

## **BAB III**

### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini peneliti akan menjabarkan hasil penelitian melalui sajian data dan pembahasan tentang strategi personal selling party planner Gran Production untuk meningkatkan klien baru di Yogyakarta pada Tahun 2017. Bagian sajian data akan berisi hasil temuan data melalui wawancara dengan narasumber, dokumentasi dan observasi. Sedangkan dalam bagian pembahasan, peneliti akan menganalisa hasil temuan data tersebut.

#### **A. Sajian Data**

Pada bagian sajian data ini, peneliti memaparkan hasil temuan data di lapangan yang telah dilakukan. dimana data tersebut bersumber dari hasil wawancara serta dokumentasi yang berkaitan dengan kegiatan personal selling yang dilakukan oleh Gran Production pada tahun 2017. adapun informan dalam penelitian ini yaitu Ghufro Ahsan selaku Owner dari Gran Production dan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing. Sajian data dari hasil wawancara dengan Owner dan Manager Marketing Gran Production ini secara garis besar berkaitan dengan *personal selling* Gran Production. Dalam melaksanakan *personal selling*, Gran Production melalui dua tahap yaitu tahap perencanaan dengan tahap pelaksanaan *personal selling* di lapangan. Tahapan – tahapan tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

## 1. Perencanaan *Personal Selling*

Gran Production sebagai salah satu *Event Organizer* terkemuka di wilayah Yogyakarta tentunya memiliki strategi tersendiri dalam menarik minat calon konsumennya. Sepanjang tahun 2017, Gran Production nyatanya lebih memilih strategi *personal selling* sebagai strategi promosi yang digunakan untuk menawarkan produk jasanya. Berikut penuturan yang diberikan oleh Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production:

“kita tahu sendiri ya mas, persaingan EO di Jogja ini semakin bertumbuh pesat. Dan untuk menjadi yang terbaik dan bertahan di industri ini, kita harus memiliki strategi sendiri. Disini Gran Production lebih cenderung memilih strategi *personal selling* untuk promosi. Walaupun kami juga tidak menutup kemungkinan buat yang lain, misal brosur, pamphlet, ataupun lewat media sosial.” (Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Menurut penuturan dari informan diatas diketahui bahwa dalam menentukan strategi promosi, Gran Production lebih memilih untuk menggunakan strategi promosi *personal selling* bila dibanding dengan strategi promosi lainnya. Namun di samping itu Gran Production tidak menutup kemungkinan juga untuk menggunakan strategi promosi lainnya seperti media sosial dan promosi menggunakan pamflet ataupun brosur. Pernyataan ini didukung oleh pendapat yang dikemukakan oleh Manager Marketing Reza Satria Putra, sebagai berikut:

“seperti yang diungkapkan mas Ghufron ya, penggunaan strategi promosi *personal selling* memang lebih sering disini. Soalnya kan kita ini jual produk jasa, yang otomatis

landasannya kepercayaan klien. Menurut kami kepercayaan klien itu lebih mudah dibangun dengan interaksi langsung melalui diskusi, tatap muka, atau sekedar ngobrol bareng. Biar sama – sama tau personalnya gimana. Dan memang terbukti dimana pengaplikasian startegi promosi personal selling ini nyatanya banyak berhasil, terutama itu ya untuk membangun kepercayaan tadi.” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Berdasarkan informasi di atas dapat diketahui bahwa pemilihan strategi *personal selling* yang dilakukan oleh Gran Production bertujuan untuk membangun kepercayaan dari calon konsumennya. Dan menurut keterangan dari Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production, diketahui bahwa pengaplikasian strategi promosi menggunakan personal selling nyatanya telah banyak berhasil di hampir semua event yang telah terselenggara.

Dalam melakukan kegiatan promosi *personal selling*, Gran Production melakukan beberapa hal terkait dengan perencanaan kegiatan *personal selling* yang nantinya akan dilakukan pada calon konsumen. Berikut penuturan dari Reza Satria Putra, selaku Manager Marketing terkait dengan perencanaan kegiatan personal selling:

“kalo untuk perencanaan personal selling sendiri yang dari awal banget mungkin pemilihan siapa saja yang bertugas dalam presentasi, siapa yang bertugas bagian konsep acara terus siapa yang bertugas berhubungan ke vendor – vendor. Mungkin lebih tepatnya kayak pembagian jobdesk gitu mas, khususnya buat yang devisi marketing. Tapi kita biasanya terlibat semua sih, mau dari luar devisi marketing ya juga ikutan ada andil.” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Diketahui bahwa dalam tahapan perencanaan kegiatan *personal selling* yang dilakukan Gran Production, proses yang paling terlihat yaitu pembagian jobdesk antar masing – masing crew mengenai siapa yang nantinya bertugas melakukan presentasi, siapa yang bertugas menyiapkan materi presentasi beserta konsep acaranya dan siapa yang bertugas berhubungan dengan vendor – vendor terkait. Selain itu Ghufon Ahsan selaku Owner Gran Production juga menambahkan sebagai berikut:

“Nah kan setiap klien itu pasti treatmentnya beda – beda, kalo buat teknis atau treatment itu biasanya disesuaikan dilapangan mas. Jadi ya ngak ada perencanaan matengnya. Tapi tentu semua berpatokan pada SOP yang sudah ada. Jadi ya klien dateng kita lihat, oh berarti siswanya seperti ini, berarti budaya sekolahnya seperti ini, kita jadi tahu pola pendekatan yang cocok seperti apa untuk sekolah ini.”  
(Wawancara dengan Ghufon Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dilihat bahwa ada beberapa hal dalam perencanaan kegiatan *personal selling* Gran Production yang tidak direncanakan secara kaku. Namun disesuaikan dengan karakter dari calon kliennya. Ghufon Ahsan selaku Owner Gran Production menyatakan bahwa langkah tersebut diambil guna memaksimalkan pelayanan kepada konsumen dari Gran Production.

Menurut keterangan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing, Gran Production memiliki beberapa langkah dalam melaksanakan *personal selling*. Langkah – langkah tersebut digambarkan dalam bagan sebagai berikut:

Gambar 3.1 Bagan Alur Personal Selling Gran Production



Sumber: Arsip dan Dokumen Gran Production

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa dalam melaksanakan *personal selling*, Gran Production melalui beberapa proses. Seperti pemasaran, pendekatan calon klien, penawaran, hingga perencanaan penyelenggaraan. Tahapan awal dari proses pelaksanaan *personal selling* yaitu tahap pemasaran, utamanya mengidentifikasi target sasaran.

#### a. Pemasaran

Pada tahap ini manager marketing melakukan beberapa langkah, diantaranya seperti mulai membuat daftar sekolah SMA di Yogyakarta yang memiliki siswa dengan high social. Ini didasarkan pada fakta bahwa produk yang ditawarkan oleh Gran Production biasanya dilirik oleh siswa – siswa SMA dengan kemampuan financial yang mumpuni. Seperti yang diungkapkan oleh Manager Marketing Reza Satria Putra berikut:

“jadi pertamanya itu kita list dulu mas, mana sekolah yang siswanya potensi buat bikin sweet seventeen birthday party atau yang kayak promnite. Karena kan gak semua sekolah gitu. Biasanya cenderung yang isinya siswa – siswa kelas atas atau yang bergengsi yang bikin – bikin, kayak di Jogja ini JB, Stella Duce, SMAN 3, terus ada beberapa lagi. Soalnya juga percuma kalo kita tawarin ke sekolah yang memang siswanya gak biasa ngadain” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

#### Daftar Target Sekolah Potensial (2017)

No.	Nama Sekolah	Keterangan
1.	SMA N 2 Yogyakarta	
2.	SMA N 3 Yogyakarta	
3.	SMA N 4 Yogyakarta	
4.	SMA N 6 Yogyakarta	
5.	SMA N 8 Yogyakarta	
6.	SMA N 9 Yogyakarta	
7.	SMA N 11 Yogyakarta	
8.	SMA Muhammadiyah 1 YK	
9.	SMA Muhammadiyah 2 YK	
10.	SMA Muhammadiyah 3 YK	
11.	SMA Muhammadiyah 7 YK	
12.	Stella Duce 1	
13.	Stella Duce 2	
14.	SMA Debrito	
15.	SMK N 6 Yogyakarta	
16.	SMK N 7 Yogyakarta	
17.	MAN 1 Yogyakarta	
18.	MAN 3 Yogyakarta	
19.	SMA Tirtonirmolo	
20.	SMA 1 Depok Sleman	
21.	SMA N 2 Ngaglik Sleman	
22.	SMA Budaya Wacana	
23.	SMA N 1 Sewon	
24.	SMA Santa Maria YK	
25.	SMA N 1 Godean	
26.	SMA N 1 Pajangan	

Sumber: Arsip dan Dokumen Gran Production Tahun 2017

Berdasarkan keterangan diatas diketahui bahwa tidak semua siswa SMA menjadi target sasaran dari promosi Gran Production. Hal ini juga didukung dengan keterangan dari Owner Gran Production, Ghufron Ahsan.

