orang-orang yang makmur. Memakmurkan orang lain juga bukan saya penelitian. Saya tambahkan or nya itu maksudnya ya saya “orang”. Kalau dari logonya itu tanda A, A itu dari nama saya dan istri. Diawali huruf A, kenapa setiap ujungnya lancip, lancip itu menandakan kemakmuran.
4	Bagaimana cara membangun kepercayaan kepada konsumen?	Awal mulanya ini skill marketing yang gakbisa dipelajari gimana cara kita meyakinkan seseorang. Jadi ya dulu saya bikin treat yang rapih dengan foto-foto yang bagus dan pelayanannya juga dulu karena masih sendiri jadi ramah, keluhan di dengerin, fast respon itu yang meyakinkan. Kalo konsumen dilayanin dengan baik, terus kita ramah dan fast respon pasti konsumen itu kasih <i>feedback</i> positif balik sih ke kita. Kalo saya amatin yang udah-udah begitu, sama denger dari cerita para admin, soalnya kan kita juga ada evaluasi tiap bulan gitu. Dari situ Kepercayaan itu terbangun sendiri dengan kualitas.
5	Bagaimana mengembangkan jaringan?	Dulu pertama masarin itu di kaskus, dulu kaskus lagi trend kan. Bikin thread yang bagus dikaskus yang menarik pokoknya. Eh bener aja satu persatu orderan dateng dari thread kaskus yang dibuat itu. Karna kaskus udah ga up lagi, muncul kan tuh <i>instagram</i> orang rame main ig yaudah kita buat ig ghanior. Dari situ pelan-pelan bangun konsumen, Alhamdulillah responnya bagus. Setelah itu kita lanjut untuk kontrak atlit, dan semakin bagus juga respon konsumen. Terus selanjutnya yaaa karena saya pelatih futsal jadi sedikit demi sedikit jaringannya saya bangun dari pelatih futsal itu selain di media sosial, karena kita sudah 9 tahun juga jadi kebanyakan orang sudah tau kita. Lama-lama nyebar aja gitu, terus minta tolong juga buat <i>update</i> di ig temen. Jadi kita hanya fokus jaga kualitas sebenarnya. Media sosial



		kita aktif hanya di <i>instagram</i> aja.
6	Apakah memberlakukan system <i>paid promote</i> atau <i>endorse</i> artis?	hmm <i>endorse</i> ya, udah gak make lagi sih, tapi kita sistemnya kontrak. Kita kontrak atlit selama beberapa waktu, biasanya sih kita kontrak itu selama 6bulan atau langsung 1 tahun. Jadi selama masa kontrak tersebut ya dia harus memperkenalkan produk kita, posting produk kita entah dia lagi make produk kita atau apa.kalo sekarang kita ada kontrak atlet sekitar 8 atlet. Lima atlet futsal 3 atlet esport yang kontrak dengan ganior. Nah untuk di esport ini kita baru ngerambah di dunia esport jadi fokusnya mulai dua nih futsal sama esport. Kalau <i>paidpromote</i> kita dari 5 tahun lalu kita gak ikut <i>paidpromote</i> lagi. <i>Paidpromote</i> kita cuman 1 sampai 2 tahun kesannya kita gak main.
7	Seberapa pengaruh untuk atlet sebagai <i>influencer</i> dalam melebarkan Ganior ini?	menurut saya sih <i>influencer</i> itu sangat mendukung dan membuahkan hasil banget ya didalam perluasan jaringan jualan saya, soalnya <i>influencer</i> punya pengikutnya sendiri dan mangsanya sendiri, nah pengikut <i>influencer</i> itusih yang jadi sasarannya, karna pasti orang yang ngikutin tuh <i>influencer</i> akan ngeliatin postingan ataupun aktivitas yang dilakukan si <i>influencer</i> .
8	Apa saja syarat dan aturan sebagai atlit <i>influencer</i> ?	atlit yang kita kontrak itu kan yang udah terkenal ya, kayak orang yang suka sama futsal pasti ya tau atlit-atlit yang kita kontrak ini, kayak imam fauzi, kaisar silitonga. Mereka semua kan pemain-pemain yang emang udah terkenal. Tapi gak cukup terkenal aja, attitude mereka juga jadi bahan pertimbangan kita sebelum kontrak mereka. Atlit yang kita kontrak ga boleh posting lain selain produk dari kita, misalkan ada yang mau <i>endorse</i> sportwear juga nih sama kayak produk kita, nah itu gak boleh.Sama terakhir ya mereka harus aktif sihya di medsos, terutama IG. Karena percuma kalo mereka ga aktif ya ngapain di kontrak, kan mereka harus sering posting produk kita juga
9	Yang membedakan ganior	Kalo dulu produksi kita masih berantakan

	dengan yang lainnya?	banget, kualitas sablon masih jelek. Banyak konsumen yang komplain ke kita jadinya gak mau order lagi di kita. Tapi makin kesini ya belajar gimana sih supaya nyablon bagus, akhirnya kita bisa, dan Alhamdulillah sekarang konsumen banyak yang beli lagi. Terus makin kesini setelah banyak belajar kalau saya nilai ya evaluasi di luar, brand ganior itu mewah tapi mahal. Dia mahal tapi emang mewah kualitasnya dan itu yang membentuk di masyarakat.
10	Bagaimana meyakinkan konsumen ganior mengenai harga dan kualitas yang dijual?	Jadi kalo untuk yang awal kita gak main mahal yang penting masuk di kecek dia dulu baru kita buat. Kalau dulu mah gak mahal masih standar aja karena buat saya yang penting nama dulu. Gapapa untung sedikit yang penting omzet banyak. Karena yang namanya di dunia olahraga ini dia mesen 12 dari 12 itu dia punya temen yang berantai disitu. Kebanyakan jaringan terbentuk ya dari situ. Jaringan terbentuk dilapangan sendiri. Makin banyak testimony <i>vendor</i> nya makin bagus.
11	Sudah beapa lama kerja sama dengan timnas dan tim liga pro?	Sudah dua tahun kita kerja sama dengan timnas futsal untuk perlengkapan latihannya. Dan dua tahun itu dari 2018, dari tim liga pro futsal dua team, halus fc dan kosmo. Kita sponsorin, kontrak jadi kalau untuk klub semua perlengkapan kita yang nyediain jadi bukan berupa uang sih jadi berupa perlengkapan. Kalau diuangkan hamper 100-150juta. Sebenarnya kalau untuk ndi futsal <i>feedback</i> kita untung itu sedikit, karena futsal inikan masih minoritas beda dengan sepak bola yang sudah besar, jadi kalau kita kerja sama klub-klub hanya untuk eksistens jadi orang-orang yang belum kenal ganior gak nanya lagi apakah penipuan. Sebenarnya eksistensi itu untuk melegalkan kita.
12	Bagaimana nilai dan aturan yang terdapat pada Ghanior?	Kalau untuk atlet regulasi tetep ajasi gak bisa memposting, mempublish <i>vendor</i> lain selain ganior. Attitude nya di dalem maupun diluar lapangan juga harus bagus jadi attitude sebagai

		atlet kita nilai. Yang ketiga memperkenalkan ganior kalau untuk customer yang bikin jersey custom itu regulasinya sama sih seperti diluar-luar mereka harus dp 60% desain dari kita atau dari customer, pelunasan setelah jersey jadi. Itu udah lumrah lah. Kalo untuk konsumen kita punya komunikasi yang baik, selalu <i>follow up customer</i> itu bikin konsumen itu jadi seneng sama kita. Jadi percaya sama kita untuk selalu <i>repeat order</i> di Ghanior, itu sih yg selalu kita jaga banget..
13	Apakah feed ig mempengaruhi penjualan Ganior?	Sangat berpengaruh sih kalau follower ganior itu <i>followers</i> aktif, jadi dia yang menunggu kita produk yang terbaru apa. Pasti <i>vendor</i> lain pun ikutin di ganior, ganior jadi trendsetter nya.
14	Bagaimana untuk menjadi <i>reseller</i> ? Apakah ada syaratnya?	Itu kontrak 10 tahun 10 juta dapet diskon dari kita, seperti frenchise aja sih. Dan kita udah ada 5 <i>reseller</i> di beberapa daerah cibitung,bekasi, kendari, Jakarta, tangerang
15	Apa faktor pendukung dan penghambat yang dirasa?	Faktor pendukung ya medsos sih pastinya, namanya kita <i>online</i> media sosial jadi wadah kita buat jualan, nama ghanior yang udah besar juga jadi faktor pendukung tersendiri. Kalo penghambat ya itusih, bahan baku kita masih susah, repot kalo harus udah import dari luar karna di indo minim bahannya kadang. Terus karna kita jualan <i>online</i> , kadang masih ada aja yang ngiranya penipu, mungkin konsumen pernah ketipu kaliya atau karna banyak penipuan <i>online</i>
16	Apa yang membedakan ganior dengan yang lain dari kualitas bahan?	Kalau bahan sebenarnya sama tapi rasanya beda, yang itu saya bilang kalau detail-detailnya beda. Dari rasanya yang beda itu bikin pembeli jadi <i>repeat order</i> . Pembeli yang <i>repeat order</i> karena mereka puas dengan kualitas produk jersey dari saya. Selain kualitas juga harga kami terjangkau dan bagi pembeli <i>online</i> itu penting. Biasanya si mereka udah order dua samapai tiga kali dengan variasi yang beda-beda
17	Berapa omset perbulan yang didapat?	Kisaran di 150-200juta perbulan
18	Bagaimana cara	Kalo konsumen dilayanin dengan baik, terus



