# **Desain Pertanyaan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pertanyaan dan Tujuan Penelitian** | **Keterkaitan** | **Pertanyaan Wawancara** |
| 1. | Memilih influencer yang tepat sesuai dengan target market UMKM | Latar Belakang Usaha | Pada bidang apa usaha Anda dijalankan? |
| Pengalaman memilih influencer | Selama ini, bagaimana cara Anda dalam memilih influencer? |
| Validasi asumsi | Menurut anda, Apakah selama ini influencer yang dipilih sudah tepat? dan bagaimana anda menentukan bahwa influencer tersebut merupakan influencer yang tepat? |
| 2. | Proses influencer marketing yang membutuhkan effort lebih (non digiflux) | Pengalaman proses influencer marketing | Ceritakan pengalaman dalam melakukan influencer marketing! |
| Hambatan | Apa kendala yang Anda rasakan saat melakukan influencer marketing? dan kapan itu terjadi? |
| Mengapa hal tersebut menjadi kendala terbesar? |
| Bagaimana cara Anda mengatasi kendala tersebut? |
| Apakah Anda puas dengan penyelesaian yang Anda lakukan? |
| Kesan positif | Apa kesan Anda saat melakukan influencer marketing? |
| Validasi asumsi | Apakah menurut Anda proses influencer marketing yang sudah dijalankan mudah untuk dilakukan? atau malah sulit untuk dilakukan? |
| Pertanyaan Khusus UMKM Digiflux | Bagaimana pengalaman anda menggunakan Digiflux? |
| Proses mana di Digiflux yang menurut anda sulit? dan Kenapa? |
| Apakah anda puas ketika menggunakan digiflux dibandingkan? |
| Bagaimana perubahan atau perbedaan setelah Anda menggunakan Digiflux? |
| 3. | UMKM tidak dapat mengukur hasil dari proses influencer marketing | Pengalaman | Apa dampak yang dirasakan terhadap usaha Anda setelah melakukan influencer marketing? |
| Apakah Anda puas dengan dampak tersebut? |
| Pengukuran hasil endorsement | Bagaimana cara Anda dalam mengontrol hasil dari influencer marketing tersebut? |
| Validasi asumsi | Apakah Anda nyaman dengan cara Anda dalam mengontrol dampak influencer marketing tersebut?  Seberapa penting bagi anda mengukur insight hasil sebuah promosi? |

# 

# **Transkrip Wawancara**

**Kode user : U01**

**Nama : Berlian Fachrudin**

**Interviewer: M. Asad Al Balad**

**Kriteria : UMKM Go Online**

**Nama usaha : Flycustom.co**

**Lama menjalankan usaha : 1 Tahun**

1. Pada bidang apa usaha Anda dijalankan?

**Jawab:** Sandal custom model dengan pendekatan make-to-order

1. Selama ini, bagaimana cara Anda dalam memilih influencer?

**Jawab:** Memilih akun influencer yang saya kenali. pertimbangan yang saya pilih adalah :  
- Daerah masih sama, hal ini disebabkan karena flycustom.co masih berfokus untuk pemasaran pada daerah produksinya

* Petimbangan follower yang cukup banyak

1. Menurut anda, Apakah selama ini influencer yang dipilih sudah tepat? dan bagaimana anda menentukan bahwa influencer tersebut merupakan influencer yang tepat?

**Jawab:** Saya kurang tepat, sebab tidak ada peningkatan penjualan yang signifikan. Di lain sisi interaksi yang ada di akun flycustom.co juga tidak terlalu tinggi pasca influencer tersebut mengupload

1. Ceritakan pengalaman dalam melakukan influencer marketing!

**Jawab:** Saya mencoba influencer marketing sebanyak 2 kali. Influencer ini saya dapatkan dari teman yang merekomendasikan. Saya juga tidak meriset terlalu dalam karena harga yang murah. Namun setelah influencer mengupload konten produk saya, saya tidak mendapati adanya dampak yang signifikan.

1. Apa kendala yang Anda rasakan saat melakukan influencer marketing? dan kapan itu terjadi?

**Jawab:** Kendala terbesar mungkin adalah mencari influencer yang sesuai dengan preferensi dan strategi bisnis saya. Kemudian saya juga harus mengerti cara mengukur keberhasilan influencer marketing tersebut. Jika saya mengerti hal tersebut, maka saya bisa menentukan apakah influencer yang saya gunakan jasanya tepat.

1. Mengapa hal tersebut menjadi kendala terbesar?

**Jawab:** Buang buang uang. Saya mengirimkan produk dan jasa upload ke influencer yang saya tuju, namun alih alih mendapatkan peningkatan penjualan atau interaksi akun saya malah harus kehilangan uang. Meskipun biayanya tidak cukup tinggi, tetapi uang yang saya keluarkan bisa saya alihkan ke strategi marketing lainnya seperti ig ads, facebook ads dan lain sebagainya.