“sebagai party planner kita sudah menetapkan segmen kita itu kebanyakan anak-anak SMA. ini karena menurut kita anak-anak SMA masih sering melakukan perayaan ulang tahun dan mengadakan kegiatan prom nite melepas masa SMA nya. jadi kita biasanya sudah membangun kenalan-kenalan di SMA-SMA yang bisa kita jangkau. Tapi memang tidak semua SMA ya mas, kami juga lihat dari potensial financial mereka” (Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Menurut Ghufron Ahsan, calon konsumen yang dicari ialah yang memenuhi kriteria dan memiliki potensi untuk menciptakan jual beli. Gran Production yang menawarkan *birthday party* dan *promnite* sebagai layanan usaha jasanya menargetkan anak-anak yang masih sekolah di tingkat SMA sebagai target audiensnya, terutama mereka yang memiliki sisi financial yang memadai. Hal ini dinilai berpotensi mengingat kebiasaan anak SMA yang masih banyak merayakan ulang tahun dan melepas masa SMA nya dengan suatu acara perayaan yang meriah. Apalagi tren kekinian yang sedang menjalar dikalangan muda saat ini. Dimana seseorang memiliki status sosial dipergaulan dengan dapat mengadakan perayaan *sweet seventeen* yang meriah.

**b. *Call Us***

Call us merupakan istilah yang digunakan internal Gran Production setelah kegiatan pemasaran. Harapannya dari aktivitas pemasaran yang dilakukan target sasaran mulai memberikan respon balik terhadap promo pemasaran yang telah dilakukan oleh Gran Production. Seperti yang diungkapkan oleh Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production:

“Pada kegiatan pemasaran ibaratnya itu proses menebar jala, dimana pasti harapan nelayan akan ada ikan yang tersangkut. Ya setelah kami melakukan pemasaran, kami nunggu nih respon dari target kita yang sudah kita sasar. Kalau udah ada kontak dari mereka baru kita follow up terus mas.” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Berdasarkan informasi di atas dapat diketahui penggunaan call us dikarenakan pada moment ini Gran Production terlihat lebih menunggu respon target konsumen. Melalui kegiatan pemasaran sebelumnya diharapkan terdapat beberapa konsumen yang menghubungi.

**c. *Meeting dan Penawaran***

Proses selanjutnya dari bagan aktivitas personal selling yang dilakukan Gran Production yaitu meeting dan penawaran. Seperti yang diungkapkan oleh Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production berikut ini:

“ya selanjutnya proses follow up klien, kita usahakan untuk ketemuan jangan selesai di telpon karena kita gak leluasa dalam prospek calon klien. Biasanya



dalam sebelum pertemuan pertama kita masih sambil ngobrol santai ya sama sama penjajakan aja sih mas biar klik feelingnya, tapi kita tetep siapin materi penawaran paket yang kita punya. (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku manager marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Penawaran merupakan proses setelah dapat panggilan dari konsumen, pada momen ini diusahakan tidak dilakukan di telepon tetapi tatap langsung. Informan beranggapan terdapat keterbatasan dalam melakukan proses *lobbying* melalui telepon sehingga berusaha untuk mengajak calon klien bertemu secara langsung.

Gambar 3.2 Paket Penawaran Gran Production



Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

Rp95.000,00  
MINIMAL 150 ORANG

**SILVER**

**ENTERTAINMENT**  
MC  
ACCOUSTIC BAND

**DECORATION**  
PHOTOBOOTH  
STAGE

**EQUIPMENT**  
SOUND SYSTEM  
LIGHTING

**DOCUMENTATION**  
FOTO  
VIDEO

**ADDITIONAL**  
CONVETTI  
DOORPRIZE  
SELEMPANG NOMINASI

Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

Rp125.000,00  
MINIMAL 150 ORANG

**GOLD**

**ENTERTAINMENT**  
MC  
DJ  
FULL BAND

**DECORATION**  
PHOTOBOOTH  
STAGE

**MULTIMEDIA**  
VIDEO BUMPER  
VIDEO NOMINASI

**EQUIPMENT**  
SOUND SYSTEM  
LIGHTING

**ADDITIONAL**  
CONVETTI  
DOORPRIZE  
SELEMPANG NOMINASI

**DOCUMENTATION**  
FOTO  
VIDEO

Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

Rp150.000,00 MINIMAL 150 ORANG	
<b>PLATINUM</b>	
<b>DECORATION</b>	<b>ENTERTAINMENT</b>
PHOTOBOOTH	MC
STAGE	DJ
GATE	FULL BAND
<b>MULTIMEDIA</b>	MAGIC SHOW
VIDEO BUMPER	HIPNOTAINMENT
VIDEO NOMINASI	<b>EQUIPMENT</b>
<b>ADDITIONAL</b>	SOUND SYSTEM
CONVETTI	LIGHTING
DOORPRIZE	<b>DOCUMENTATION</b>
SELEMPANG NOMINASI	FOTO
	VIDEO

Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa dalam tahap perencanaan ini, Gran Production mempersiapkan materi penawaran dengan paket yang mereka punya, dimana materi tersebut sudah harus siap sebelum pertemuan pertama.

#### d. Perancangan Konsep

Setelah berhasil bertemu klien, langkah selanjutnya dalam kegiatan perencanaan yaitu perancangan konsep acara. Seperti yang diungkapkan oleh Ghuftron Ahsan selaku Owner Gran Production berikut ini:

“kegiatan kita selanjutnya yaitu merancang konsep mas, ini kita lakukan setelah bertemu calon klien, dalam proses ini kita akan menyusun sebuah konsep berdasarkan informasi yang kita gali setelah pertemuan pertama. Konsep kita susun dan kita siapkan per sekolah mas, jadi setiap sekolah bakal punya konsep berbeda satu dengan lainnya.” (Wawancara dengan Ghuftron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Informan menjelaskan bagaimana perancangan konsep secara proses bekerja. Pada tahapan ini akan dirancang konsep pesta berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari proses sebelumnya. Informasi tersebut akan diolah dan dijadikan sebagai acuan dalam merumuskan konsep acara agar target konsumen semakin terpicat dengan penawaran yang diberikan oleh Gran Production.

**e. Presentasi dan Diskusi Konsep**

Setelah tim merumuskan konsep acara yang akan ditawarkan. Tim akan mengatur janji kembali untuk bertemu dengan calon konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Reza Satria Putra selaku Manager Marketing sebagai berikut:

“ya selanjutnya presentasi didepan klien dan memungkinkan terdapat revisian. Kita gak akan memaksakan kehendak kita dalam perencanaan karena segala sesuatu mungkin terjadi. Jadi ya kita terima saja masukan atau mau klien dari pertemuan ini. Namun yang jelas setelah konsep jadi kita harus secara keseluruhan sebelum melakukan presentasi, seperti menentukan siapa yang mempresentasikan, menggunakan kostum pakaian apa, ya pokoknya tentang pra perform di hadapan mereka mas.” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Presentasi merupakan pertemuan kedua yang direncanakan dalam pra event. Pada proses ini direncanakan tim akan melakukan presentasi terhadap klien terkait penawaran yang akan diberikan.

## **f. Koordinasi Crew**

Apabila terjadi kesepakatan dengan klien dan pasti menggunakan jasa yang ditawarkan, Kemudian *internal* Gran Production akan melakukan koordinasi crew dalam suatu penyelenggaraan. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production sebagai berikut ini:

“ya baru kita menentukan crew, hal ini akan menyesuaikan skala suatu acara. Karena setiap acara berbeda-beda tentu SDM yang dibutuhkan berbeda pula. Lebih kepersiapan internal sebelum acara mas, detail jumlah crew, jobdesk crew, mempersiapkan rundown dan teknis teknis acara lainnya seperti apa.”  
(Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Proses perencanaan terakhir yaitu menentukan crew yaitu Gran Production akan menentukan sumber daya manusia yang akan digunakan dalam suatu acara. Efektifitas sumber daya ditentukan dari besar kecilnya suatu penyelenggaraan event dan pertimbangan teknis lainnya. Dengan begitu kegiatan akan berjalan dengan baik sesuai dengan kebutuhan suatu acara hingga suksesnya acara.

## **2. Pelaksanaan *Personal Selling***

Aktivitas *personal selling* merupakan alat utama dalam kegiatan komunikasi pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh Gran Production. *Personal selling* dinilai fleksibel karena tenaga penjual dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan tiap calon konsumen. *Personal selling* merupakan interaksi langsung yang terjalin antar individu atau lebih yang saling bertemu dengan cara tatap muka

ataupun melalui suatu media dengan tujuan yang ingin dicapai adalah membentuk atau mempertahankan hubungan pertukaran yang menguntungkan satu sama lain.

Dalam tahap pelaksanaan ini tentunya Gran Production menghadapi berbagai macam kondisi klien yang berbeda. Untuk lebih jelas dalam tahap pelaksanaan promosi *personal selling* yang dilakukan oleh Gran Production, berikut peneliti paparkan secara umum dalam beberapa tahapan:

**a. Pemasaran**

Selain melakukan identifikasi calon sasaran, dalam tahap pelaksanaan pemasaran Gran Production juga menyebarkan iklan baik menggunakan media online seperti twitter dan instagram, dan juga membagikan brosur dan poster di sekolah – sekolah yang menjadi target pasarnya. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Manager Marketing Reza Satria Putra sebagai berikut:

“iya mas, jadikan setelah kita tau sekolah – sekolah mana yang masuk kriteria dari target pasar, kita mulai promo iklan biasanya kita bagiin brosur didepan sekolahan. Ataupun lewat media online seperti instagram dan twitter. Tujuannya biar target tertarik dulu sama produk jasa kita, nanti baru dilakukan pendekatan personal yang lebih intens.” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Berdasarkan informasi tersebut diketahui bahwa tahap pemasaran yang dilakukan oleh Gran Production bertujuan untuk menarik minat calon konsumen. Nantinya tahap ini akan berkembang

menjadi pendekatan personal, bila sudah ada respon balik dari target sasaran. Gran Production sendiri berupaya membuat konten promosi kreatif dalam rangka menarik pelanggan saat melakukan kegiatan promosi. Salah satu contohnya yaitu dengan mengemas produknya kedalam bentuk iklan – iklan yang unik dan dekat dengan kaum milineal saat ini, contohnya seperti dibawah ini:

Gambar 3.3 Materi Postingan Gran Production



Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

Salah satu momentum yang dimanfaatkan oleh Gran Production adalah saat novel Dilan sedang booming dikalangan remaja Indonesia. Poster tersebut dipasang di sekolah-sekolah yang notabnya menjadi segmen atau target utama dari Gran Production dan digunakan oleh Gran Production sebagai materi upload di akun sosial medianya.