	mendapatkan <i>feedback</i> positif dari konsumen ?	kita ramah dan <i>fast respon</i> pasti konsumen itu kasih <i>feedback</i> positif balik sih ke kita. Kalo saya amatin yang udah-udah begitu, sama denger dari cerita para admin, soalnya kan kita juga ada evaluasi tiap bulan gitu
--	---	--

Nama : Cahyo – Konsumen Ghanior

Tanggal Wawancara : 31 Desember 2019

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Awal mula tau Ghanior dari mana?	Tau ghanior itu karna ka nanda itu pelatih temen saya, terus kalo lagi ngelatih katanya ka nanda suka ngasih tau ke anak didiknya, kadang minta bantu promote ig ghanior juga, nah temen saya <i>update</i> deh tuh IG ghanior. Yaudah jadi makin kepo
2.	Sudah berapa kali order jersey di ghanior ?	Bisa dibilang banyak sih, sering <i>repeat order</i> juga. Kebetulan juga orderan tim futsal biasanya lewat saya, terus saya yg selalu orderin lg ke ghanior
3.	Apa yang melatarbelakangi untuk percaya dan <i>repeat order</i> ?	Alasan mesen di ghanior itu karna ada garansi sihya. Artinya kan penjual berani bertanggung jawab atas barang yang dijual. Sebagai konsumen makin yakin aja dong kalo emang kualitasnya ga diragukan lagi. <i>Repeat order</i> selain karna emg kualitasnya yang udah bagus ya salah satu kenapa saya <i>repeat order</i> itu soalnya adminnya ramah banget, pelayanannya bagus. Nanya apa aja dijawab, terus kasih solusi juga baiknya gimana kalo kita lg bingung soal desain misalkan. Udah gitu setelah beli juga masih di follow up gimana kualitasnya dsbnya

Nama : Eka Sanjaya (Baraka Sportindo) - Produsen

Tanggal Wawancara : 02 September 2019

Usia : 26 tahun

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa yang melatarbelakangi usaha tersebut?	<p>Awal mulanya tuh karena hobbi gue itu di futsal terus karena gue tau passion gue di futsal. Awal pertama kali tuh kena dunia konveksi itu gue ikut orang ada namanya ganiors, gue selama dua tahun itu ngembangin marketing disitu dari bener-bener <i>instagram</i> 0 sampe punya follower sekitar 2000-4000 gue tinggal dan cabut dari ganior itu karena basic marketing gue bagus, gue punya jaringan, punya system yang bagus yang menurut gue itu bisa dipake. Jujur kenapa gue cabut dari ganior itu karena gue pede. Gue bisa nih marketingin dengan passion gue di futsal gue juga bisa marketingin usaha gue. Gue cabut karena kalo gue ikut orang sama aja gue ngegedein usaha orang lebih baik gue gedein usaha gue deh walaupun gue harus dari 0 lagi. Secara tidak langsung kalo gue nerusin di ganior pendapatan gue udah tinggi selain jadi pemain gue juga dapet dari marketing. Gue cabut di tahun 2015 terus gue bikin Baraka, setelah itu berjalan, system yang gue pake kenapa sekarang gue jadi pelatih karena kalo gue jadi pemain sekarang udah gak fokus karena gak bisa jadi dua. Kalo mau jadi pemain professional harus tau tujuan lu apa karena kalo fikiran kita bercabang lu gakbisa berkembang. Jadi pelatih masih di dunia futsal, enaknya jadi pelatih itu bisa ngelatih di lapangan atau diluar lapangan jadi gue bisa fokus sama usaha gue. Nah gue ngelatih selain untuk nambahin pendapatan gue, jadi buat</p>

		dapetin konsumen juga. Bersyukurnya juga gue ngelatih di tim futsal professional yang bisa buat nama gue besar. Nah kalo orang bikin baju di Baraka orang berfikir karena ada nama besar gue dan gue terjun dilapangan jadi membuat mereka percaya dan mencoba. Dari orang yang coba-coba karena nama besar gue, gue bales dengan kualitas yang baik.
2.	Sudah berapa lama usaha itu berdiri dan kapan berdirinya?	Berjalan 4 tahun
3.	Apa saja yang dijual?	Kaos-kaos jersey untuk kegiatan olahraga
4.	Berapa modal yang digunakan untuk memulai usaha?	Kalo modal awal itu modal nekat. Modal awal sekitar 6juta gue kembangin bisa sampe sekarang. 6 juta itu buat beli mesin print sama mesin cutting.
5.	Bagaimana strategi pemasaran yang dibangun untuk melebarkan jaringan?	saya ini kan pelatih, kenapa ga saya manfaatin kepelatihan saya ini buat ngembangin jaringan usaha saya. Akhirnya saya minta tolong rekan-rekan saya untuk promosiin Baraka di IG mereka, dan ternyata itu berhasil. Produksi Baraka makin banyak aja, jadi konsumen saya. Dan sampe sata inipun strategi gue selalu terjun untuk ke lapangan dari ngelatih untuk cari pasar dan marketing peluang usaha. Dari diri gue sebagai pelatih kipper futsal punya nama besar itu jadi modal gue banget untuk bisa marketingin di jaringan-jaringan gue dan jadi penguatan sendiri sih buat Baraka, apa lagi pas gue ngelatih di tim manokwari, nama gue makin gede. Jadi pelatih2 baru yang mau join sama gue karena nama besar gue. Kayak orang udah ga ragu lagi nih sama Baraka, karna mereka udah tau “oh ini punya coach eka Setelah itu karena gue ngelatih levelnya udah naik dan ga terjun lapangan lagigue bikin jaringan. Gue bersosialisasi, berkumpul sama pelatih-pelatih muda

		<p>yang notabeneanya pengen belajar sama gue cuman sambil marketingin Baraka gue. Baru deh abis itu kepikiran buat kontrak atlit, apalagi liat <i>followers</i> atlit di IG itu banyak, pikiran saya wah siapa tau kena nih bisa</p>
6.	<p>Bagaimana membuat kontrak dengan pemain-pemain terkenal? Apakah itu salah satu cara marketing untuk meningkatkan Baraka?</p>	<p>Itu system yang menurut gue sebelumnya gue yang pake tapi <i>vendor</i> banyak yang ngikutin. Menurut gue kena banget di marketing karena gue cukup mengontrak atlet terbaik, atlet yang punya <i>followers</i> banyak tapi gak terlalu besar namanya. Dan gue ngincernya anak-anak sekolah Bekasi, gue ngontrak ada dua pemain professional itu ada Hamzah sama gue ngontrak pelatih yang punya lesson lumayan bagus. Dengan gue mengontrak dua orang itu untuk menarik orang lain ajasih supaya tertarik. Selain gue ngontrak atlet gue juga ngontrak sekolah dan universitas. Kerja sama 3 sekolah yang berprestasi, tournament dimana-mana juga juara, aktif itu ada SMA 3 Bekasi, SMA 8 Bekasi, sama SMAN 9 Bekasi. Nah dari 3 sekolah itu munculah sekolah yang nawarin kerja sama tapi gak semuanya diambil karena nantinya bakal negbunuh diri gue sendiri. Di 3 sekolah ini gue ngincer <i>feedbacknya</i> banyak ada class meeting, osisnya, pelatihnya, kepala sekolahnya. Karena disekolah gue ngincer futsalnya apalagi ketika ada classmeeting, disitu gue ngincernya karena pasti mereka pengen buat jersey samaan. Sistemnya lagi dari harga normal gue akan potong 10.000 (5rb ke osis 5rb ke futsalnya) karena saling menguntungkan. Nah karena mereka osis tidak dapat dana dari sekolah salah satunya gue marketingin dengan cara bikin di Baraka, ketiga sekolah itu setuju. Dan semua rata2 anak sekolah pengen</p>