1. Bagaimana cara Anda mengatasi kendala tersebut?

**Jawab:** Untuk yang kedua saya melihat dan memperkirakan siapa follower dari influencer tersebut. Meskipun jumlah follower banyak, namun apabila tidak sesuai maka sama aja bohong. Di lain sisi saya tidak tau juga siapa influencer yang berada di daerah saya

1. Apakah Anda puas dengan penyelesaian yang Anda lakukan?

**Jawab:** kurang puas juga sih, saya sekarang sudah was was buat pake influencer marketing.

1. Apa kesan Anda saat melakukan influencer marketing?

**Jawab:** Lumayan membuat saya berpikir, karena tidak bisa ditebak. Akhirnya saya lebih memilih berjualan melalui facebook group dan lain sebagainya

1. Apakah menurut Anda proses influencer marketing yang sudah dijalankan mudah untuk dilakukan? atau malah sulit untuk dilakukan?

**Jawab:** mudah dan susah. Mudah karena dapat dilakukan cepat, tetapi susah karena dari proses yang cepat tersebut hasilnya tidak sesuai yang saya harapkan

1. Apa dampak yang dirasakan terhadap usaha Anda setelah melakukan influencer marketing?

**Jawab:** Tidak ada dampak secara langsung baik berupa penjualan maupun kenaikan interaksi akun

1. Apakah Anda puas dengan dampak tersebut?

**Jawab:** Tidak puas karena hasilnya tidak sesuai harapan

1. Bagaimana cara Anda dalam mengontrol hasil dari influencer marketing tersebut?

**Jawab:** saya kurang mengetahui hal tersebut. Influencer tidak ada yang mengirimkan hasil interaksi akunnya kepada saya

1. Apakah Anda nyaman dengan cara Anda dalam mengontrol dampak influencer marketing tersebut?

**Jawab: -**

1. Seberapa penting bagi anda mengukur insight hasil sebuah promosi?

**Jawab:** Saya rasa penting karena hal ini dapat menjadi tolok ukur seberapa baik influencer tersebut dalam melakukan influencer marketing. Tepat tidaknya influencer marketing dapat diukur melalui hal ini

**Kode user : U02**

**Nama : Yasmin Deyan Flidzah**

**Interviewer: Asad**

**Kriteria : UMKM Go online**

**Nama usaha : Amoira.id**

**Lama menjalankan usaha : 2 Tahun**

1. Pada bidang apa usaha Anda dijalankan?

**Jawab:** Pakaian wanita dengan fokus utama model korean-style

1. Selama ini, bagaimana cara Anda dalam memilih influencer?

**Jawab:** Memilih akun yang cocok (tema dan jenis follower) dan melakukan riset sederhana tentang interaksi akun yang ada. Kemudian setelah terdapat beberapa pilihan menggunakan website penghitung engagement untuk melihat seberapa baik engagement dari suatu akun influencer. Apabila terlihat baik, maka influencer tersebut dihubungi dan ditanya mengenai rate card yang tersedia.

1. Menurut anda, Apakah selama ini influencer yang dipilih sudah tepat? dan bagaimana anda menentukan bahwa influencer tersebut merupakan influencer yang tepat?

**Jawab:** Kurang tau, tapi saya rasa sudah tepat. Saya pernah influencer marketing ke salah satu influencer di instagram, kemudian ketika saya cari di twitter mengenai amoira, ada yang membagikan tentang toko saya dengan postingan orang tersebut

1. Ceritakan pengalaman dalam melakukan influencer marketing!

**Jawab:**

1. Apa kendala yang Anda rasakan saat melakukan influencer marketing? dan kapan itu terjadi?

**Jawab:** berhubung kami menggunakan influencer marketing untuk posting mengenai launching produk baru atau batch baru, maka influencer harus menguploadnya sesuai dengan tanggal yang telah kami request. Sayangnya seringkali influencer mengupload nya sesuka mereka atau tanpa kesepakatan tanggal. Hal ini dikarenakan kesibukan mereka dan juga jadwal mereka. Selain itu kadang proses riset hingga upload juga cukup lama namun hal ini dikarenakan influencer itu sendiri.

1. Mengapa hal tersebut menjadi kendala terbesar?

**Jawab:** Karena apabila tidak upload sesuai tanggal, maka hal ini akan berpengaruh sepenuhnya kepada proses bisnis Amoira. Contohnya ketika ada produk yang launching pada tanggal sekian, ketika influencer mengupload postingannya lebih dari tanggal tersebut maka produk biasanya sudah out of stock.

1. Bagaimana cara Anda mengatasi kendala tersebut?

**Jawab:** Biasanya kami memohon dan meminta kesepakatan dengan mereka, namun kesepakatan ini jarang juga yang dapat respon cepat dan baik. Sehingga pada bagian ini kami merasa untung untungan

1. Apakah Anda puas dengan penyelesaian yang Anda lakukan?

**Jawab:** Saya rasa hanya itu solusi yang tersedia, sehingga saya merasa cukup puas namun dengan konsekuensi saya harus membuka pre order untuk produk selanjutnya

1. Apa kesan Anda saat melakukan influencer marketing?

**Jawab:** Lumayan menantang dan menyenangkan. Selama ini Trial and Error. Tapi Alhamdulillah jarang sekali mengalami kegagalan. Dari 9 kali influencer marketing, kurang lebih ada 7 yang berhasil ditandai dengan peningkatan penjualan produk, meskipun saya sendiri kurang mengetahui apakah hal tersebut berasal dari influencer marketing yang telah saya lakukan sebelumnya

1. Apakah menurut Anda proses influencer marketing yang sudah dijalankan mudah untuk dilakukan? atau malah sulit untuk dilakukan?