## **b. Call Us**

Langkah selanjutnya yaitu tahapan dimana target sasaran mulai memberikan respon balik terhadap promo pemasaran yang telah dilakukan oleh Gran Production. Tahapan ini biasanya ditandai dengan calon konsumen mulai menghubungi pihak Gran Production. Seperti yang diungkapkan oleh Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production:

“seperti yang tadi sudah disinggung, ketika kita sudah melakukan pemasaran tentunya kita berharap adanya feed back dari target sasaran ya mas. Biasanya respon baliknya itu mereka mulai mencari tahu tentang produk jasa yang kita tawarkan, ya biasanya mulai nanya misal lewat dm atau langsung ke contact person kita”.  
(Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Berdasarkan informasi diatas dapat diketahui bahwa bentuk respon balik yang diberikan calon konsumen seperti mengontak pihak Gran Production, baik melalui direct message pada media *online* maupun langsung menghubungi pada *contact person* yang telah tersedia. Respon balik ini menunjukkan adanya ketertarikan dari diri calon konsumen terhadap produk jasa yang ditawarkan oleh Gran Production.

Setelah adanya respon balik dari calon konsumen, maka langkah berikutnya yang ditempuh oleh Gran Production yaitu melakukan pendekatan. Pendekatan dalam hal ini dimaksudkan dengan mulai melakukan *follow up* disetiap komunikasi intens



dengan calon konsumen. Untuk memulai pendekatan, biasanya diawali membangun komunikasi dengan relasi dari tim Gran Production sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Reza Satria Putra selaku Manajer Marketing Gran Production sebagai berikut:

“membangun relasi itu kita mulai dari sekolah asal kita dulu, kebetulan yang ada di struktural sekolah nya asli kota Jogja semua jadi ini satu modal buat kita dalam menjalankan bisnis ini. selain itu kita juga cari jaringan melalui teman-teman kita yang berbeda sekolah. terus kita gali informasi karakter anak-anak disekolah tersebut bagaimana lifestylenya, kalo untuk promnite kita cari tahu ketua osis nya siapa. biasanya ketua osis mempunyai kemampuan dalam membuat sesuatu (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018).

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa dalam membangun relasi atau mencari target konsumen potensial Manajer Marketing Gran Production memanfaatkan hubungan sekolah asal mereka untuk menjaring klien, selain itu mereka juga membangun jaringan kesekolah-sekolah lain dengan mencari informasi melalui hubungan pertemanan.

Selanjutnya Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production menjelaskan tahap – tahap yang dilakukan dalam proses pendekatan kepada calon konsumen. Berikut keterangan yang Beliau berikan:

“pertamanya itu kan setelah kita tau nih sekolah mana yang potensial ngadain acara kayak promnite, kita mulai cari informasi biasanya itu yang buat pihak sekolahnya, atau OSIS yang mengajukan acara. Nah kalo OSIS yang ngajuin acara ke sekolah, kita mulai cari – cari kontaknya, terus kalo pihak sekolah yang biasanya yang

ngadain ya kita mulai pendekatan ke TU, apakah pihak pelaksana itu pakai tender atau memang sekolah sudah ada ikatan kontrak dengan satu EO, atau bagaimana, ya terus kita susun strategi. Kalo ke OSIS mulai PDKT tanya – tanya biasanya acara gimana terus anggarannya berapa, pernah pake EO mana aja gitu sih mas. Baru kan nanti keliatan celah kita dimana. Jadi gak yang ujuk – ujuk dateng nawarin proposal gitu” (Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Melihat dari keterangan yang disampaikan oleh Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production, dapat dilihat bahwa dalam melakukan pendekatan dengan calon konsumen, komunikasi yang dibangun dimulai dengan perlahan dan pendekatan interpersonal. Hal ini juga bertujuan untuk melihat celah dimana posisi yang dapat menjadi nilai jual lebih dari Gran Production. Selanjutnya Ghufron Ahsan juga menambahkan penuturan sebagai berikut:

“terus tadi kan untuk kayak event promnite gitu mas, kalo yang birthday party kita lebih fleksibel. Kita sambil jalan bisanya juga tanya ke anak anak sekolah tersebut mana yang punya potensi diantara kelas 2 atau 3 kan biasanya udah nyentuh diangka 17 tahun. Karena kan ini event pribadi, jadi biasanya kita promosinya dari mulut ke mulut, terutama mereka yang pernah jadi customer kita. Jadi kayak sistem marketing berjalan gitu mas, misal nih si A customer kita, terus dia kasih referensi ke si B, nah nanti si A dapet fee lah 150 ribu minim dia dapet dari kita, gitu terus. jadi kan lumayan buat anak SMA, terus buat kita juga menguntungkan istilahnya dalam satu lingkungan pergaulan bisa kita kuasain gitu. Terus kalo udah ada yang tertarik kita baru PDKT, kan biasanya mereka itu satu geng seumuran semua” (Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Berdasarkan keterangan yang disampaikan di atas diketahui bahwa untuk acara event birthday party, Gran Production juga memanfaatkan promosi dari mulut ke mulut yang kemudian dilanjutkan dengan personal selling. Bauran promosi dari mulut ke mulut dianggap lebih efektif untuk menjangkau pergaulan anak SMA yang biasanya terbentuk dalam kelompok – kelompok kecil.

### **c. *Meeting dan Penawaran***

Tahapan selanjutnya yang dilakukan oleh Gran Production adalah melakukan pertemuan awal untuk menjelaskan lebih detail mengenai produk jasa yang diminati oleh calon konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production berikut ini:

“kalo pertemuan pertama itu kita belum langsung nawarin produk diawal obrolan ya mas, kita tanya – tanya dulu kegiatan mereka gimana, anggaran mereka gimana. Nanti kalo udah ada gambarannya baru kita mulai kasih paketan dari kita tapi sambil ngobrol santai gitu tetep ngalir gak yang kaku tiba tiba kita berjualan paket itu kurang pas menurut kita. Jadi intinya kita menyesuaikan sama mereka, walaupun memang ada patokan – patokan budget atau paketan dari Gran Production sendiri. (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Hal ini selaras dengan yang ungkapkan oleh Ghufroon Ahsan selaku Owner Gran Production, dimana dalam melaksanakan pendekatan tim Gran Production mulai menawarkan produk. Namun tetap fleksibel dalam pendekatan interpersonal kepada calon

konsumennya terutama dalam hal penawaran produk. Seperti yang diungkapkan sebagai berikut ini:

“kayak yang tadi sudah diungkapkan, tahapan kita pertama ada pemasaran dimana kita sebar luas info mengenai produk baik online, langsung lewat brosur ataupun lewat mulut ke mulut. Setelah itu muncul ketertarikan dari calon konsumen, ini yang kita kejer terus biar moodnya sama kita tetap bagus dan terjaga. Kita koordinasi untuk pertemuan pertama, dimana disitu kita pakai ngobrol santai sambil pendekatan kepada mereka, ngasih obrolan ringan tentang acara, paling biasanya diawal banyak klien langsung minta bukti portofolio dari kita, ya kita tunjukin aja video dokumentasi kita. Yang jelas kita gali info namun kita tetap lebih pasif dalam hal menjawab keraguan keraguan si calon klien ini mas. Selain itu seperti yang sudah diungkapkan bahwa kesempatan ini juga digunakan untuk mencari tahu keinginan acara yang mau diselenggarakan oleh calon konsumen seperti apa.”  
(Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Seperti yang telah diungkapkan di atas, bahwa pertemuan awal sering dilakukan di cafe cafe Jogja atau di sekolah calon konsumen tersebut, selain untuk mempresentasikan lebih jauh mengenai produk yang ditawarkan, juga bertujuan untuk mencari tahu konsep acara seperti apa yang diinginkan oleh calon konsumen. Pada pertemuan awal ini Gran Production akan bertemu dengan siapa saja yang mempunyai wewenang dan otoritas dari pihak sekolah tersebut. Seperti ketua osis, ketua komunitas sekolah, dan atau pihak resmi dari sekolah itu. Setelah diketahui keinginan dari calon konsumen, selanjutnya Gran Production akan mulai merancang produk yang sesuai terutama dari sisi financial.