		bikin jerseynya di Baraka. Nah salah satu strategi marketing jug ague kasih tau anak-anak sekolah mereka kalau mau tanding dimana nanti hubungin gue terus nanti gue fotoin itu semua ada di <i>instagram</i> gue.
7.	Selain melalui atlet dan sekolah, untuk mempromosikan usaha anda apakah melalui yang lain juga?	Pasti. Kalau paidpromote biasanya dari akun yang berita-berita tentang olahraga kaya futsal disitu gue ikut-ikutan paidpromote itu untuk mencangkup kancah nasional. Tapi kalo cuman basis bekaasi gak perlu itu dengan strategi marketing yang gue sponsorin dari pelatih-pelatih, pemain futsal atau sekolah-sekolah Bekasi itu menurut gue udah kena. Karena sekarang orang mau bikin classmeeting atau sekolah-sekolah olahraga itu ngincernya ke gue. Kalo sponsorin di akademi gue gak ambil untung karena gue sebagai pelatih jadi tau kalo di akademi itu uangnya seberapa jadi cuman membantu karena sosial aja. Kalau mau buat baju gue bantu dengan harga berapa nanti gue karting 25%. Walaupun tujuan gue bantu karena sosial tapi disitu juga akan mendapatkan target marketing yang lain yaitu orang-orang dan bsekolah yang ikut akademi tersebut.
8.	Cara membangun kepercayaan kepada konsumen selain sudah mengetahui nama besar pemilik itu apa saja?	Sosialisasi, nongkrong simpel. Bang lu dimana gue dating ya dari ngobrol-ngobrol itu nanti mereka nawarin ke temennya kalau ada yang mau bikin jersey nah dari situ ngebangun yang namanya kepercayaan lagi. Karena selain nama besar kita selain sebagai manusia jangan terlalu tinggi karena kalau kita humble sosialisasi sama orang nah disitu orang akan lebih percaya lagi. Dan satu modal nongkrong namanya kita <i>vendor</i> gak mungkin kita ga bayarin, hal kecil.lebih baik kehilangan satu orderan daripada kehilangan kepercayaan orang.



		<p>Itu menurut gue penting. Terus selalu tiap <i>update</i> foto produk itu foto asli, kasih <i>feeds</i> yang rapih biar orang itu percaya sama kita. Di postingan juga banyak foto kontrak kita sama atlit ataupun universitas</p>
9.	<p>Apa sajakah factor penghambat dan pendukung dari usaha <i>online</i> shop ini?</p>	<p>Factor pendukung itu pertama jaringan. Favorit gue sih dari kepelatihan itu factor pendukung gue. Dari cara melatih gue punya nama besar itu jadi factor pendukung gue banget untuk bisa marketingin di jaringan-jaringan gue. Jadi pelatih2 baru yang mau join sama gue karena nama besar, dengan cara gue bersosialisasi atau dengan cara gue melatih pun orang jadi respect untuk bergabung dengan Baraka team. Dari melatih futsal itu numbuhin dampak dari banyak aspek mulai dari kepercayaan untuk <i>vendor</i> gue sendiri. Medos juga jadi faktor pendukung banget sih. Kendala di produksi yang pertama karena alat gue masih konvensional masih ada sebagian juga yang belum gue punya. Contoh mesin printing yang corak-corak itu gue masih ngebuang karena harga mesinnya 350juta tapi gue punya desain. Hasil dari desain dan jadinya pun beda, dari segi waktunya dia yang menentukan bukan kita yang menentukan, kalo kualitas pun kalo kita gak bawal mereka aka nasal-asalan. Kualitas dan waktu itu diatur sama orang printing itu. Kendalanya pasti sih di waktu dan kualitas, sama paling bahan baku habis kan ada warna-warnanya tuh seandainya gak adapun kita harus nunggu karena kita gakbisa maksa <i>supplier</i>, kadang kalo di Indo ga ada juga harus import dari luar. Dan kalo kita merubah ganti bahan pun itu nurunin kualitas tapi gue selalu komunikasi sama konsumen kalau bahan</p>

		<p>tidak ada dengan ganti warna lain. Bahan baku juga masih minim, Sama kendala dikontrak atlet, kadang atlet lupa dengan kewajiban dia kadang lupa jadi kita harus sering-sering ingetin. Kalau dia gak punya apa yang di posting gak akan posting dia dan kita harus selalu ingatkan dan support atlet kita untuk posting yang harus di posting sesuai dengan kontrak. Kalau <i>vendor</i> lain itu bukan sebagai saingan malah jadi temen. Dibekasi ada komunitas sesama pelaku usaha jersey gitu, suka ngumpul sharing saling belajar satu sama lain, dikasih tau juga <i>supplier</i> murah dimana karna dulu kita jual harganya tinggi. Dulu mah produksinya ga sebagus sekarang, tapi lama-lama ngerti yang bagus jersey tuh gimana sih. Akhirnya konsumen percaya sama Baraka, kalo order balik lagi ke Baraka. Jadi sesame <i>vendor</i> malah jadi temen sih, enak disitu. Terus contoh lagi Kalau misalkan mesin gue rusak, gue mau kemana lagi kalau bukan ke temen. Kedua, Setiap <i>vendor</i> itu punya ciri masing-masing, market masing-masing, marketing masing-masing tapi yang jadi penghambat lainnya kalau <i>vendor-vendor</i> lain ngikutin strategi kita. Kaya gue ngontrak atlet, ngontrak sekolah sekecil itu orang jadi ngikutin.</p>
10.	Apakah setiap customer ingin beli dikasih tau untuk kualitasnya?	<p>Ngga gue selalu pantau karena admin pun gue yang pegang salah satunya. Kalau selama ini dengan adanya 3 aspek gak perlu mungkin kalau yang baru banget mungkin. Nah maknaya dibidang kalau orang pengen liat kualitasnya mending dating ke tempat atau bandingin dengan <i>vendor</i> lain dari situ hasilnya beda. Ada yang membedakan gue dengan <i>vendor</i> lainnya dari bahan baku untuk logo yang gue pake beda dari tempat lain, satu-</p>

		<p>satunya <i>vendor</i> sejabodetabek yang pake logo berbeda itu Baraka. Semua pake print tabel tapi Baraka pake mikro lebih mahal tapi itu yang bisa jadi ciri khas Baraka. Kalau bahan semua sama karena <i>supplier</i> yang di dapet sama semua.</p>
11.	Apakah terdapat aturan dan nilai yang terbangun didalam Baraka?	<p>gue selalu suruh admin gue untuk <i>follow up customer</i>, karna kita punya garansi 2th untuk jersey yang udah kita bikin. Kalo untuk aturan lainnya min order 1 lusin sih, dan harus DP 50% sebagai tanda jadi, sisanya baru pas selesai. Terus yang pertama disipain sama konsumen itu desain karena kita gakbisa membantu dalma pembuatan desain. Cuman minimal bayar itu 150rb dari keseluruhan. Kalau disekolah itu dia pakai sponsor dari Baraka mendapatkan potongan sebesar 5-10rb/pcs. Ketika jersey jadi juga kita kasih tau cara perawatan mencucinya minimal jangan terus-terusan ditaro di mesin cuci. Kalau memang ada yang copot logo, atau print-an gak bagus kita itu ada garansinya selama 2 tahun itu. Kalau untuk <i>reseller</i> cuman bawa orderan aja dan kita bantu juga untuk desain. Kalau untuk <i>reseller</i> itu potongan 30rb itu hitungan kasar ya. Kalo untuk nilai jadi ya saya bikin treat yang rapih dengan foto-foto yang bagus dan pelayanannya juga juga harus ramah, keluhan di dengerin, <i>fast respon</i> ketika melayani konsumen</p>
12.	Apakah usaha ini memiliki <i>reseller</i> ?	<p>Sejauh ini memiliki 7 <i>reseller</i>. Gue buka cabang di Senayan city itu bukan cabang sebenarnya itu <i>reseller</i> dia punya mangsa pasar bagus, dia ngelatih disekolah dan itu plus buat dia. Adalagi temen dikampus anak depok cuman cukup jadi <i>reseller</i> dengan jualin barang dari gue nanti kasih harga <i>reseller</i> selesai nanti di pick ke lu. Jadi <i>reseller</i> pun bukan hanya</p>