**Jawab:** Sementara masih trial and error. Dan Alhamdulillah jarang sekali error

1. Apa dampak yang dirasakan terhadap usaha Anda setelah melakukan influencer marketing?

**Jawab:** Adanya peningkatan penjualan baik melalui preorder. Namun sayangnya saya kurang mengetahui dari mana asal penjualan tersebut. Apakah hal tersebut didapatkan dari postingan influencer atau ig ads. Namun apabila dengan influencer yang ngaret, dampaknya dapat terlihat.

1. Apakah Anda puas dengan dampak tersebut?

**Jawab:** Cukup merasa puas dengan dampak tersebut.

1. Bagaimana cara Anda dalam mengontrol hasil dari influencer marketing tersebut?

**Jawab:** Nah itu, saya sendiri masih kurang mengerti

1. Apakah Anda nyaman dengan cara Anda dalam mengontrol dampak influencer marketing tersebut?

**Jawab: -**

1. Seberapa penting bagi anda mengukur insight hasil sebuah promosi?

**Jawab:** Saya rasa penting karena hal ini dapat menjadi tolok ukur seberapa baik influencer tersebut dalam melakukan influencer marketing. Apabila saya rasa baik pada influencer A, biasanya saya menggunakan jasanya lagi untuk campaign yang lainnya

**Kode user : U03**

**Nama :** Cicelia Susanti

**Interviewer :** Alya Paramitha

**Kriteria :** UMKM Online - Frekuensi 1-3 Kali

**Nama usaha :** Chiaobel

**Lama menjalankan usaha :** April 2020 - sekarang (1 tahun)

1. Pada bidang apa usaha Anda dijalankan?

**Jawab :**

chiaobel fokus utama untuk jualan chia seeds, dan untuk bidangnya bisa masuk ke makanan, tapi bisa juga masuk ke kesehatan.

1. Selama ini, bagaimana cara Anda dalam memilih influencer?

**Jawab :**

Untuk tiap influencer beda-beda, jadi liat konteksnya, apa untuk kick off awareness brand atau cari influencer yang bidangnya sesuai sama produk aku. Secara general :

* memastikan kesesuaian audience
* memastikan rata-rata usia dari marketnya
* budget
* tentuin apakah ini untuk awareness atau meningkatkan sales
* mengikuti influencer, untuk nguji coba apakah kita merasa ter-influence atau tidak

1. Menurut anda, Apakah selama ini influencer yang dipilih sudah tepat? dan bagaimana anda menentukan bahwa influencer tersebut merupakan influencer yang tepat?

**Jawab :**

Ada yang tepat, ada yang engga. Tapi untuk patokannya, bisa melihat dari perbandingan konversi budget. Dimana ada yang balik modal, ada yang engga. Tapi selain dari hal itu, ngeliat juga dari pembawaan influencer tersebut dalam mempromosikan produk kita.

1. Ceritakan pengalaman dalam melakukan influencer marketing!

**Jawab :**

Setelah menentukan influencernya, selanjutnya menghubungi pihak influencer untuk mendapatkan rate card. Lalu setelah sudah melakukan transaksi, ada influencer yang gak menerima brief. Jadi setelah transaksi tinggal tunggu aja proses endorsenya. Tapi ada juga yang nerima, nah kalo yang nerima, nanti dijelasin lebih detail terkait produknya dan dikasih list terkait hal yang perlu dibahas ketika proses endorsement.

1. Apa kendala yang Anda rasakan saat melakukan influencer marketing? dan kapan itu terjadi?

**Jawab :**

Sebenernya strategi pake key opinion leader (KOL) itu kurang bagus, karena meskipun bisa melihat engagement rate nya berapa, tapi itu cuma bisa dilihat dari post aja. Dan sampe sekarang belom bisa kejelasannya. Misal, kita gak bisa tahu hari post paling bagus untuk influencer A tuh yang mana. Jadi kayak kita cuma bisa nebak-nebak aja. Kayak bisa aja influencernya bagus, tapi karena entah apa aku waktu itu sama si A boncos. Jadi **kesulitannya di analisisnya** sih.

Selain itu, influencer itu kan kita nyari sendiri, dan kalo semisal kita ikut manajemen endorse gitu, gak semua influencer yang ada disitu tuh bagus, karena kan bidangnya beda-beda. Susah gitu untuk **cari influencer yang sesuai di bidang kita**.

1. Mengapa hal tersebut menjadi kendala terbesar?

**Jawab :**

Karena analisis itu belum ada kepastian terkait tepat atau tidaknya influencer ketika kita mau memilihnya. Kalau untuk influencer yang sesuai bidang kan juga cukup susah ya nyarinya.

1. Bagaimana cara Anda mengatasi kendala tersebut?

**Jawab :**

Melakukan riset dengan lebih lama dan lebih intensif.