#### **d. Perancangan Konsep**

Tahapan selanjutnya yang dilakukan oleh Gran Production dalam melaksanakan kegiatan *personal selling* yaitu merancang konsep acara yang diinginkan oleh calon konsumen. Seperti yang telah dijelaskan dipoint sebelumnya, bahwa dalam merancang produk yang ditawarkan terlebih dahulu tim Gran Production melakukan pendekatan interpersonal. Seperti yang diungkapkan oleh Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production berikut ini:

“ya kayak yang tadi dibilang itu mas, kan kita udah pendekatan dulu awalnya, jadi udah tau mereka butuhnya yang kayak gimana, mereka maunya yang kayak gimana budget mereka gimana. Terus ya kita mulai rancang kalo mau party dengan jumlah invitationnya segini budget segini, dapet apa aja. Yang paling kita priorotasin itu biasanya budget entertain, sewa tempat, konsumsi, dekor sama dokumentasinya. Kalo misal buat acara bisa menyesuaikan bisa dari mereka juga yang ngisi.”  
(Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa dalam merancang suatu produk yang ditawarkan, Gran Production juga menyesuaikan dengan keinginan calon customer. Walaupun memang ada prioritas – prioritas budgeting tertentu yang didahulukan, seperti entertain, sewa tempat, konsumsi, dekor dan dokumentasi. Selanjutnya Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production juga menambahkan hal sebagai berikut:

“Seperti tadi yang saya bilang ya mas, untuk persiapan perancangan produk biasanya kita fokus ke penawaran dan konsep biasanya kita udah punya beberapa konsep

untuk menyesuaikan dengan budget yang dimiliki seorang klien. kita lihat dulu ini acara apa, sekolah atau individual. kalo sekolah kita lihat dulu anak-anak yang disekolahkan tersebut, orang-orang mampu apa bukan, terus kalo individu anak orang kaya bukan. ini untuk mengantisipasi target konsumen kita memiliki keterbatasan budget, yang jelas untuk satu event minimal kita bawa 2-3 konsep untuk kita tawarkan dengan budget yang berbeda-beda. (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Manajer Marketing Gran Production mempersiapkan informasi klien dengan mencari tahu latar belakang klien secara kompleks. Biasanya hal tersebut dapat dilihat dari kebiasaan dan asal sekolahnya. Hal tersebut akan membantu dalam proses lobi atau dealing dengan target konsumen. Karena berdasarkan beberapa fakta dilapangan hal – hal dasar seperti budget dan ekspektasi calon konsumen sangat berpengaruh pada keputusan penggunaan jasa ini.

Setelah menentukan dan merancang produk yang ditawarkan, tim Gran Production akan melakukan diskusi lebih lanjut dengan calon konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production sebagai berikut:

“Pertemuan pertama kita lebih cenderung pasif ya, dalam artian kita lebih banyak bertanya kepada target klien tentang apa yang mereka butuhkan dan inginkan. jadi gak ada proses dealing disini. kita gali dulu informasi yang diinginkan klien tersebut. kita dengerin dulu aja maunya konsumen itu seperti apa. jadi kita punya gambaran tentang siapa target konsumen yang sedang kita hadapi” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Mau mendengarkan konsumen merupakan hal yang penting dan akan sangat berguna bagi pihak penjual. Hal tersebut membuat pihak penjual bisa mengerti apa yang diinginkan konsumen. Bisa membuat konsumen merasa diperhatikan sehingga mereka pun akan memiliki rasa ketertarikan ke pihak penjual. Merasa pihak penjual akan bisa membantu memenuhi kebutuhan mereka. Dari situ perhatian konsumen ke penjual bisa terbentuk.

**e. Presentasi dan Diskusi Konsep**

Ketika tiba pada momentum bertatap muka dengan konsumen, penting bagi Manager Marketing untuk memulainya dengan tepat. Manager Marketing akan berusaha menyesuaikan diri dengan calon konsumennya. Manager Marketing memulainya dengan menyambut kedatangan konsumen dengan ramah. Mengucapkan selamat datang, menawarkan bantuan untuk konsumen berupa menanyakan apa kebutuhan yang diinginkan konsumen, kemudian manajer marketing akan memberikan saran berdasarkan keinginan konsumen.

Saat Manager Marketing sudah mendapatkan informasi tentang konsumen, lalu Manager Marketing memberikan opsional terhadap penyelenggaraan acara yang akan diselenggarakan berdasarkan peluang yang paling diterima oleh calon konsumen. seperti yang diungkapkan oleh Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production sebagai berikut:

“Ya kalo udah ngobrol di awal kita nanti akan beri penawaran biasanya ada beberapa konsep dengan harga yang berbeda-beda. low, medium, atau high budget jadi nanti tetap kita kasih pilihan biar target konsumen tahu. Dalam penawaran tersebut kita jelaskan kalo konsep yang low budget fasilitasnya apa saja gambarannya seperti apa midle juga, yang high nanti kita jelasin semua gimana konsepnya. Kita juga liatin track record kita klien-klien kita dulu penyelenggaraannya seperti apa” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018).

Pada proses demonstrasi Manager Marketing akan memberikan beberapa penawaran konsep dalam penyelenggaraan suatu perayaan kepada konsumen. Penawaran tersebut dibuat atas tiga jenis mulai dari budget rendah, sedang dan tinggi. Dalam proses tersebut Manager Marketing juga menunjukkan hasil atau penyelenggaraan perayaan yang pernah dilakukan sebelumnya. Hal itu dilakukan agar target konsumen dapat merasakan apa yang ditawarkan oleh perusahaan. Strategi ini dianggap cukup mampu menarik minat target sasaran. Seperti yang diungkapkan oleh Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production sebagai berikut:

“saat presentasi kedua itu kita fokus ke produk yang mau ditawarkan mas, jadi sedemikian mungkin sudah kita kemas ke bentuk yang menarik dengan tawaran – tawaran yang menarik juga. Selain itu juga kita presentasi foto – foto dan video hasil event terdahulu, jadikan kalo kayak dari dekor acara terus konsep itu bisa dilihat realitanya gimana. Crew atau presenternya juga harus tampil oke mas, ya standar sih mas kita dalam setiap ketemu calon klien dan klien selalu pakai atribut identitas kita, jadi secara perform biar terlihat keren dan professional, kalau untuk materi presentasi ya instrumen yang kita pakai semacam power point gitu, minimal harus ada laptop



kalau kita ketemunya skala kecil, tatap muka 2 atau 3 orang gitu, tapi walaupun gitu pakai lcd dan proyektor jadi hal yang sebenarnya wajib, apalagi kalau skala besar jelas itu jadi hal yang sangat penting” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018).

Gambar 3.4 Situasi Presentasi Gran Production



Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

Dari penuturan diatas dapat terlihat bahwa dalam melaksanakan *personal selling*, tim Gran Production mempersiapkan presentasinya dengan matang di depan calon customer. Persiapan tersebut meliputi poster kegiatan, anggaran acara yang ditawarkan dan contoh – contoh foto acara yang sudah berlangsung dan mungkin memiliki kemiripan tema acara.

Gran Production sendiri menjelaskan setiap detail mengenai acara atau event yang akan diselenggarakan, gambaran mengenai

detail acara, konsep acara, dan perlengkapan entertainment dikemas oleh Gran Production dalam sebuah materi presentasi kreatif.

Gambar 3.5 Materi Presentasi Gran Production

No	Items
1	Full Band
2	Acoustic
3	DJ
4	MC
5	Dance
6	Sulap
7	Video Story

Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

No	Items
1	Sound System
2	Lighting
3	LCD + Proyektor
4	Kembang Api / Phyro
5	Stage
6	Confetti
7	Riging
8	Light Stick
9	Sky Lantern
10	Make up
11	Sewa gaun
12	Kue tart

Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production



### Dokumentasi

No	Items
1	Foto Cetak
2	Foto Soft Copy
3	Foto + Live Video Shooting
4	Live Video Shooting
5	Album Digital
6	Instant Photo Booth
7	Drone
8	Action cam (Go Pro)

Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production



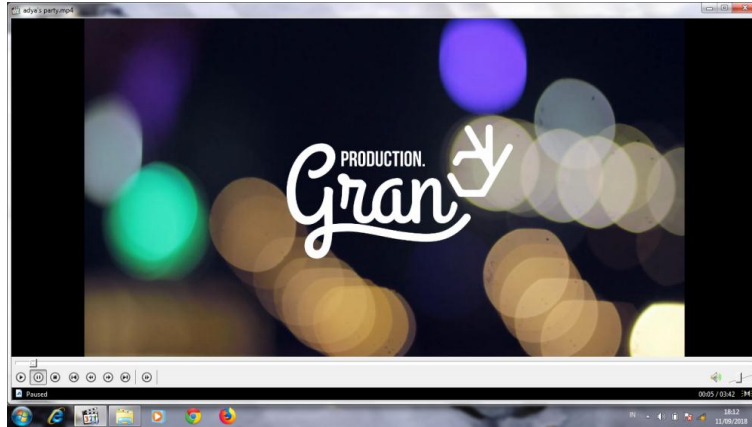
### Dekorasi

No	Items
1	Undangan
2	Photobooth
3	Dekorasi Standard
4	Dekorasi Full
5	Property Foto
6	Photobooth
7	Dekorasi Panggung

Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production



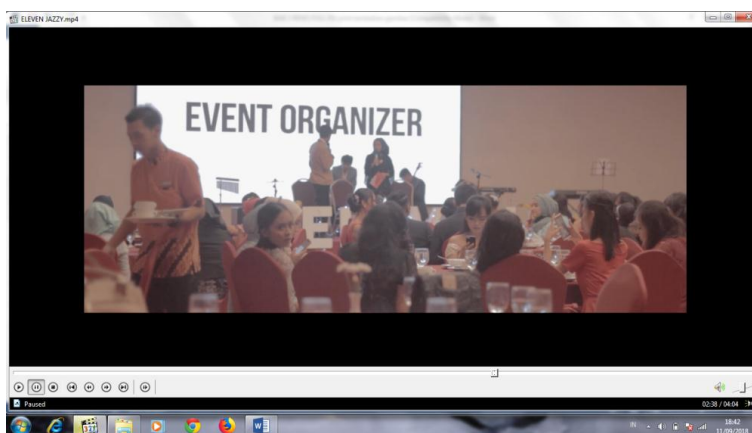
Gambar 3.6 *Screen Capture* Video Gran Production



Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production



Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production



Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

Jika dilihat dari hasil pemaparan diatas, maka nampak bahwa dalam melakukan presentasi kepada calon konsumennya, Gran Production mempersiapkan segalanya secara matang. Baik dari segi penampilan presenter hingga kelengkapan dan keunikan materi yang disampaikan.