		<i>reseller</i> harus punya produk baru.
13.	Target pasar sejauh ini ditunjukkan untuk siapa saja?	Target pasar Jakarta Bekasi.
14.	Berapa omset yang didapat?	Perbulan 80-100juta

Nama : Nathan Azaria – Konsumen Baraka

Tanggal Wawancara : 31 Desember 2019

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama bikin jersey di Baraka	SMA 8 kalo bikin jersey selalu di Baraka, baik itu buat tim futsal tanding ataupun buat baju kelas. Dari saya kelas 10 sih emang udah di coach eka kalo order.
2.	Darimana awal mula tau Baraka ?	Beberapa anak 8 emang dilatih sama coach eka, terus abi usman guru olahraga kita juga temenan dekat sama coach eka
3.	Apa yang melatarbelakangi untuk produksi jersey di Baraka?	Kualitasnya bagus sih kayak udah ga diraguin lagi, harganya juga masih terjangkau, udah gitu kadang kita juga masih dikasih diskon lagi. Makanya SMA 8 percayain Baraka untuk bikin jersey

Nama : Tetta (tetta.co) - Produsen

Tanggal Wawancara : 09 September 2019

Usia : 22 Tahun

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa yang melatarbelakangi usaha tersebut?	<p>Awal mula kita membuat usaha <i>online</i> shop ini tujuannya hanya karena ingin memiliki uang jajan, karena kita kan mahasiswa yang kehidupannya hanya cukup untuk ongkos dan makan. Akhirnya kita cari cara gimana bisa menghasilkan uang nah terfikir lah ide untuk membuat usaha. Karena melihat pada saat itu market hijab lagi ramai sekali akhirnya saya tercetus ide buat hijab. Tapi sebelum saya bisa melihat market. Saya dari lulus sma sudah jadi <i>reseller</i> di merchant shopee. Disitu saya jual sepatu yang <i>reseller</i> nya itu dari bandung. Sebenarnya iseng-iseng kalo itu, ternyata yang checkout (beli) banyak sekali minatnya dan itupun saya gak perlu capek-capek untuk pergi ke JNE atau TIKI karena pada saat itu saya sebagai dropshiper. Dan itu untungnya sangat luar biasa, dan akhirnya dari situ saya buku olshop di <i>instagram</i>. <i>Instagram</i> ini saya baru mulai jualan kerudung tapi ngerasa belum mengerti tentang usaha akhirnya berhenti begitu saja. Disitu juga saya masih labil dan sibuk juga kuliah, saya buat 3 account <i>instagram</i> yang berbeda dan tiga-tiga nya tidak diteruskan untuk berjualan. Sampai pada akhir perkuliahan saya tekuni lagi dengan sudah sedikit mengerti tentang pasar. Saya menuangkan segala ide dan konsep di olshop ini. Awalnya juga namanya bukan tetta.co melainkan muezza.co yang pada saat itu saya</p>



		berdiri secara independent terus selang saya berjalan ngerasa perlu partner akhirnya ada yang menawarkan untuk menjadi partner akhirnya muezza.co berganti nama menjadi tetta.co dengan konsep yang berbeda. Karena market saya anak-anak muda yang suka warna-warna pastel dan disitu pengen orang cepat ingat kalau tetta.co menjual hijab yang warnanya pastel dan harganya murah.
2.	Sudah berapa lama usaha itu berdiri dan kapan berdirinya?	Saya mulai usaha itu dari tahun 2016 awal tepatnya 23 Febuari. Jadi kurang lebih sudah 3 tahun berjalan.
3.	Apa saja yang dijual?	Tetta.co disini menjual berbagai macam, jenis hijab baik itu polos maupun motif, segiempat maupun pashmina dengan harga yang affordable.
4.	Berapa modal yang digunakan untuk memulai usaha?	Modal pertama saya cuman 300rb dan disini karena pada saat itu saya masih <i>reseller</i> jadi keuntungannya lumayan dan selalu diputer untuk modal.
5.	Bagaimana awal mula strategi pemasaran yang dibangun?	Startegi pemasaran sih lebih gimana cara orang tau apa yang kita jual. Yang saya selalu tekanin bahwa branding itu sangat berpengaruh dan itu yang terus saya tekenin. Awal mulanya saya minta tolong sama temen-temen kuliah untuk promosiin jualan saya di akun penelitian <i>instagram</i> mereka. Nah dari situ saya dapat follower diluar dari lingkup saya. Setelah dapat follower saya rajin <i>update stock</i> di <i>igstory</i> dan itu celah untuk mendapatkan customer.
6.	Bagaimana system penjualannya? <i>Online</i> atau <i>offline</i> ?	<i>Online</i> dan <i>offline</i> . Kalau <i>online</i> di <i>instagram</i> kalau <i>offline</i> biasanya ikut-ikut bazar dan buat stand tapi jarang banget sih, Itu juga Cuma hari-hari besar aja kaya momen lebaran idul fitri.

7.	Bagaimana meyakinkan pembeli <i>online</i> untuk bisa belanja di <i>online</i> shop anda?	Lebih ke promosiin lewat igstory setiap hari terus sebelum <i>update</i> produk baru selalu dikasih <i>review</i> barang yang akan di jual dan saya sendiri selalu pakai akhirnya mereka percaya si bagaimana kualitas bahannya dengan harga yang <i>affordable</i> . Nah biasanya kalo mereka udah percaya ya pasti <i>repeat order</i> , Pembeli yang <i>repeat order</i> karena mereka puas dengan kualitas produk hijab dari saya. Selain kualitas juga harga kami terjangkau dan bagi pembeli <i>online</i> itu penting. Biasanya si mereka udah order dua samapai tiga kali dengan variasi yang beda-beda. Terus udah gitu makin kesini banyak konsumen yang langsung kirim format order, gak bertele-tele nanya. Udah gitu mereka gak nanya dikirimnya kapan, resinya mana gitu-gitu. Biasanya mereka udah cek testi kita atau udah pernah beli sebelumnya. Nah dari situ ya keliatan kalo berhasil buat yakinin konsumen
8.	Bagaimana cara mempromosikan usaha <i>online</i> shop ini untuk melebarkan jaringan?	Untuk promosi paling besar di <i>instagram</i> ya, karena semua orang akses <i>instagram</i> . Dan full 24 jam pasti akses <i>instagram</i> . Tapi gak cuman <i>instagram</i> , jadi pada saat itu saya habis dari <i>supplier</i> sampai rumah tetangga pada datang untuk melihat jualan saya akhirnya akhirnya tanpa perlu saya promosikan ke tetangga saya dapat customer.
9.	Apakah hanya mengandalkan <i>instagram</i> atau ada yang lain?	Sejauh ini <i>instagram</i> tapi sebenarnya juga kita ada di shopee dan Line@ tapi karena memang masih recovery jadi sejauh ini <i>instagram</i> , <i>instagram</i> medsos yang paling kena banget kalo buat jualan barang, karna ya orang sekarang tuh punya IG semua deh, dan pasti maininnya IG. Biasanya di