1. Apakah Anda puas dengan penyelesaian yang Anda lakukan?

**Jawab :**

Lumayan, tapi untuk influencer A, aku masih belum nemu juga hasilnya kenapa boncos.

1. Apa kesan Anda saat melakukan influencer marketing?

**Jawab :**

kedepannya gak terlalu pengen pake KOL, karena ini kurang bisa di track hasilnya. Jadi hanya pake KOL untuk awareness atau momen tertentu kayak tanggal cantik, dsb.

1. Apakah menurut Anda proses influencer marketing yang sudah dijalankan mudah untuk dilakukan? atau malah sulit untuk dilakukan?

**Jawab :**

Karena sekarang aku magang terkait marketing, KOL itu lumayan ribet kalo bukan brand gede. Dimulai dari timeline ga nentu, melelahkan banget juga untuk follup influencer. Terus misal ga sesuai sama brief. Impactnya pun kadang ga sesuai harapan kita. Dan kalau influencer ga cocok, kitanya jadi kecewa.

1. Apa dampak yang dirasakan terhadap usaha Anda setelah melakukan influencer marketing?

**Jawab :**

Dampaknya jadi ada sosok yang menekankan terkait produk kita. Hal ini yang bikin KOL meskipun masih banyak kendalanya tapi bakal tetep dipake. Karena dampaknya ini belum bisa digantikan oleh marketing lain.

1. Apakah Anda puas dengan dampak tersebut?

**Jawab :**

Secara total puas.

1. Bagaimana cara Anda dalam mengontrol hasil dari influencer marketing tersebut?

**Jawab :**

* track naiknya followers
* memantau berdasarkan kode voucher
* melihat pelanggan yang menanyakan produk
* kenaikan view story
* melakukan perhitungan lebih dalam, jadi untuk 1 customer itu butuh keluar dana berapa

1. Apakah Anda nyaman dengan cara Anda dalam mengontrol dampak influencer marketing tersebut?

**Jawab :**

Sebenernya ga nyaman, kalo fb ads ada trackingnya jelas bahkan bisa dibandingin approach dari penggunanya gimana. Sedangkan influencer marketing itu manual, jadi capek banget. Perlu ngitungin awareness nya berapa, sales nya berapa. Sampai saat ini pun belum ada metode yang efektif.

1. Seberapa penting bagi anda mengukur insight hasil sebuah promosi?

**Jawab :**

Penting banget, karena perlu untuk itung-itungan budget.

**Kode user : U04**

**Nama :** Natania

**Interviewer :** Alya Paramitha

**Kriteria :** UMKM Online - Frekuensi diatas 3 Kali

**Nama usaha :** Faveur.florist

**Lama menjalankan usaha :** Januari 2019 - sekarang ( 2 tahun)

1. Pada bidang apa usaha Anda dijalankan?

**Jawab :**

Produk dan Jasa, dimana :

* Produk : bunga, hampers, bunga papan
* Jasa : dekorasi acara tertentu

1. Selama ini, bagaimana cara Anda dalam memilih influencer?

**Jawab :**

Awal make influencer karena dulu udah pernah magang yang berhubungan dengan influencer, jadi udah tau sedikit-banyaknya terkait analisisnya. Cuma untuk milihnya, melalui banyak *trial-error* sih. Tapi yang pertama nentuin target marketnya dulu, baru setelah itu analisis lebih dalam terkait influencer-nya, seperti : target audience, dampak influence-nya, dan jenisnya (meliputi mikro atau makro).

1. Menurut anda, Apakah selama ini influencer yang dipilih sudah tepat? dan bagaimana anda menentukan bahwa influencer tersebut merupakan influencer yang tepat?

**Jawab :**

Belum semuanya, karena emang selama ini sistemnya juga *trial-error*. Jadi melihat dari analisisnya. Tapi untuk menentukan itu tepat atau engga, melihat dari dampaknya nanti.

1. Ceritakan pengalaman dalam melakukan influencer marketing!

**Jawab :**

Sebenernya udah jarang dikarenakan susah untuk meng-approach influencernya. selain itu juga baru ganti staff di sosial media. Jadi untuk saat ini paling dalam sebulan hanya sekitar 2-3 kali.

Untuk prosesnya, yaitu :

1. Mengecek lebih jauh terkait influencer.

Tapi untuk nentuinnya tuh gak butuh waktu yang lama, karena ini bukan bikin campaign dan kebanyakan target influencer-nya yang kita udah tau.

1. Menghubungi pihak influencer melalui dm dan kontak cp, proses ini butuh effort dan waktu yang lama. Selain itu, kita ga pernah pake agency, karena kurangnya dana.
2. Ketika sudah direspon, kita mengikuti proses dari pihak mereka
3. Menentukan rate yang kita mau dan melakukan pembayaran fee
4. Mengirim produk ke mereka
5. Penyusunan konten kami ga pernah kasih brief, jadi emang mengutamakan honest review dari influencernya
6. Apa kendala yang Anda rasakan saat melakukan influencer marketing? dan kapan itu terjadi?