Menurut Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production, mekanisme presentasi ini juga bertujuan membangun ketertarikan dan kepercayaan dari calon konsumen kepada Gran Production. Berikut penuturan yang Beliau sampaikan:

“iya mas jadi ketika presentasi itu kita sedemikian mungkin udah punya gambaran yang jelas event yang mau ditawarkan gimana, konsepnya gimana, anggaran biayanya plotnya dimana aja. Terus kami juga biasanya memberikan contoh dan gambaran dari event – event yang udah ada, dari konsep, tata dekor ataupun rundown durasi waktunya. jadi calon klien itu clear lah tentang acara yang mau dibuat gimana, terus kalo masih ada tambahan atau revisi jelas juga perubahannya gimana. Biar sama – sama enak juga sih mas” (Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Berdasarkan penuturan diatas, diketahui bahwa Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production sudah secara matang merancang proses personal selling tim Gran Production kepada calon customer agar dapat menarik minat dan meningkatkan kepercayaan dari calon customer tersebut.

#### **f. Persetujuan dan Pembayaran**

Selanjutnya setelah target konsumen menentukan pilihan terhadap penyelenggaraan suatu perayaan yang diinginkan. terkadang konsumen memiliki keberatan dalam melakukan pembayaran secara penuh atas suatu permintaan. Dalam hal ini Manajer Marketing harus mensiasati kekhawatiran klien dengan meyakinkan klien misalnya dengan cara pembayaran dilakukan bertahap dengan termin yang disepakati bersama hingga hari perayaan akan dimulai klien baru dituntut untuk melakukan pembayaran secara penuh.

“Biasanya keluhan tentang cara pembayaran, ada kekhawatiran di beberapa klien takut kita gak bisa menuhin keinginannya atau lainnya. Kalo begini kita biasanya mencoba untuk menenangkan klien dengan membangun kepercayaan klien. Salah satunya dengan melakukan pembayaran secara berkala. nanti h-1 sebelum perayaan dimulai klien wajib melunasi semua biaya yang belum dibayarkan” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018).

Keberatan konsumen merupakan suatu tantangan dalam dunia penjualan. Hal itu tidak seharusnya membuat penjualan terhenti. Seorang marketer atau pemasar dituntut untuk menyelesaikan tantangan tersebut agar penjualan bisa berlanjut. Salah satu caranya adalah dengan memberikan solusi bagi kekhawatiran yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Setelah melakukan *dealing* dengan konsumen dan akhirnya menemukan kesepakatan, Manajer Marketing

melanjutkan dengan memproses kesepakatan yang telah disetujui kedua belah pihak tersebut.

**g. Koordinasi Crew**

Kemudian setelah terjadi kesepakatan dengan klien mengenai acara yang akan dilaksanakan dan sudah dilakukan pembayaran tahap awal. Maka selanjutnya Gran Production akan membahas realisasi konsep dan teknis pelaksanaan secara matang dalam internal perusahaan. Dalam pembahasan ini juga bertujuan untuk mengkoordinasikan seluruh crew yang bertugas untuk pelaksanaan acara. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production sebagai berikut ini:

“setelah kita udah deal sama klien, kita langsung koordinasi tim mas. Biar semua persiapannya bisa matang terutama soal teknis misal sewa tempat, pesen catering ataupun pengurusan vendor – vendor lain yang mendukung kelangsungan acara.” (Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Melihat pemaparan diatas diketahui bahwa koordinasi tim yang dilakukan Gran Production, bertujuan untuk mempersiapkan acara secara matang terutama hal – hal yang berkaitan dengan teknis di lapangan beserta pendukung lainnya. Hal yang serupa juga dipaparkan oleh Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production sebagai berikut:

“seperti yang sudah diungkapkan diawal mas, bagaimana kepuasan customer menjadi prioritas kami. Sehingga kami juga tidak asal – asalan dalam bekerja untuk acara

mereka. Apalagi mereka sudah menaruh kepercayaan pada EO kami. Jadi setelah deal dan DP dilakukan, otomatis sudah jadi tanggung jawab kami untuk mulai bekerja. Pertama kami biasanya melakukan koordinasi tim, awalnya membahas pembagian jobdesk, lalu vendor mana saja yang dibutuhkan, juga mulai merangkai kebutuhan teknis saat acara berlangsung. Misal apakah kita butuh bantuan tenaga tambahan dari freelance apa gak atau butuh bantuan dari orang yang ahli dibidang tertentu untuk mendukung acara. Jadi semuanya kita bahas secara matang dulu mas.” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Berdasarkan keterangan dari Manager Marketing Gran Production, diketahui bahwa koordinasi tim yang dilakukan selain untuk mempersiapkan detail acara secara matang, namun juga untuk melihat kebutuhan apa saja yang diperlukan guna mendukung kesuksesan acara. Hal – hal pendukung ini dapat berupa sumber daya teknis peralatan ataupun sumber daya manusia seperti bantuan tenaga staff tambahan atau bantuan vendor – vendor lain sebagai pendukung acara.

Salah satu dari output koordinasi crew adalah rundown acara untuk event yang akan berlangsung. Berikut arsip contoh rundown acara dari Gran Production:



Gambar 3.7 Contoh *Rundown* Gran Production

No	Waktu	Durasi	Acara
1	15.30 – 16.00	30'	Berkumpul seluruh peserta di SMP Muha
2	16.00 – 17.00	60'	Pembagian bakti sosial dan langsung ke Beatless Café
3	17.00 – 17.10	10'	Pembukaan MC
4	17.10 – 17.15	5'	Sambutan Bu Naning
5	17.15 – 17.30	15'	Band dari Kelas
6	17.30 – 17.40	10'	Buka bersama
7	17.40 – 18.00	20'	Sholat maghrib berjamaah
8	18.00 – 18.10	10'	Pembacaan Siswa Ter
9	18.10 – 18.30	20'	Makan Malam
10	18.30 – 19.00	30'	Menonton Video dokumenter
11	19.00 – 19.10	10'	Pemberian kenang-kenangan
	19.10 – 19.20	10'	Pembacaan siswa Ter

Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

#### **h. Pelaksanaan *Event***

Dengan persiapan yang begitu matang, tentunya Gran Production ingin mempersembahkan suatu acara yang berkelas dan bergengsi bagi kliennya. Seperti yang diungkapkan oleh Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production sebagai berikut ini:

“setelah semua persiapannya siap, tentu yang kita tunggu adalah hari H pelaksanaan ya mas. Disitu kita lakukan semaksimal mungkin sesuai konsep yang sudah dirancang dan dibahas bersama. Dalam pelaksanaan suatu acara pastinya ada aja kendala atau hambatan, nah biasanya yang agak susah ketika ada masalah pas hari H, misal pengisi acara kita kaya DJ nya ada kendala apa gitu, atau MC nya telat datengnya. Tapi bukan berarti nggak bisa diatasi, overall dengan koordinasi maksimal pasti bisa diatasi. Yah buat pembelajaran juga buat kedepannya.

Tapi sejauh ini klien pasti puas dengan hasil yang kita kasih, walaupun pasti ada saranlah untuk perbaikan kedepannya.” (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Seperti apa yang diterangkan oleh Reza Satria selaku Manager Marketing dari Gran Production bahwa dalam pelaksanaan kegiatan acara Gran Production sudah mengerahkan kemampuan maksimal untuk menyelenggarakan acara yang memuaskan bagi klien. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa setiap kegiatan acara pasti memiliki hambatan dan rintangannya sendiri. Menurut penuturan informan diatas, hambatan yang agak sulit adalah ketika terjadi masalah di hari pelaksanaan acara seperti MC yang telat datang ataupun pengisi acara yang tiba – tiba mengalami kendala tertentu. Tetapi dengan berpegang pada professional kerja, Gran Production sebisa mungkin meminimalisir masalah yang terjadi. Hal ini serupa seperti yang diungkapkan oleh Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production berikut ini:

“Untuk pelaksanaan acara sendiri kita berusaha zero mistake ya mas, cuma kan selalu ada tantangan sendiri baik itu misal masalah dari vendor atau ada masalah teknis. Nah sebisa mungkin kita atasin itu semua tanpa harus melibatkan klien. Jadi menjaga rasa tenang dari klien itu penting pada hari pelaksanaan. Kalo klien panik, nanti malah jadi gak bias menikmati acara juga. Tapi sejauh ini klien kita pasti puas sama hasil kerja kita mas.” (Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Dari pemaparan diatas diketahui bahwa dalam menyelenggarakan sebuah acara, Gran Production berusaha semaksimal mungkin untuk meminimalisir kesalahan baik dari segi teknis maupun sumber daya pendukung lainnya. Kalaupun terdapat permasalahan, Gran Production sebisa mungkin dalam penyelesaiannya tidak melibatkan klien. Karena menurut informan menjaga rasa tenang dan tidak panik dari klien merupakan hal yang penting. Dan sejauh ini konsumen yang telah bekerja sama dengan Gran Production merasa puas dengan hasil kerja Gran Production. Berikut beberapa contoh dokumentasi dari penyelenggaran acara oleh Gran Production.