		<p><i>instagram</i> itu posting produk, upload foto ataupun video produk ya di IG. Kalo ada sale juga lebih sering diinform di IG, testimony konsumen juga kita taro di IG. Fitur IG juga sihya yang mendukung untuk pasarin produk kita ke konsumen lebih enak dan gampang aja gitu</p>
10.	Apakah ada aturan belanja pada <i>online</i> shop anda?	<p>Kita ada rules kalo mau beli, rules ini kita taro di highlight IG biar konsumen tau sebelum mereka order. Rulesnya itu harus sesuai format order, hal ini kita terapin supaya sekali chat konsumen jelas barang apa yang dimau. Memudahkan kita juga untuk ngerekapnya, jadi bisa langsung direkap. Terus selanjutnya kalau aturan si yang penting sebelum beli tanyakan <i>stock</i> ke admin. Karena ini <i>stock</i>nya kadang tidak terlalu banyak dan banyak juga yang rebutan setelah <i>stock</i> sudah di upload langsung kirim format order lengkap. Sama kalau ada yang hit n run langsung di block kasian yang tidak kebagian. Karena pengalaman dulu konsumen udah pesen barang sesuai format order, tapi tiba-tiba dicancel secara sepihak makanya diberlakukan <i>blacklist</i></p>
11.	Apa sajakah factor penghambat dan pendukung dari usaha <i>online</i> shop ini?	<p>Yang ngehambat paling bahan yang ada di <i>supplier</i> aja ya, kadang dapetin bahan buat kerudung itu susah banget. Yang kita jual kan basic voal yang memang lagi laku keras dipasaran dan <i>supplier</i> gak cuman kita aja yang beli bahan di dia, banyak juga olshop lain yang ambil di dia, kadang juga <i>supplier</i> ambil dari luar daerah supaya press budget, terus kadang permintaan pasar banyak tapi modal kita sedikit nah itu yang ngehambat juga. Jadi kadang kalau lagi ramai peminatnya <i>stock</i> kita</p>

		sedikit. Pembeli yg <i>hit and run</i> juga jadi bikin susah percaya sama konsumen jadinya, walaupun gabisa mengenalisir secara umum tapi ya gitudeh. Kalo yang ngedukung ya medsos jaringan internet, kalo gada dua itu jualan <i>online</i> gak jalan dong
12.	Berapakah penghasilan yang di dapatkan selama satu bulan?	Kalo penghasilan perbulan itu beda-beda ya karena setiap bulannya kita kadang ga nentu ngeluarin <i>stock</i> nya. Sekitar 5-10 jutaan.
13.	Disini anda sebagai produsen, Distributor atau apa?	Itu tadi ya karena awal mulanya saya ambil barang dari orang terus keuntungannya diputer untuk nambahin modal akhirnya sekarang ini saya sudah pakai label sendiri dan sebagai produsen di usaha saya sendiri.
14.	Apakah <i>online</i> shop ini memiliki <i>reseller</i> ?	Alhamdulillah sudah punya <i>reseller</i> sejauh ini baru 3 orang dari kalangan yang berbeda. Kalo untuk system <i>reseller</i> itu kita ada minimum pembelian 5 kerudung nanti ada potongan 2000rb/pcs. Dan kalau memang ada yang mau ambil barang kerumah harus melakukan pelunasan terlebih dahulu.jadi ada uang ada barang.
15.	Target pasar sejauh ini ditunjukan untuk siapa saja?	Kalau untuk target pasar Alhamdulillah ya sudah meluas, karena saya juga punya partner sekarang jadi makin memperluas marketnya. Kalo awal saya buat tetta.co ini ditunjukkan untuk kalangan mahasiswa, temen-temen saya sendiri, lingkungan rumah. Sekarang sudah punya partner jadi tambah luas targetnya.

Nama : Dea Ayu – Konsumen Tetta.co

Tanggal : 03 Januari 2020

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana awal mula mengetahui tetta.co ?	Tau waktu itu temen <i>update instastory</i> dia make kerudung dari tetta, di tag gitu. Yaudah buka deh ignya
2.	Sejauh ini seberapa sering order kerudung di Tetta.co	Termasuk sering sih, soalnya motifnya lucu-lucu, kadang kalo abis upload barang baru langsung kepoin nanti ada aja yang dibeli
3.	Apa yang melatarbelakangi untuk merekomendasikan tetta.co ke orang lain ?	setelah saya beli kerudung di tetta jujur aja puas sih sama kualitas barang dan harganya yang murah. Udah gitu adminnya ramah banget. Setelahnya saya promosiin ke temen-temen buat beli kerudung di tetta, padahal adminnya gak minta. Tapi karna puas jadi bawaannya pengen ajak yang lain buat beli juga

Nama : Febriza Anas (Butoshop) - Distributor

Tanggal Wawancara : 29 Agustus 2019

Usia : 21 tahun

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa yang melatarbelakangi usaha tersebut?	Awalnya si karena udah terkenal aja nama Butoshop itu soalnya buat masyarakat awam Buto itu terkenal dengan raksasanah kebetulan nama saya itu dipanggilnya Buto, terkenalnya itu di pssi, timnas. Nah, manfaatinlah nama Buto dan gatau kenapa kepikiran aja wah buat tambah-tambahan seru nih jual sepatu di <i>online</i> . Karena <i>online</i> itukan sekarang lagi booming, buka lah Butoshop. Kita nge-up nama Butoshop ini gampang karena punya relasi dari atlet, timnas, dari pemain



		seprofesi pas main bola itu jadi gampang gak pake bayar.
2	Sudah berapa lama usaha itu berdiri dan kapan berdirinya?	Awal kebentuknya Butoshop itu masih inget banget 21 ktober 2015. Pertamanya itu jual <i>online</i> aja, lagi main bola terus ada waktu senggang <i>update</i> di ig. Awalnya tuh beli di orang. Orang jualan sepatu, kita jualin terus pake foto dia naikin harganya 50-100rb, berarti mahal banget kan tuh dari dia aja udah 500rb nanti saya jual 600rb. Terus dijalanin ketemu celahnya, ikut join di grup tapi jual harga yang beda bukan dengan harga yang dia jual. Jadi udah nemu Distributornya. Tapi itu masih orang ke empat dan kelima. Jadi sepatu itu kayak mlm mata rantai ke bawah. Nih gue ngejualin punya <i>reseller</i> dia punya bawah lagi seterusnya begitu. Makanya harga sepatu beda-beda di <i>online</i> . Awal mulanya untung iseng-iseng dan nambah-nambah. pertama kali jual di onlie, dulu awal-awal follower di <i>online</i> dari 0 sampai sekarang 27rban <i>followers</i> . Tapi kalo yang aktif itu di ig aja terus grup wa kan.
3	Apa saja yang dijual?	Kalo kita sih ngejualnya itu sepatu running, casual, ada tas juga. Tadinya pertama kali Buto jualan itu tas, nah setelah saya liat tas itu persaingannya makin ketat karena ambil keuntungannya cuman 5rb 10rb dan saya liat perkembangannya gak bisa sampan lama akhirnya saya beralih ke sepatu. Dan rencananya kita juga mau buat produk sendiri dari sepatu sendiri, sepatu kulit dan rencananya baju, celana training, dan sandal. Range harga kisaran 250rb

		paling mahal bisa sampe 3jtan. Yang 250rb itu paling murah di harga store resminya itu 799rb, nah kalo yang 3,5jtan distore resmi bisa sampai 8-10jtan.
4	Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen?	mulai dari fast respon, bales chatnya ramah dan sabar ngadepin pertanyaan konsumen, terus kesiaptanggapan kita kalo ada masalah. Karna kadang masalah ada aja, kayak misalkan paket belum nyampe-nyampe itu kita bantu buat ngelacaknya. Karna pelayanan yang kita berikan itu <i>feedbacknya</i> positif banget sih dari konsumen
5	Bagaimana awal mula strategi pemasaran yang dibangun untuk melebarkan jaringan?	Mengandalkan temen-temen, masang-masang iklan yang murah, <i>paid promote</i> ke artis-artis yang bayarannya cuman 100rb-150rb. Terus makin kesini suka adain <i>give away</i> . Strateginya si bikin voucher cashback. Kan gue bikin 30-50rb nah kalo misalkan belanja dibawah 200rb itu dapet vouchernya 30rb kalo diatas 200rb vouchernya 50rb/sepatuBiasanya kita bikin sale-sale di igs/ kadang juga ikut bazar di kampus-kampus bagi-bagiin brosur juga dikampus-kampus/ dilingkungan rumah. Pernah juga jadi pembicara di UI
6	Bagaimana cara berkomunikasi dengan konsumen ataupun <i>supplier</i> ?	semuanya bener-bener serba <i>online</i> sihya, dan manfaatin media sosial yang ada kayak <i>instagram</i> sama <i>whatsapp</i> . Pembeli kalo mau order pasti chat kita via WA, karna emang orderan kita terima via chat WA aja. Kalo IG fokus untuk posting produk aja. Terus ya komunikasi sama <i>reseller</i> juga via WA, ada group khusus <i>reseller</i> . Begitupun sama <i>supplier</i> kalo ada produk terbaru