**Jawab :**

* sulit untuk mencari influencer yang sejalan
* analisis influencer

1. Mengapa hal tersebut menjadi kendala terbesar?

**Jawab :**

* Ketika awal, masih bingung brand ini mau dibawa ke arah mana
* Sekarang lebih ke durasi analisisnya yang butuh waktu lama

1. Bagaimana cara Anda mengatasi kendala tersebut?

**Jawab :**

Membahas bersama tim terkait performa influencer, sehingga bisa menilai apakah influencer tersebut sudah tepat atau tidak. Setelah sepakat influencer tersebut sudah tepat, baru dicoba untuk di-approach.

1. Apakah Anda puas dengan penyelesaian yang Anda lakukan?

**Jawab :**

Saat ini puas, tapi untuk kedepannya masih mau dikembangkan.

1. Apa kesan Anda saat melakukan influencer marketing?

**Jawab :**

Terdapat perbedaan pendapat dari aku dengan kakak aku, kalo aku masih melihat itu peluang, tapi gak jadi *main marketing*. Karena sekarang jadi overrated, "gak mempan", liat kontennya udah males. Tapi tetap ingin untuk make. Sedangkan kakak sempet mikir kalo ini gak *works,* karena harus calculate risk juga. Sampai akhirnya sempet berenti make influencer dan ternyata sales tetep jalan.

1. Apakah menurut Anda proses influencer marketing yang sudah dijalankan mudah untuk dilakukan? atau malah sulit untuk dilakukan?

**Jawab :**

Mudah.

1. Apa dampak yang dirasakan terhadap usaha Anda setelah melakukan influencer marketing?

**Jawab :**

Dampaknya gak bisa digeneralisir, karena ada yang abis proses endorsement itu ngaruh, tapi ada juga yang ga ngaruh sama sekali. Cuma secara keseluruhan selama ini lebih ke awareness dan build trust sih. Karena produk kita pun bukan produk yang tiap hari dibutuhkan. Jadi *once* pelanggan itu butuh, mereka bisa inget kita.

1. Apakah Anda puas dengan dampak tersebut?

**Jawab :**

Ada yang puas, ada yang engga. Balik lagi ke dampaknya. Tapi gak pernah sampe kapok untuk make influencer marketing.

1. Bagaimana cara Anda dalam mengontrol hasil dari influencer marketing tersebut?

**Jawab :**

* Mematikan *ads,* sehingga marketing yang berjalan hanya berupa marketing organik dan endorsement
* Melihat profile visit pada hari *endorsement*
* Melihat terkait pertanyaan pelanggan tentang produk yang digunakan influencer

1. Apakah Anda nyaman dengan cara Anda dalam mengontrol dampak influencer marketing tersebut?

**Jawab :**

Kurang nyaman karena selama ini analisisnya pake sistem sendiri lewat excel. Sebenernya lebih nyaman pake software, tapi kita belum ada budget dan brand kita belum butuh untuk analyze sedalam itu. Ada sih software gratis tapi gak bagus.

1. Seberapa penting bagi anda mengukur insight hasil sebuah promosi?

**Jawab :**

Penting banget, kalo di faveur selalu ditekankan untuk dari hulu sampai hilir, dari analyze, execution sampe evaluation. Jadi selalu evaluate dari setiap influencer yang di endorse. Mana yang works mana yang engga works untuk bisa dipake kedepannya.

**Kode user : U05**

**Nama :** Dika

**Interviewer:** Khalda Hanifah

**Kriteria :** UMKM Onsite

**Nama usaha :** Rokupang\_karawang

**Lama menjalankan usaha :** 2,5 tahun

1. Pada bidang apa usaha Anda dijalankan?

**Jawab:**

Food, lebih ke roti baik panggang maupun kukus baik manis ataupun asin

1. Selama ini, bagaimana cara Anda dalam memilih influencer?

**Jawab:**

* Jumlah followers
* suka endorse tentang makanan
* engagement

1. Menurut anda, Apakah selama ini influencer yang dipilih sudah tepat? dan bagaimana anda menentukan bahwa influencer tersebut merupakan influencer yang tepat?

**Jawab:**

Sudah tepat,

* melihat dari hasil penjualan yang meningkat,
* jumlah followers ig bertambah

1. Ceritakan pengalaman dalam melakukan influencer marketing!

**Jawab:**

Sudah menggunakan influencer >5 kali

Proses: DM di ig > nego > deal harga dan konten. Biasanya proses dari DM sampai influencer upload satu minggu

1. Apa kendala yang Anda rasakan saat melakukan influencer marketing? dan kapan itu terjadi?

**Jawab:**

* Kesulitan mencari influencer foodies, karena kebanyakan masih umum
* Influencer yang mematok harga terlalu tinggi, karena sebenernya usaha ini kan masih rintisan
* Belum banyak pilihan influencer, terutama di Karawang

1. Mengapa hal tersebut menjadi kendala terbesar?

**Jawab:**

* Karena kalau influencernya masih umum, followersnya tidak banyak tertarik sama food
* Kadang udah bayar mahal influencer, tapi ada aja yang tidak berdampak baik ke penjualan maupun ke jumlah followers

1. Bagaimana cara Anda mengatasi kendala tersebut?

**Jawab:**

* Selektif mencari influencer
* Paling tawarin produk dari mulut ke mulut

1. Apakah Anda puas dengan penyelesaian yang Anda lakukan?

**Jawab:**

Cukup puas karena dengan cara mulut ke mulut apalagi ke teman yang bekerja di kantor atau ibu-ibu arisan, pasti direkomendasikan terus akhirnya sekali beli dalam jumlah banyak

1. Apa kesan Anda saat melakukan influencer marketing?

**Jawab:**

Baik, karena banyak membantu meningkatkan penjualan dan jumlah followers

1. Apakah menurut Anda proses influencer marketing yang sudah dijalankan mudah untuk dilakukan? atau malah sulit untuk dilakukan?