Gambar 3.8 *Birthday Party* Gran Production



Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production



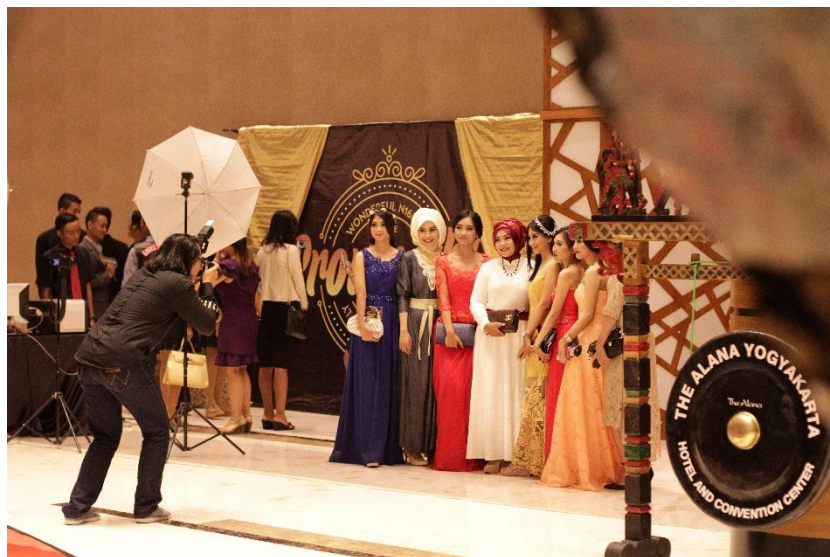
Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

Dokumentasi foto – foto diatas merupakan salah satu contoh event birthday party yang telah dilaksanakan oleh Gran Production. Dapat terlihat bahwa konsep acara yang ditawarkan cukup mewah ditunjang dengan dekor acara yang professional. Selain menampilkan foto – foto tema acara, Gran Production dalam melakukan personal selling kepada calon customer juga memperlihatkan suasana pesta yang meriah. Berikut beberapa dokumentasinya:

Gambar 3.9 *Promnite Party* Gran Production



Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production



Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

Dapat terlihat keseruan acara *promnite* yang telah diselenggarakan oleh Gran Production. Dengan memperlihatkan foto – foto dokumentasi acara ini secara tidak langsung Gran Production juga mempresentasikan keprofessionalannya dalam

menyelenggarakan suatu event. Setelah berhasil menjalin kerjasama dalam penyelenggaraan suatu perayaan, Gran Production tidak serta merta mengakhiri hubungan yang telah terjalin dengan kliennya. Mereka menekankan agar setiap konsumennya bisa menjadi langganan. Cara yang dilakukan untuk menjaga dan memelihara hubungan yang telah terjalin dengan konsumen adalah dengan menghubungi konsumen tersebut beberapa waktu setelah penyelenggaraan.

“Semua klien kita, kita arsipkan datanya. utamanya nomer kontak ya, biasanya kita menyapa saja seperti seorang teman bertanya kabar. menanyakan kesibukan dan meminta untuk merekomendasikan party planner kita. Nanti untuk imbalanya kita kasih succes fee kepada klien tersebut senilai berapa gitu (Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Tindakan tersebut dilakukan untuk membangun jaringan yang lebih dekat lagi kepada setiap klien. Selain itu juga menjadikan klien sebagai teman dan menjadi jaringan pemasaran tersendiri bagi Gran Production. Gran Production akan memberikan imbalan kepada klien yang mau merekomendasikan Gran Production kepada teman-temannya atau kerabat terdekatnya.

Seperti yang telah diungkapkan diatas, bahwa arsip – arsip foto, video atau dokumen lainnya yang disimpan oleh Gran Production juga dimanfaatkan sebagai bahan presentasi untuk penawaran event selanjutnya. Dengan keberadaann dokumentasi ini



akan meningkatkan kepercayaan calon pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan oleh Gran Production.

**i. Evaluasi Acara**

Tahap terakhir yang dilakukan Gran Production dalam proses *personal selling* yaitu evaluasi kegiatan. Dimana dalam proses ini akan dilakukan review kegiatan promosi dalam sebulan, apa saja yang menjadi kendala di lapangan dan sejauh mana langkah promosi ini dapat menarik minat konsumen hingga melakukan kerjasama dengan Gran Production. Selain itu juga untuk melihat perkembangan pasar terutama dari Event Organizer lain yang ada di Yogyakarta. Menurut Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production, proses evaluasi ini dilakukan setiap sebulan sekali. Berikut penuturan yang Beliau sampaikan:

“untuk evaluasi kami juga ada mas, biasanya sebulan sekali yang secara umum, tapi juga kadang bisa per event kita adain evaluasi. Karena kan bukan cuma berkaitan sama promosi aja tapi juga sama teknis lapangan pas pelaksanaan. Kalo yang berkaitan dengan promosi sih biasanya bahas tren kekinian anak – anak sekarang tuh pengennya event party yang kayak gimana, terus minimal budget yang ditawarkan gimana. Kita kan juga usaha walaupun tetap menyesuaikan dengan budget customer, kita juga butuh pemasukan. Nah paling bahas dibagian situ sih mas, karena memang paling ribet itu pas tahapan negosiasi sampe dealing. Kadang customer juga ada yang gak mau tau, pengennya macem – macem tapi budget tipis. Nah itu juga kita siasati dengan pas negosiasi.” (Wawancara dengan Ghufron Ahsan selaku Owner Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)

Berdasarkan data yang didapatkan, diketahui bahwa dalam proses promosi dengan bauran personal selling, Gran Production juga telah melakukan proses evaluasi. Untuk kurun waktu pengadaan evaluasi sendiri bergantung pada kondisi lapangan, namun yang terjadwal pasti yaitu sebulan sekali, selebihnya dilihat dari perkembangan dealing yang ada dan juga teknisnya.

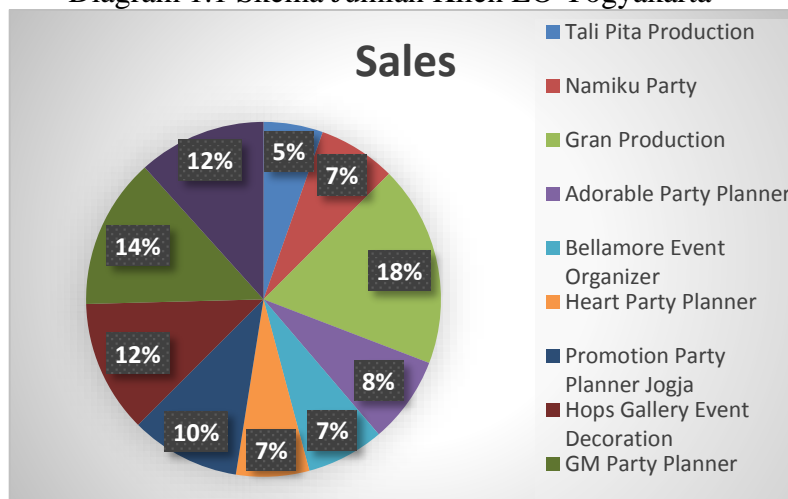
Selanjutnya Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production menambahkan bahwa proses evaluasi juga bagian dari peningkatan mutu kerja dari Gran Production. Berikut penuturan yang Beliau sampaikan:

“jadi sebagai perusahaan professional tentunya kami juga mengadakan evaluasi mas, selain bertujuan untuk melihat fakta lapangan yang ada. Disini juga untuk menyusun strategi peningkatan mutu kerja terutama dalam bidang promosi. Karena kan kita tahu Jogja ini merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan merupakan kota pelajar, jadi otomatis perkembangan jasa EO disini juga pesat mas. Nah dari evaluasi itu kita bisa tahu posisi Gran Production ini dimana. Selain itu kita juga bisa analisis kegiatan marketing pesaing, misal si A pake pendekatan interpersonal, si B menawarkan paket – paket menarik dan lain – lainnya, nah kita liat ni Gran Production dengan langkahnya selama ini apakah sudah dapat menarik minat calon klien apa belum. Jadi manfaat kegiatan evaluasi itu banyak banget ya mas. Kalo untuk waktunya sendiri itu beda – beda Cuma kalo yang pasti itu tiap akhir bulan, selebihnya dilihat dari urgensi kegiatan dilapangan.”  
(Wawancara dengan Reza Satria Putra selaku Manager Marketing Gran Production Pada Tanggal 04 Agustus 2018)



Dilihat dari penuturan diatas, dapat diketahui bahwa kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh Gran Procution membawa banyak manfaat bagi peningkatan kinerja tim terutama dalam hal promosi. Karena dengan dilakukannya proses evaluasi ini, Gran Production menjadi mengetahui keberadaan posisi mereka ditengah perkembangan jasa usaha EO yang semakin pesat di Yogyakarta. Selain itu dalam hal ini peneliti juga mendapat beberapa contoh dokumen hasil kegiatan evaluasi Gran Production yang telah dilakukan ditahun 2017.