		atau mau ambil <i>stock</i> barang kalo abis chat via whatsapp
7	Bagaimana cara meyakinkan Butoshop ke customer?	Kalau barang asli atau nggak itu kita bisa ngeyakinin kan ini barang murah karena gak kena pajak terus juga kita gak bayar pegawai kaya di store-store, kita gak bayar uang sewa mall itu ajasih. Terus kita pun sampel yang bener original beli di store sama barang yang punya kita, disitu kita samain kita punya videonya kita kasih liat ke mereka, jadi nunjukin bukti fisik dan penjelasan sertta ciri-ciri sepatu ori kaya gimana. Dan selalu bilang sama admin untuk <i>fast respon</i> ke konsumen, kalo upload foto juga perhatiin <i>feeds</i> biar eye catching. Terus kita juga ada garansi uang kembali kalo produk kita gak ori
8	Bagaimana meyakinkan pembeli kalau Butoshop bukan <i>online</i> shop penipuan?	Pertama karena kita murah <i>seinstagram</i> untuk sekelas barang kaya kita ya, kita juga punya offline store, kalau kita penipu gak mungkin punya offline store dan bisa juga langsung datang ke store. Ada testimony juga setiap pembeli biasanya kasih testimony tanpa di minta. Adanya <i>stock</i> barang di store biar percaya. Gak jarang juga ada konsumen yang order tuh langsung banyak jadi mereka ya percaya, tapi dia ga ribet. Percaya aja kalo orderannya akan diproses, beda sama ada juga yang order satu aja tuh nanya-nanya mulu
9	Bagaimana cara mempromosikan usaha <i>online</i> shop ini?	Pertama beli pasti sodara temen-temen dekat, keluarga. Terus lama-lama ngerambat ke yang laen ke umum. Untuk masyarakat luar tau itu giamna caranya “nah enak nya ngenalinnya itu gampang dulu kan

		<p>masih main bola terus follower di ig penelitian ada 10rbn terus <i>update</i> aja di snapgram kalau mau beli sepatu disini, ni kenalin Butoshop ngejual sepatu original dari situ aja di promote nya ke temen-temen juga yang platnas timnas, temen-temen artis juga. Karena ada relasi temen-temen atlet dan artis jadi manfaatin aja disitu</p>
10	<p>Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dirasa?</p>	<p>Jaringan internet juga penting sih, namanya juga usaha <i>online</i> ya harus internetnya yang bagus dan cepet. Kalo jaringan internetnya jelek atau gak ada gimana bisa <i>online</i> jualan, gimana bisa ketemu sama konsumen atau komunikasi sama yang lain. Jadi jaringan internet yang baik ya jadi faktor pendukung tersendiri, terus medsos sama lingkup pertemanan sih. Kalo faktor penghambat sendiri apa ya, paling kalo jasa pengiriman lagi overload konsumen jadi nanyain mulu tapi itu juga jarang, kalo hari tertentu aja. Terus banyak yg jual sepatu <i>online</i> bilangnya asli padahal mah palsu atau KW, itu jadi ngehambat buat konsumen percaya cepet sama kita, beberapa konsumen ada yang bilang ngeluh kalo takut ketipu lagi sama barang yg bilangnya asli padahal KW</p>
10	<p>Apakah <i>online</i> shop ini memiliki <i>reseller</i>? Apa syarat untuk menjadi <i>reseller</i>?</p>	<p>Kalau <i>reseller</i> itu belinya biasanya borongan dan ada syaratnya juga kalau mau beli borongan. Jadi biasanya dia beli serian. Sepatu itukan seriannya beda-beda ya. Satu serinya kan beda-beda setiap pasangannya, kalau women size itu dari 36-40 kalo men size itu 40-44 nah dia harus beli satu seri, kalau misalnya sepatu adidas ada 3 warna</p>

		dengan size berbeda harus semua dibeli. Terus kalo mau jadi <i>reseller</i> gampang, cukup bayaran awal buat masuk group 150.000. Nanti masuk group kita udah ada foto yang siap diposting, <i>reseller</i> tinggal upload aja
11	Berapa omset yang didapat?	Omset sekitar 40-60 juta
12.	Bagaimana Cara membangun kepercayaan ke <i>supplier</i> ?	awalnya dulu saya kalo mau pesen barang harus ke gudangnya, bayarnya juga diawal sesuai jumlah barang yang kita ambil. Tapi lama-lama udah gak gitu lagi, <i>supplier</i> udah percaya sama saya Kalo ga laku bisa dibalikin terus kita ambil lagi yang baru. Contohnya gini, Saya dapet sepatu original terlebih dahulu baru membayarnya kemudian. Maksud saya, saya dapet sepatu running Adidas original dalam jumlah ratusan pcs dari <i>supplier</i> dengan perjanjian saya akan bayar ke <i>supplier</i> dalam jangka waktu biasanya sebulan atau dua bulan Cara kepercayaannya sih dengan peningkatan penjualan, terus dia liat juga barang yang keluar setiap harinya banyak, terus juga gak ada macet kita bayarnya ke mereka. Kita gak ada bagi hasil jadi dia jual segini gue juga jual yang beda jangan sampe ada penurunan biar setiap sepatunya itu punya harga biar gak ada banting harga. Setoran setiap minggu ke Distributor jadi seminggu misalnya dalam sehari 200-300 pasang yang laku bisa sampe puluhan-ratusan juta setorannya setiap minggu atau nanti perbulan. Bagi Distributor kaya saya sangat menguntungkan dan terus berusaha ngejaga kepercayaan kayak gini, karena saya bisa lebih cepet jual atau



		<p>promosi dulu tuh barang ke pasar. Soalnya kan jualan <i>online</i> gini yang penting itu picture, deskripsi barang, dan kesedian stok jadi pembeli <i>online</i> lebih milih kita kalo semuanya ready. Terus yang penting saya kalo bayar tagihan selalu tepat waktu sih, gamau terlambat. Gamau ngecewain gitu, soalnya dengan <i>take first and pay later</i> ini nguntungin banget buat saya. Jadi harus saya jaga banget. Suka ketemu juga buat sekedar ngobrol, ya itung-itung untuk terus jaga hubungan baik inilah</p>
	<p>Bagaimana cara mendapatkan <i>feedback</i> positif dari konsumen?</p>	<p>mulai dari <i>fast respon</i>, bales chatnya ramah dan sabar ngadepin pertanyaan konsumen, terus kesiaptanggapan kita kalo ada masalah. Karna kadang masalah ada aja, kayak misalkan paket belum nyampe-nyampe itu kita bantu buat ngelacaknya</p>

Nama : Yulianto Muchlas – *Supplier* Butoshop

Tanggal Wawancara : 30 Agustus 2019

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama menjadi <i>supplier</i> Butoshop	Untuk tahun pastinya saya lupa sih, udah lebih 3 tahun mah ada seinget saya
2.	Bagaimana akhirnya bisa memberikan <i>take first and pay later</i> ?	Tadinya si ijal ini pesen barang ya langsung ketemu saya, bayar duluan juga. Tapi lama-lama saya udah percaya sama ijal, wong dia jadi langganan saya udah lama. Dia kan orang terkenal ya, mantan pemain Persija kalo mau nipu gampang

		dicarinya. Disisi lain, perputaran barang di dia itu cepet banget dan kalo soal urusan bayar kalo udah waktunya gapernah telat, jadi kalo saya bolehin <i>take first and pay later</i> itu jadi kemudahan juga sih, toh juga ada untungnya di saya
--	--	--

Nama : Reza Dwi – Konsumen Butoshop

Tanggal Wawancara : 2 Januari 2020

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana awal mula mengetahui Butoshop ?	beli pertama kali di Butoshop gara-gara temen ngetag di IG, dia ikut <i>give away</i> yang diadain sama Buto. Gara-gara di tag, akhirnya kepo sama jualan Buto. Liat-liat produk dan <i>review</i> nya bagus, yaudah deh jadi beli sepatu disitu
2.	Apa yang melatarbelakangi percaya untuk berbelanja di Butoshop ?	<i>Review</i> nya bagus sih banyak gitu testimoninya. Terus temen yg ikut <i>give away</i> eh beneran dapet. Sempet kepo juga sama ig ownernya, ternyata mantan pemain Persija. Yaudah percaya aja jadinya

Nama : Ara Prihatini (Crushlicious.bks) - Distributor

Tanggal Wawancara : 21 September 2019

Usia : 22 tahun

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa yang melatarbelakangi usaha tersebut?	Awalnya kan lulus SMK itu kerja, udah kerja 2 tahun karena tuntutan Pemerintah jadi kita harus kuliah lagi. Tadinya mau kuliah sambil kerja, karena kebetulan dapet kampus Negeri jadi gakbisa sambil kerja otomatis kan kerjanya harus di stop. Nah kalau kerjanya stop kita gak punya duit sedangkan sudah terbiasa dapet uang bulanan dan bisa beli barang sendiri jadi