**Jawab:**

Untuk saat ini masih mudah, karena kebetulan influencer yang digunakan masih teman sendiri

1. Apa dampak yang dirasakan terhadap usaha Anda setelah melakukan influencer marketing?

**Jawab:**

Peningkatan penjualan, jumlah followers, exposure

1. Apakah Anda puas dengan dampak tersebut?

**Jawab:**

Cukup puas, walaupun tidak semua influencer ya

1. Bagaimana cara Anda dalam mengontrol hasil dari influencer marketing tersebut?

**Jawab:**

Langsung lihat dari penjualan meningkat atau tidak, jumlah followers, dan melihat engagement si influencernya

1. Apakah Anda nyaman dengan cara Anda dalam mengontrol dampak influencer marketing tersebut?

**Jawab:**

Untuk saat ini masih nyaman

1. Seberapa penting bagi anda mengukur insight hasil sebuah promosi?

**Jawab:**

Penting banget, jadi bisa tahu influencer yang akan digunakan worth it atau tidak

**Kode user : U06**

**Nama : Naufal**

**Interviewer: Khalda Hanifah**

**Kriteria : UMKM Onsite**

**Nama usaha : Just chickin**

**Lama menjalankan usaha :** 6 bulan

1. Pada bidang apa usaha Anda dijalankan?

**Jawab:**

Bidang chicken kayak kw nya shihlin

1. Selama ini, bagaimana cara Anda dalam memilih influencer?

**Jawab:**

Tanya ke temen sesama pemilik usaha terutama di bidang kuliner, terus lihat ig atau tik tok nya. Sebenernya lebih milih influencer yang ke arah food biar lebih berdampak ke arah penjualan

1. Menurut anda, Apakah selama ini influencer yang dipilih sudah tepat? dan bagaimana anda menentukan bahwa influencer tersebut merupakan influencer yang tepat?

**Jawab:**

Tepat, g tepat. karene kebetulan sudah 5 kali menggunakan influencer, dan 2x gagal aka tidak berdampak baik ke penjualan ataupun jumlah followers di ig

1. Ceritakan pengalaman dalam melakukan influencer marketing!

**Jawab:**

Masih standar sih, cari tahu dulu influencernya di ig > dm > konten > deal dan upload. Pengalamannya ya itu kadang udah bayar mahal influencer tapi ada yang ga berdampak

1. Apa kendala yang Anda rasakan saat melakukan influencer marketing? dan kapan itu terjadi?

**Jawab:**

Kendalanya paling susah buat cari influencer yang fokus pada pidang kuliner, terutama di karawang ya

1. Mengapa hal tersebut menjadi kendala terbesar?

**Jawab:**

Karena ya itu kalau influencer umum atau dia banyak endorse bidang lain, pas kita menggunakan influencer tersebut jadi kurang berdampak mungkin karena kurang mempengaruhi ke followersnya juga

1. Bagaimana cara Anda mengatasi kendala tersebut?

**Jawab:**

Coba cari influencer lain sih untuk sekarang, trial and error, cuman ya dari situ belajar jadi tahu influencer yang bagus di bidang kuliner seperti apa

1. Apakah Anda puas dengan penyelesaian yang Anda lakukan?

**Jawab:**

Cukup puas

1. Apa kesan Anda saat melakukan influencer marketing?

**Jawab:**

Sangat membantu karena ya meningkatkan penjualan juga sebenernya, cuman g semua influencer berdampak

1. Apakah menurut Anda proses influencer marketing yang sudah dijalankan mudah untuk dilakukan? atau malah sulit untuk dilakukan?

**Jawab:**

Mudah sih karena masih standar dm di ig

1. Apa dampak yang dirasakan terhadap usaha Anda setelah melakukan influencer marketing?

**Jawab:**

meningkatkan penjualan dan followers, exposure, brand awareness

1. Apakah Anda puas dengan dampak tersebut?

**Jawab:**

cukup puas karena itu dampaknya

1. Bagaimana cara Anda dalam mengontrol hasil dari influencer marketing tersebut?

**Jawab:**

Sekarang analisis sendiri sih, lihat engagement,

1. Apakah Anda nyaman dengan cara Anda dalam mengontrol dampak influencer marketing tersebut?

**Jawab:**

Nyaman, karena mungkin sekarang masih di ig jadi masih ke handle

1. Seberapa penting bagi anda mengukur insight hasil sebuah promosi?

**Jawab:**

Penting banget

**Kode user : U07**

**Nama :** Nauvilah Virganata

**Interviewer:** Muhammad Jordan Farrell

**Kriteria :** UMKM Digiflux (1-3 Kali Influencer Marketing)

**Nama usaha :** Strap Mask

**Lama menjalankan usaha :** Mulai Desember 2020

**Pada bidang apa usaha Anda dijalankan?**

Strap\_Masker

Desember 2020

Jual aksesoris masker, kalungnya konektornya. Bisa 2 in 1.