Diagram 1.1 Skema Jumlah Klien EO Yogyakarta



Sumber: Arsip dan Dokumentasi Gran Production

Dari keterangan gambar diatas dapat terlihat bahwa perkembangan usaha EO di Yogyakarta sangatlah maju, hal ini terbukti dengan begitu banyaknya badan usaha EO yang menawarkan jasa pada masyarakat Yogyakarta. Dari data diatas pun terlihat dari sisi promosi dengan menggunakan personal selling Gran Production telah menguasai pasar terbesar dengan presentase 18

persen dan diikuti dengan EO GM Party Planner dengan presentasi 14 persen. Selain itu berdasarkan data yang didapatkan sepanjang tahun 2017, Gran Production telah berhasil menyelenggarakan 51 event, yang terdiri dari 27 event Promnite dan 24 event Birthday Party. Berikut data klien dan acara yang telah diselenggarakan oleh Gran Production sepanjang tahun 2017:

Jumlah Klien Gran Production Pada Tahun 2017

NO	NAMA KLIEN	PROJECT	STRATEGI
1.	Amriza Putra	Promnite "Power Rangers"	Personal Selling
2.	Satria Lala	Promnite "Babarsari Punya Cerita"	Personal Selling
3.	Stefan Hapsara	Promnite "Sewonderland"	Personal Selling
4.	Ayu Afilia	Promnite "Molo Nights"	Personal Selling
5.	Ayu Amalia	Promnite "Elevenights"	Personal Selling
6.	Ibnu Chandra Hakim	Promnite "Smadreams"	Personal Selling
7.	Adam Sangaji	Promnite "Three Moments"	Personal Selling
8.	Ilham Pamungkas	Promnite "Fantastic Four"	Personal Selling
9.	Andre Guntur	Promnite "Pajangan Bersatoe"	Personal Selling
10.	Bagas Hari	Promnite "Pesta Kecil Kecil"	Personal Selling
11.	Salsabiela Hanum	Promnite "Malam Perpisahan"	Personal Selling
12.	Marbono Putra	Promnite "Seven Sky"	Personal Selling
13.	Bagas Nur Irhamni	Promnite "No Limits"	Personal Selling
14.	Aziz Dias	Promnite "Aa Nights"	Personal Selling
15.	Anna Sofi	Promnite "Goodbye Party"	Personal Selling
16.	Endi Yogananta	Promnite "Good End"	Personal Selling
17.	Silvia Nur	Promnite "A Treasure"	Personal Selling
18.	Rahajeng Puput	Promnite "Epic Party"	Personal Selling
19.	Radhika Anggara	Promnite "Zero Hero"	Personal Selling
20.	Nor Jarod	Promnite "Epic Night 13"	Personal Selling
21.	Dinda	Birthday Party "Dinda Dreaming"	Personal Selling
22.	Rizki Nur Ilham	Birthday Party "Threesome Party"	Personal Selling
23.	Fivie	Promnite "Gadis Memorable"	Personal Selling

24.	Hazelina	Birthday Party “Hazelina’s Flowering Party”	Personal Selling
25.	Rara Putri	Birthday Party “Rara’s Sparkling Night”	Personal Selling
26.	Haris Budianto	Promnite “We Are Better”	Personal Selling
27.	Dinda	Birthday Party “Dinda’s Great”	Personal Selling
28.	Vita	Birthday Party “Vita’s Cruising Night”	Personal Selling
29.	Adya	Birthday Party “Adya Party”	Personal Selling
30.	Sekar Putri	Birthday Party “Sekar’s Lovely Night”	Personal Selling
31.	Ratih	Birthday Party “Ratih Happy Night”	Personal Selling
32.	Ara Muti	Birthday Party “Ara’s Memorable Night”	Personal Selling
33.	Ayu Wijayanti	Birthday Party “Ayu Good Day”	Personal Selling
34.	Chika Amalia	Birthday Party “Chika Party”	Personal Selling
35.	Dwika	Birthday Party “Dwika’s Swert Party”	Personal Selling
36.	Farida Mulya	Birthday Party “Farida Happy Moment”	Personal Selling
37.	Heksa Putra	Promnite “Mantan Apatis”	Personal Selling
38.	Helga	Birthday Party “Helga Epic Bornday”	Sosial Media
39.	Mayas	Birthday Party “Mayas Birthday Buzz”	Sosial Media
40.	Tusqy Izza	Birthday Party “Tusqy’s”	Sosial Media
41.	Aura Rahmina	Birthday Party “Aura Aurora”	Sosial Media
42.	Alina	Birthday Party “Alina Birthday Bash”	Sosial Media
43.	Cindy	Birthday Party “Cindy Princess of The Night”	Sosial Media
44.	Fang Fang	Promnite “Supernova”	Sosial Media
45.	Areta	Birthday Party “Areta’s”	Sosial Media
46.	Salsa Tri	Birthday Party “Salsa Dance Party”	Sosial Media
47.	Gendhis Ayu	Birthday Party “Gendhis’s Dinner Party”	Sosial Media
48.	Lyra	Birthday Party “Lyra Beauty Night”	Sosial Media

49.	Arum	Promnite “Viva Music Party”	Personal Selling
50.	David Rianto	Promnite “A Dinner and Music Party”	Personal Selling
51.	Danang	Promnite “New Year Party”	Personal Selling

Sumber: Arsip dan Dokumen Gran Production Tahun 2017

Dilihat dari data di atas, dapat diketahui bahwa Gran Production telah memiliki posisi cukup terpercaya sebagai Event Organizer ditengah masyarakat Yogyakarta. Selain itu berdasarkan data diatas dapat dilihat pula penggunaan strategi promosi menggunakan *personal selling* dalam menarik calon klien terbukti cukup efektif. Terlihat dari data diatas bahwa hampir seluruh event yang telah diselenggarakan Gran Production sepanjang tahun 2017 menggunakan strategi promosi *personal selling* dibandingkan dengan promosi media sosila. Hal ini juga membuktikan bahwa kegiatan evaluasi sangat berpengaruh pada peningkatan strategi promosi yang dilakukan oleh Gran Productionioan setiap tahunnya. Perkembangan ini tidak terlepas dari persaingan yang muncul antar penyelenggara EO yang berada di Yogyakarta.

## **B. Pembahasan**

### **1. Promosi**

Pembahasan dalam penelitian ini membahas terkait penggunaan *Personal Selling* (Penjualan Pribadi) dalam strategi promosi yang dilakukan oleh Gran Production. *Personal Selling* adalah suatu bentuk penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan meningkatkan terwujudnya penjualan produk. Menurut Swastha (2002:260), *Personal Selling* adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Selain itu menurut Tjiptono (2008:224), *Personal Selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya. Gran Production sendiri memanfaatkan *personal selling* sebagai suatu strategi promosi guna mendapat minat calon pelanggan untuk menggunakan jasa yang mereka tawarkan. Dalam hal ini jasa yang mereka tawarkan yaitu sebagai *Event Organizer* (EO) *Party Planner* untuk berbagai acara pesta/party seperti *promnite*, *farewall party*, *birthday party*, *dinner party*, *reunion*, *gethering* dan lain sebagainya.

## **2. Bauran Promosi**

Bauran Promosi adalah gabungan dari beberapa alat/kegiatan promosi agar promosi yang dilakukan dapat maksimal dan hasilnya memuaskan. Unsur Bauran Promosi (Promotion Mix) terdiri atas lima perangkat utama yaitu Periklanan (Advertising), Promosi Penjualan (Sales Promotion), Hubungan Masyarakat dan Publisitas (Public Relation and Publicity), Penjualan Pribadi (Personal Selling) dan Pemasaran Langsung (Direct Marketing) (Kotler, 2012:264-312).

Dalam pemasaran jasanya Gran Production memakai dua perangkat Bauran Promosi yaitu Periklanan dan Pejualan Pribadi. Dari dua perangkat tersebut penelitian ini akan mengkaji lebih lanjut mengenai *Personal Selling*. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) menjadi strategi utama yang digunakan Gran Production dalam usaha melakukan peningkatan penjualan. Sehingga selanjutnya akan fokus membahas strategi *Personal Selling* yang dilakukan Gran Production.

## **3. *Personal Selling sebagai alat promosi***

Secara teoritis *Personal Selling* merupakan presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2008:117). *Salesman* akan mengunjungi atau menemui calon atau target konsumen untuk mempersuasif mereka agar tertarik dengan jasa yang ditawarkan suatu perusahaan. Gran Production selaku perusahaan yang menawarkan jasa penyelenggaraan di bidang *event organizer* memilih

*personal selling* sebagai alat utama dalam kegiatan promosi dalam meningkatkan jumlah klien.

Hal ini dilakukan dari pertama Gran Production berdiri sejak tahun 2014. Tujuan *personal selling* sangat beragam, menurut Walker (2000:103) tujuan *personal selling* memiliki (enam) aspek yang menjadi dasar dalam melakukan kegiatan tersebut. Hal ini kurang lebih sesuai dengan apa yang ingin dicapai Gran Production sebagai perusahaan jasa yang mempunyai senjata dalam berpromosi yaitu *personal selling* itu sendiri yaitu mendapatkan klien baru.

Gran Production menerapkan langkah-langkah yang telah mereka susun dalam rencana dan strategi ini seperti memetakan target sasaran, memprospek calon klien yang memang sudah masuk dalam kriteria produk Gran Production, kemudian menjaga setiap hubungan dalam rangka kerja sama bisnis maupun pasca bisnis. Dari proses awal *personal selling* Gran Production sendiri mengklaim bahwa strategi ini adalah sebagai strategi yang sangat cocok bagi produk jasa EO ini, dimana kedekatan dengan konsumen menjadi kesempatan untuk mendapat nama dan citra baik bagi perusahaan. Jika ditarik dari awal berdirinya sebuah bisnis ini untuk menjadi promotor *event party planner* pemegang pasar Jogja pada khususnya, rencana ini cukup berhasil demi tercapainya sebuah tujuan perusahaan ini.

Adapun keuntungan dan kerugian dalam proses *personal selling* itu sendiri, menurut David (2002:87) memiliki keuntungan dan kerugian. Hal ini dirasakan juga oleh Gran Production, EO ini menjalani berbagai macam bentuk respon dari calon konsumen maupun dengan konsumen. Tentunya hal itu sudah dipersiapkan apapun risikonya sebelum menerapkan program promosi ini. Sisi positif yang dirasakan oleh Gran Production adalah adanya transaksi pertukaran informasi yang terjadi tidak kaku atau sangat fleksibel antara penjual dan pembeli, sehingga di dalam prosesnya banyak terjadi dinamika, keuntungan bagi Gran Production sendiri sebagai penjual yakni lebih mudah dalam mendapatkan informasi calon konsumennya, dimana hal itu sangat baik bagi proses lobi dan penawaran produk dalam jasa ini.