		<p>kita harus muter otak. Dan karena emang sebelum2nya juga biasa jualansi jadi udah biasa aja. Muter otak gimana caranya gaji terakhir harus dipakai buat jualan biar berkelanjutan. Awalnya iseng2 lagi nonton youtube, nonton skincare gitu terus ada yang di <i>endorse</i> gitu masker craslisious namanya terus di cek kan <i>instagram</i>nya. Tadinya cuman mau beli doang terus kok kayanya bagus dan cari-cari Distributor. Setelah itu iseng nawarin diri bisa ga jadi Distributor di Bekasi terus katanya bisa, nanyain bagaimana sistemnya. Tadinya masih maju mundur mau jadi Distributor atau nggak, kalau jadi Distributor otomatis semua gaji dipertaruhkan. Setelah itu jadiin Distributor deh tahun 2016</p>
2.	Untuk jadi Distributor itu harus kemana? Dan syaratnya apa saja untuk menjadi Distributor?	<p>Ke pusat craslisious. Pusat craslisious adanya di Purbalingga. Kalau dulu tuh syaratnya harus order minimal 70pcs. Tapi harga jualnya 50rb, dulunya 45rb pas cek <i>instagram</i>. Karena <i>endorse</i> melalui youtube itu jadi meningkat 50rb. Kita awal order dikit dulu takut ga berkembang. Karena habis <i>endorse</i> di youtube yang emang gue liat video dia jadi melejit. Craslisious berkembang pesat karena emang youtuber itu. Udah si habis itu orderan bisa sampe 20pcs lebih. Bener2 dari 70pcs itu kurang dari 2minggu habis dan bisa <i>repeat order</i> jadi 100pcs. Pokonya <i>repeat order</i>nya minimal 70-100pcs. Semenjak itu jadi terus <i>repeat order</i> dan lumayan banget penghasilannya.</p>
3.	Apa saja yang dijual?	<p>Baru masker. Masker varian green tea, coklat, kopi, dan milk itu untuk kemasan 70gr yang harganya 50rb. Tapi seiring dengan berkembangnya pasar dan permintaan customer minta adain size yang kecil karena kita aturannya gak boleh re-packing dan re-branding. Minta size kecil kita bikin dengan varian yang sama</p>

		<p>ukurannya beda, ukurannya 25gr harganya 25rb. Nah setelah face mask kita udah ngeluarin serum terus clay mask cuman itu musiman itu lho. Kalo sekarang itu ada face mask yang 70gr, 25gr, serum over night, honey mint tea clay mask, calendula oil untuk ngebersihin make up gitu. Soon ada varian-varian baru. Kalo harga fullsize kan 50rb, mini size 25rb, serumnya 100rb, calendula oilnya 110rb. Clay masknya 120rb. Kalau peraturan yang sekarang karena kita sudah semakin besar dan jaringannya sudah seluruh Indonesia dan <i>resellernya</i> banyak sekarang minimal <i>repeat order</i> 500-1000pcs.</p>
4.	Berapa modal yang digunakan untuk memulai usaha?	Modal awal itu 2,1 juta habis itu resmi jadi Distributor
5.	Apakah dalam satu wilayah ada dua Distributor?	Dulu sih sempet kejadian, miskom kan. Jadi di bekasi itu ada Bekasi selatan sama Timur. Kalo satu wilayah itu biasanya adanya di Jakarta, Jakarta aja ada 5 satu-satu Distributornya. Kalau Bekasi 2, adalagi Distributor dari Cikarang padahal masih termasuk Bekasi. Kalau padat penduduk biasanya jadi lebih banyak Distributor gitu padahal kalau ketentuan wilayah biasanya satu.
6.	Target pasar ke siapa saja?	Target pasar sih dari umur 15-40 tahun juga ada sih. Cuman karena jaman now kan jadi lebih ke 15-20 tahun yang suka coba-coba dan punya masalah kulit pastinya.
7.	Apakah ikut paidpromote atau <i>endorse influencer</i> untuk menaikkan <i>craslisious</i> ?	Buat naikinnya itu pertama dibantu sama pusat, terus minta ketemen supaya mereka <i>update</i> status soal <i>crushlicious</i> , baru deh <i>endorse influencer</i> terus ikut PP sama adain <i>give away</i> . Ya emang <i>crushlicious</i> sering banget sih <i>endorse influencer</i> gitu dari awal emang udah sering <i>endorse influencer</i> , soalnya pusat juga <i>endorse influencer</i> kan, jadi emang lebih cepet aja gitu narik konsumen kalo endrose <i>beauty blogger</i> atau <i>vlogger</i> buat jadi <i>influencer</i> kita dan

		<p>sering ganti-ganti <i>influencer</i>, soalnya kan kalo <i>endorse</i> itu cuman sekali aja. Kita hubungin <i>influencernya</i> buat minta <i>endorse</i>, ya biasanya untuk 1x posting ajasih kenalin produk kita atau dia pake produk kita. Kalo mau <i>endorse</i> lagi ya baru kita kontak lagi, jadi dia posting produk kita kalo kita minta <i>endorse</i> aja, atau ya itu tadi ganti <i>influencer</i> lainnya biar makin banyak jaringannya</p>
8.	<p>Bagaimana cara mengendorse <i>influencer</i>? Apakah ada kriteria untuk mengendorsenya?</p>	<p>Kalau <i>influencer</i> tergantung juga sih ada yang punya manager gitu lho, ada yang ngelola sendiri. Kalau dia punya manager biasanya kita kontak kalau kita mau <i>endorse</i> tar dia terima ga. Terus dikasih rulesnya, pricelist nya, ketentuannya. Kalau untuk kriteria sih yang pasti harus terkenal, yang pasti yang mau kita <i>endorse</i> itu <i>influencernya</i> ya beauty blogger atau beauty vlogger ya, karna kan produk kita kategorinya skin care masker wajah, terus <i>followersnya</i> harus aktif ya bukan bot dan jumlah <i>followersnya</i> itu minimal sepuluh ribu, karena percuma kalo <i>followers</i> banyak tapi isinya bot semua. Terus pertimbangkan jumlah komen sama likes sih, karna kan semakin banyak komen dan likes berarti <i>followers</i> dari <i>influencer</i> itu aktif dan sering ngikutin setiap postingan si <i>influencer</i>, terus kita juga perhatiin bagaimana dia ngeendorse produk lain juga sih, jadi ya kalo mau <i>endorse</i> emang banyak yang diperhatiin biar ga rugi juga kita udah ngeendorse mahal-mahal</p>
9.	<p>Cara membangun kepercayaan kepada konsumen agar beli di craslisious?</p>	<p>Pertama kita udah label kalau kita udah Distributor, terus dari pusat juga nama kita udah tercantum karena kita Distributor. Untuk kalau masalah produk kita ambil dari pusat itu udah jelas banget, bagus atau ga bisa lihat testimoninya, Alhamdulillah untuk sekarang udah ada BPOM nya jadi bikin nambah kepercayaan customer kalau</p>



		<p>kita tuh ya sudah terverified Pemerintah. Selain itu juga membangun melalui <i>endorse-endorse</i>. Kalau ada yang gak percaya kita kasih pengertian dan suruh cek ke pusatnya kalau kita sudah terdaftar jadi Distributor resmi. Kalo konsumen yang udah percaya sama kita ya gak nanya lagi tuh ini itu penipuan apa enggak, mereka dengan ngeliat testimony dari kita yaudah langsung order aja, jadi ga ribet jelasin atau nanya-nanya</p>
10.	Apakah ada aturan belanja pada <i>online shop</i> anda?	<p><i>Hit and run</i> udah pasti <i>blacklist</i>, misalkan kalau mau fix ya harus isi sesuai format order yang ada supaya kita gak salah dia juga gak salah. kadang konsumen tuh gak jelas, cuman kirim gambar terus chat bilang mau itu kak. Tapi ga ngirim alamatnya dimana, belinya berapa. Kan jadinya repot kita harus nanya-nanya lagi. Semenjak mengharuskan sesuai format order, transaksi jadi lebih cepat bisa langsung kita cek <i>stocknya</i> dan kita totalin berapa jumlah harga yang harus dibayar. Kalau <i>reseller</i> itu minimal order 10 fullsize atau 20 minisize terus dia gak boleh re-packing re-branding terus kalau bisa sih bisa melayani COD, terus harus <i>repeat order</i> sebulan sekali dan jaga nama baik <i>craslisious</i>. jadi harus 387,500 itu untuk ukuran besar <i>reseller</i> ya kalau yang kecil itu 360rb.</p>
11.	Apa sajakah factor penghambat dan pendukung dari usaha <i>online shop</i> ini?	<p>Factor penghambatnya males kadang suka males terus kuliah, kuliah pulang sore kadang suka gak keburu untuk packing barang. Terus <i>supplier</i> kita kan jauh ya di purbalingga, nah kalo barang abis kadang kirimnya suka lama juga. Kalo dari luar itu muncul banyak banget masker lain dan harganya murah-murah banget. Sama musiman sih. Pembeli yang suka <i>hit and run</i> tuh menurut saya ngehambat sih, ngehambatnya itu ya waktu kita jadi terbuang, karna kita kalo udah isi format</p>