Ngaak jual masker

**Selama ini, bagaimana cara Anda dalam memilih influencer?**

Pake instagram, WA Shopee

Instagram Cuma buat promosi

Liat storynya sama kaya jumlah follower

Sudah pake influencer 3 orang dari digiflux, sama satu selebram nesya xaverie (gamers)

(MEMILIH INFLUENCER)

Liat dari followers

Liat ig dan feedsnya (liat storynya)

Meminimalisir orang yang diendorse excited

Melihat historynya

**Menurut anda, Apakah selama ini influencer yang dipilih sudah tepat? dan bagaimana anda menentukan bahwa influencer tersebut merupakan influencer yang tepat?**

Kalo yang dari digiflux dan sudah tepat sudah tepat banget karena langsung banyak yang ngefollow

Cari kota yang beda beda biar variatif

Harapannya adalah setidaknya nama olshopnya dapat exposure.

**Ceritakan pengalaman dalam melakukan influencer marketing!**

Sudah 6 kali, 2 didalam kota (sumenep)

2 Sumenep kirim produk 3 barang minta distoryin

Digiflux di DM dulu awalnya

Nesya dia yang awalnya pesna duluan akhirnya aku tawarin

Paling nyaman dan terorganisir yang di Digiflux

**Apa kendala yang Anda rasakan saat melakukan influencer marketing? dan kapan itu terjadi?**

Google formnya terlalu detail pas digiflux. (Terlalu banyak pertanyaan)

Ada beberapa pertanyaan yang tidak perlu diketahui

Cukup nama dan nomor ktp aja menurutku.

Ada 1 orang yang tidak bisa dihubungi, malah upload hampir tengah malem

Tidak perlu bilang kalau dikasih, cukup bilang ada strap mask yang dijual disini.

Menurutku jangan bilang dikasih samsek karena sangat subjektif kalau bilang bagus

**Mengapa hal tersebut menjadi kendala terbesar?**

Upload Tengah Malem juga gak ada yang liat

Tidak perlu bilang kalau dikasih, cukup bilang ada strap mask yang dijual disini.

Menurutku jangan bilang dikasih samsek karena sangat subjektif kalau bilang bagus

**Bagaimana cara Anda mengatasi kendala tersebut?**

Lebih menunggu aja, karena Cuma sehari

Kalau lebih dari sehari baru Follow Up

Kalau membayar langsung follow up dalam waktu sehari

Karena biasanya udah ada timeline

**Apakah Anda puas dengan penyelesaian yang Anda lakukan?**

Cukup Puas

Admin digilux sangat ramah dan mengabari UMKM di segala prosesnya

Contoh paket datang dikabarin

Influencer dihubungin dikabarin

**Apa kesan Anda saat melakukan influencer marketing?**

Menurut saya ketika menggunakan third party seperti digiflux dalam melakukan managemen terhadap UMKM nya sudah cukup bagus dan ramah. Kendalanya adalah pada influencernya karena saya mengalami keterlambatan upload

Kalau misal saya sudah bayar tapi mendapatkan service seperti itu tentunya saya kan kecewa

Kedepannya saya akan menggunakan influencer marketing lagi dengan budget sekitar 100-200k

**Apakah menurut Anda proses influencer marketing yang sudah dijalankan mudah untuk dilakukan? atau malah sulit untuk dilakukan?**

Dengan digiflux sangat mudah karena hanya dengan mengisi google form saja.

Kalau tidak menggunakan diglflux juga mudah sebenarnya karena tinggal melakukan DM Saja

p.s: belum melakukan influencer marketing secara real

**Bagaimana pengalaman anda menggunakan Digiflux?**

Admin cukup ramah dan baik, tapi ada influencer yang sulit dihubungi

Proses mana di Digiflux yang menurut anda sulit? dan Kenapa?

Menghubungi influencer karena prosesnya dilakukan oleh pihak digiflux. Proses tersebut susah karena saya tidak membayar dan saya hanya bisa menunggu kabar dari pihak digiflux saja. (Sungkan)

**Apakah anda puas ketika menggunakan digiflux dibandingkan?**

Cukup puas karena mendapatkan report yang rapih sehingga tidak perlu effort lain. Tapi masih ada beberapa hal yang bisa ditingkatkan seperti form yang lebih dipersingkat, influencer yang lebih diperketat dan lain sebagainya.

**Bagaimana perubahan atau perbedaan setelah Anda menggunakan Digiflux?**

Banyak beberapa proses yang lebih mudah. Beberapa effort yang dilakukan secara mandiri bisa dilakukan dengan rapih dan well organized oleh digiflux.

**Apa dampak yang dirasakan terhadap usaha Anda setelah melakukan influencer marketing?**

Terasa: Di shopee

Tidak perlu bilang kalau dikasih, cukup bilang ada strap mask yang dijual disini.

Tidak terasa: Exposure

**Apakah Anda puas dengan dampak tersebut?**

Cukup Puas

Tapi bisa lebih puas lagi dampaknya merata ke sosial media

**Bagaimana cara Anda dalam mengontrol hasil dari influencer marketing tersebut?**

Kalau digiflux dapat laporan dari influencer

Selain digilux saya tracking

Contoh sore endorse

Kalau ada penambahan followers apakah dari followers influencer tersebut

**Apakah Anda nyaman dengan cara Anda dalam mengontrol dampak influencer marketing tersebut?**

Nyaman dari laporan yang diberikan digiflux. Karena tidak perlu effort lebih.

**Kode user : U08**

**Nama :** Bernadeth Almathea

**Interviewer:** Muhammad Jordan Farrell

**Kriteria :**  Lebih dari 3 Kali Influencer Marketing

**Nama usaha :** aa\_foodies

**Lama menjalankan usaha :**

Pada bidang apa usaha Anda dijalankan?

**Jawab:** Food and Beverages jual eggdrops, berdiri di tahun 2020.

Karena gabut pas corona

Selama ini, bagaimana cara Anda dalam memilih influencer?

**Jawab:** Pilih yang tidak jauh jauh dari circle, lobbying gampang harga murah.

Rata-rata anak malang karena bisnisnya malang.

6-7 Influencer.

Kalo tayish itu kakanya kenal, jadi lewat kakanya.

Menurut anda, Apakah selama ini influencer yang dipilih sudah tepat? dan bagaimana anda menentukan bahwa influencer tersebut merupakan influencer yang tepat?

**Jawab:**

Lebih ke brand awareness ga berharap ke closingan.

Reach paling banyak di mbak vintul dan tayish (gapaham kobisa lebih sukses di mereka berdua)

Banyak yang order dan follow setelah pake jasa vintul dan tayish

Ceritakan pengalaman dalam melakukan influencer marketing!

**Jawab:**

Proses awalnya siapa yang diendorse dan menentukan approachnya bagaimana

Bersedia atau ngga apakah ada TnC

Feenya berapa (Budget 100k)

Kalau cocok lanjut

Kirim makanannya sesuai order

Minta ngomong apa aja (briefing)

Kritik dan Saran lewat belakang aja

Apa kendala yang Anda rasakan saat melakukan influencer marketing? dan kapan itu terjadi?

**Jawab**:

Kendalanya Miskom

Sudah nentuin mau ngomong, tapi influencernya gakebaca apa yang mau diomongin dan udah keupload duluan

Vintul

Karena kenal bisa diomongin dan ketemu solusi. (nambah story) diluar perjanjian di awal

Mengapa hal tersebut menjadi kendala terbesar?

**Jawab:**

Biasa aja. Gaada kendala yang besar banget

Bagaimana cara Anda mengatasi kendala tersebut?

**Jawab:**

Diskusi baik baik.

Apakah Anda puas dengan penyelesaian yang Anda lakukan?

**Jawab:**

Menurut saya itu udah penyelesaian terbaik ya.

Apa kesan Anda saat melakukan influencer marketing?

**Jawab:**

Senang jika produknya diterima dan ada perlakuan lebih lanjut dari influencer.

Influencernya ga cuma sukur ngendorse tapi kasih feedback dan suka produk.

Suka influencer marketing karena bisa ngereach banyak orang

Ig Ads:

Gak terlalu signifikan, ordernya juga gabanyak

100-200k

Lebih prefer ke influencer, karena IG Ads materinya terbatas dan gaada review lebih lanjut. Kalau influencer marketing ada review lebih lanjut.

Apakah menurut Anda proses influencer marketing yang sudah dijalankan mudah untuk dilakukan? atau malah sulit untuk dilakukan?

**Jawab:**

Mudah banget.

Riset lihat followersnya dulu, liat storynya. Biasanya pilih orang yang kalau review makanan bisa keliahatan enak (bisa ngeracunin orang). Ngerasain jadi followernya dia gimana.

Apa dampak yang dirasakan terhadap usaha Anda setelah melakukan influencer marketing?

**Jawab:**

Paling Senang

Banyak order (tapi ekspektasinya rendah)

Ngereach banyak orang (peningkatan followers)

Apakah Anda puas dengan dampak tersebut?

**Jawab:**

Puas karena emang itu tujuannya di awal dan tercapaii

Bagaimana cara Anda dalam mengontrol hasil dari influencer marketing tersebut?

**Jawab:** Mengamati engagement dan profile visit. After impact.

Cek followersnya siapa, apakah followersnya influencer yang habis diendorse

Apakah Anda nyaman dengan cara Anda dalam mengontrol dampak influencer marketing tersebut?

**Jawab:**

Lebih suka yang kolektif daripada yang individual (cara pertama)

Seberapa penting bagi anda mengukur insight hasil sebuah promosi?

**Jawab:**

Penting banget, karena ya itu dampak yang dicari dan harus signifikan. Kalau berhasil dilanjutin kalau engga ya gausah. Mengambil langkah kedepannya kaya gimana.