		<p>order itu biasanya barang pasti langsung dipisahin. Nah kalo ada yg <i>hit and run</i> kan jadinya bikin kerjaan 2x, udah dipisahin barangnya eh gak jadi beli. Terus ada <i>crushlicious</i> yang jual palsu, itu juga ngehambat sebagai distributor resmi, dalam artian gue yg distributor resmi udh jelas ada dilist pusat masih diraguin sama konsumen. Soalnya banyak yg ngaku resmi padahal mah palsu. Faktor pendukung nya itu sih karena tuntutan pasar, kadang lagi melonjak dan kebutuhan internal juga. Dan harus mempertahankan nama <i>craslisious</i> biar tetep berada di posisinya gak turunturun. Adanya info dari temen-temen juga membantu sih cuman emang gak terlalu di gembor-gemborin tapi pasti ke temen-temen dekat. Medsos juga jadi faktor pendukung banget secara kita jualan <i>online</i>, sama jaringan internet sih haha, soalnya kalo lemot ya kehambat juga jadinya</p>
13.	Bagaimana system pengiriman sampai ke tangan customer?	<p>Kalau pengiriman itu kita dikirim maksimal transfer jam 12 di hari yang sama, untuk resi biasanya kasih H+1 setelah pengiriman tapi inisih biasanya kalau kita belum kasih resi pun paket udah sampe.</p>
14.	Apakah usaha ini memiliki <i>reseller</i> ? Untuk mengembangkan agar menjadi <i>reseller</i> seperti apa?	<p>Punya, sekarang 8 <i>reseller</i>. Untuk ngembangin lebih ke sharing-sharing gitu sih dengan share testimony, biasanya itu <i>reseller</i> berasal dari yang sering beli, terus ngerasa recommended banget dan pengen banget temen-temennya ngejualin terus mereka jadi <i>reseller</i>. Terus ya cari <i>reseller</i>, misalkan butuh <i>reseller</i> di daerah sini tar tiba-tiba ada yang chat mau dong jadi <i>reseller</i>. Pasang iklan untuk menarik <i>reseller</i>.</p>
15.	Bagaimana caranya agar pembeli <i>craslisious</i> semakin banyak?	<p>Kalau dulukan awalnya itu udah jadi Distributor Bekasi. Otomatis wilayah Bekasi gue yang pegang nah kalau dulu itu dapet pembelinya banyak akrena lagi hype dan sama pusat itu dialokasikan. Dulu itu</p>

		cepat naikin <i>followers</i> cepet dan bisa melayani COD. Aktif di medsos IG, banyakin testimony sama <i>endorse</i> sih. Terus konsisten sama kualitas pelayanan berpengaruh juga
--	--	---

Nama : Resty – Konsumen Crushlicious

Tanggal Wawancara : 01 Januari 2020

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana awal mula mengetahui crushlicious.bks?	Pertama beli itu karna cek di IG crushlicious pusat, nyari dimana Distributor crushlicious bekasi, ketemulah sama crushlicious.bks kalo itu merupakan Distributor resmi.
2.	Seberapa sering beli masker di Crushlicious.bks?	Sering <i>repeat order</i> sih, pokoknya kalo abis ya order lagi. Karna emang cocok juga
3.	Apa yang melatarbelakangi percaya untuk berbelanja di crushlicious.bks?	yakin langsung beli soalnya udah di list sama pusat kalo crushlicious.bks emang Distributor resminya, udah gitu testinya banyak dari yg udah pernah make ataupun <i>beauty vlogger</i> . Yaudah langsung aja kirim format order,

Nama : Irish Anindya – Konsumen Crushlicious

Tanggal Wawancara : 01 Januari 2020

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Darimana awal mula mengetahui crushlicious.bks ?	tau crushlicious itu apa waktu liat <i>influencer</i> delmiprabu sama astariri di IG, mereka lagi pake produk crushlicious, dan klaim dari mereka kalo crushlicious itu bagus. Langsung deh kepo sama ig dan produk crushlicious, jadi kena racunnya langsung beli maskernya dan make sampe

		sekarang, cocok juga soalnya
2.	Apa yang melatarbelakangi percaya untuk berbelanja di crushlicious.bks?	Mikirnya sih udah di <i>endorse</i> sama delmiprabu dan astariri ya, mereka berdua kan beauty vlogger yang terkenal lah, masa iya kalo nipu <i>endorse</i> dua vlogger itu. Lagian banyak testinya juga, dan emang tercantum di crushlicious pusat kok



## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**Belinda Alinska**, lahir di Bekasi 24 September 1997, merupakan anak dari Bpk Ali Sutopo dan Alm Ibu Ritje Sumendap, dimana Belinda adalah anak ke-4 dari 4 bersaudara. Pendidikan formal yang dijalani dimulai dari jenjang Pendidikan Dasar di SDN Jatimekar VI Bekasi (2003-2009), Pendidikan Menengah Pertama di SMPN 157 Jakarta (2009-2012), Pendidikan Menengah Atas di SMAN 67 Jakarta (2012-2015), dan melanjutkan kuliah di Universitas Negeri Jakarta Program Studi Pendidikan Sosiologi.

Selama perkuliahan, Belinda terlibat dalam berbagai penelitian. Adapun karya-karya penelitian yang pernah dibuat selama menjadi mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta, baik secara individual maupun berkelompok, di antaranya: *Pertama*, Keselarasan Etnis Arab dan Etnis Sunda di Kota Bogor. Studi Kasus: di Kampung Empang, Bogor Selatan (berkelompok, 2016); *Kedua*, Rusaknya Ekosistem Mangrove Akibat dari Aktivitas Pesisir Pantai. Studi Kasus di Pulau Pari, Kepulauan Seribu (berkelompok, 2016); *Ketiga*, Pengaruh Media Sosial Terhadap Tingkat Interaksi di Kalangan Mahasiswa UNJ (berkelompok, 2016); *Keempat*, Eksistensi Pangan Singkong Melalui Pemberdayaan Serba Singkong di Kampung Adat Cireundeu, Cimahi Jawa Barat (berkelompok, 2017); *Kelima*, Perpaduan Kurikulum didalam Proses Pembelajaran Sekolah Alam Jenjang SMA di Kota Jakarta Selatan. Studi Kasus: di Sekolah Citra Alam, Ciganjur Jakarta Selatan (berkelompok, 2017); *Keenam*, Konstelasi Manajemen Pendidikan, Program Pembelajaran, dan Evaluasi Pelajaran Sosiologi Pada Kelas X IIS SMA. Studi Kasus: MA Al-Falah Jakarta Barat (berkelompok, 2017); *Ketujuh*, Problematika Sosialisasi dalam Keluarga Membentuk Perilaku Sosial Anak pada Slum Area. Studi Kasus: 2 Keluarga di Slum Area Rumah Pondokan, Gunung Sahari XI Dalam Jakarta Pusat (berkelompok, 2017); *Kedelapan*, Pola Hidup Sehat dan Pola Konsumsi: Komunitas Sepeda jadi Konsumsi Simbolik. Studi Kasus: Komunitas Sepeda Ngacir RW 010, Graha Indah (individual, 2017); *Kesembilan*, Eksistensi Produksi Keceprek dalam Membangun Ekonomi Desa. Studi Kasus: Produksi Keceprek di Desa Cikukur, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten (kelompok, 2017); *Kesepuluh*, Peran Kyai dalam Kehidupan Sosial Masyarakat. Studi Kasus: Kampung Kaum Tengah Desa Pameungpeuk, Garut Jawa Barat (berkelompok, 2017);

Untuk informasi lebih lanjut dapat dihubungi melalui surel berikut: [alinska.belinda@gmail.com](mailto:alinska.belinda@gmail.com)