Namun hal itu tidak serta merta mudah bagi Gran Production. Adanya tantangan dalam program ini adalah kurangnya konsisten Gran Production itu sendiri dihadapan calon konsumennya, sehingga kurang adanya daya tawar yang memadai dihadapan calon konsumennya, kemudian gaya komunikasi yang fleksibel kurang menunjukkan sisi professionalitas bagi Gran production itu sendiri.

Penjualan personal merupakan bentuk pemasaran langsung yang paling tua atau lama. Kotler (2012:583) menyebutkan terdapat enam langkah utama di dalam melakukan penjualan yang efektif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh Gran Production



nyatanya juga melewati dua tahapan yaitu perencanaan dan pelaksanaan. Untuk lebih detail maka akan diuraikan seperti dibawah ini:

1. *Prospecting & Qualifying*

Proses pertama di dalam melakukan penjualan langsung yaitu dengan melakukan pengidentifikasian terhadap calon konsumen (prospek) dan kemudian mengkualifikasi mana yang termasuk dalam prospek potensial. Seperti yang diungkapkan oleh Kolter (2012:503), yang menyebutkan bahwa terdapat langkah – langkah utama dalam melakukan penjualan yang efektif. Salah satu dari langkah itu yang *prospecting dan qualifying*. Dimana dalam melakukan penjualan langsung, dilakukan pengidentifikasian terhadap calon pelanggan (prospek) dan kemudian mengkualifikasi mana yang termasuk dalam prospek potensial.

Hal ini pula yang dilakukan oleh Gran Production dalam menentukan target sasaran pasar dari produk jasa yang mereka tawarkan. Mereka menyadari bahwa keberadaan dan persaingan usaha penawar jasa EO di Yogyakarta semakin berkembang pesat. Oleh sebab itu dibutuhkan strategi – strategi khusus terutama dalam hal promosi dalam menarik minat calon konsumen.

Selain itu disadari pula bahwa perkembangan bisnis EO di Yogyakarta ini tidak lepas dari perkembangan peminatnya pun yang semakin banyak, terutama dikalangan generasi muda. Gran Production sendiri dalam menentukan target sasarannya telah melakukan riset terlebih dahulu. Sehingga target pasar yang dituju memang memiliki kreteria yang disasar oleh Gran Production. Hal ini juga bertujuan untuk merancang langkah promosi yang tepat, efektif dan efesien.

Langkah awal yang dilakukan Gran Production dalam menentukan target yaitu membuat daftar SMA di Yogyakarta dengan latar belakang sosial siswa – siswinya. Ini bertujuan untuk melihat sekolah mana yang memang masuk dalam ring target penawaran jasa dari Gran Production. Mengingat acara *Birthday Party* dan *Promnite* merupakan gaya hidup masa kini generasi muda.

Namun tidak semua generasi muda merayakan event – event ini, selain karena faktor lingkungan pergaulan event ini juga ditunjang dari sisi finansial yang cukup besar. Oleh karena itu biasanya Gran Production juga melakukan riset terhadap latar belakang pergaulan dari siswa siswi masing – masing SMA di Yogyakarta dan sekitarnya dari berbagai pandangan.

Karena pada faktanya bila dalam satu lingkungan pertemanan, ada yang menstimulus membuat acara maka akan berpengaruh pada teman – temannya yang lain. Selain itu selama ini Gran Production juga menasar di sekolah – sekolah yang memiliki siswa siswi dengan latar belakang finansial yang berkecukupan. Seperti yang telah dibahas bahwa penunjang seseorang ingin membuat party selain dari lingkungan juga berasal dari sumber finansialnya.

Karena membuat satu acara party sendiri dibutuhkan anggaran biaya yang cukup banyak. Oleh sebab itu Gran Production lebih menasar pada siswa-siswi yang memiliki kemampuan finansial cukup, terutama dalam menawarkan jasa *party planner* untuk *birthday party* yang biasanya untuk memperingati umur ke 17 tahun dan *promnite party* untuk melepas bangku SMA mereka.

Menurut keterangan yang didapat juga, dalam menentukan target sasaran untuk event Promnite, Gran Production juga mencari tahu mengenai tradisi dari masing – masing sekolah yang ada di Yogyakarta. Karena memang pada faktanya tidak semua sekolah mempunyai tradisi Promnite untuk melepas kelulusan siswa sekolah kelas 12.

Biasanya acara Promnite sendiri merupakan acara yang bergengsi antar sekolah untuk melihat status sosial pergaulannya serta gengsi sekolah tersebut. Dengan mengetahui tradisi dari masing – masing sekolah dalam hal pelepasan siswanya, maka Gran Production dapat secara pasti merancang produk jasa *party planner* Promnite yang akan ditawarkan.

Bagi generasi muda saat ini pengakuan akan status sosial mereka ditengah lingkungan pergaulannya menjadi hal yang penting. Oleh karena itu tidak jarang dari mereka yang berlomba untuk mengadakan acara atau pesta yang meriah, memukau dan mewah. Ini menjadi peluang besar bagi Gran Production dan Event Organizer lainnya untuk menawarkan jasa mereka.

Menurut peneliti apa yang dilakukan oleh Gran Production dalam mengidentifikasi calon pelanggan sudah tepat. Seperti yang dikemukakan oleh Kolter (2012: 503) mengenai beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam melakukan *prospecting* atau penentuan target sasaran. Diantaranya melihat, mendengar dan mencari bukti hal ini dapat dilihat dari aktifitas yang dilakukan dengan membuat daftar sekolah yang ada di Kota Yogyakarta dan sekitarnya, dengan begitu kita bisa memahami secara kelas ekonomi dari masing-masing sekolah yang sesuai dengan target kita. Saat kita memiliki daftar sekolah-sekolah kita dapat mengeleminasi sekolah-sekolah yang tidak sesuai

dengan kualifikasi jasa yang kita tawarkan. Selain itu Gran dalam aktifitas *personal selling* selanjutnya akan mencari salah seorang dari masing-masing SMA yang menjadi target dalam proses promosi, yang kemudian diharapkan orang tersebut mau melakukan pembelian atau mempengaruhi orang lain untuk melakukan tindakan pembelian.

## 2. Pra Pendekatan

Tahap kedua atau *pre approach*, yang dilakukan Gran Production dalam pelaksanaan *personal selling* yaitu pendekatan dengan calon konsumennya. Langkah awal dari pendekatan tersebut adalah ketika calon konsumen memberikan respon balik atau menghubungi Gran Production guna mencari tahu lebih lanjut mengenai produk jasa yang akan ditawarkan.

Sebelum melakukan pendekatan, seorang wiraniaga harus mempelajari atau mengumpulkan informasi tentang prospek yang akan di datangi. Umumnya dalam proses pendekatan ini Gran Production mencari tahu tujuan dari calon konsumen yang menghubungi Gran Production. Setelah diketahuinya tujuan ataupun permasalahan yang dihadapi oleh calon konsumen, kemudian pihak Gran Production akan mencoba memberikan solusi serta menawarkan produk jasa yang sekiranya dibutuhkan oleh calon konsumen.

Seperti yang diungkapkan oleh Kolter (2012:503) bahwa tim personal selling haruslah mempelajari atau mengumpulkan informasi tentang prospek yang akan di datangi. Biasanya ketika tim *personal selling* telah mendapatkan kontak dari target sasarannya, maka langkah selanjutnya adalah membangun relasi dengan calon konsumen tersebut. Calon konsumen disini yang dimaksud yaitu untuk Birthday Party adalah siswa siswi yang berpotensi mengadakan acara ulang tahun ke 17 dan untuk event Promnite adalah pihak yang bertanggung jawab memutuskan kegiatan tersebut. Dalam hal ini biasanya untuk event Promnite ditujukan kepada Kepala Sekolah atau Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan atau langsung dengan pihak OSIS dari sekolah ataupun dengan komunitas siswa-siswi di sekolah tersebut.

Selain itu berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil penelitian, diketahui bahwa dalam membangun relasi atau mencari target konsumen potensial Manager Marketing Gran Production memanfaatkan hubungan sekolah asal mereka untuk menjaring klien, selain itu mereka juga membangun jaringan kesekolah-sekolah lain dengan mencari informasi melalui hubungan pertemanan.

Dalam proses pra pendekatan tidak ada negosiasi yang dilakukan oleh crew dari Gran Production, pertemuan tahap

awal hanya fokus pada penggalian informasi, seperti yang dijelaskan oleh Kolter (2012:503) Sebelum melakukan pendekatan, seorang wiraniaga harus mempelajari atau mengumpulkan informasi tentang prospek yang akan di datangi. Cara atau indikator yang dapat digunakan dalam tahap *pre-approach* salah satunya memperoleh informasi tentang konsumen potensial dari calon pelanggan sehingga menurut peneliti apa yang dilakukan Gran Production sudah tepat. Hal ini dengan melihat bahwa pertemuan awal semua bisa saja terjadi baik penolakan maupun pembelian, wiraniaga harus dapat memiliki pertimbangan yang matang sebelum menawarkan produk sehingga kemungkinan penolakan dapat diminimalisir, hal tersebut dapat dilakukan dengan memahami kebutuhan calon konsumen tersebut dari informasi yang telah didapat sebelumnya.

### 3. Presentasi dan Demonstrasi

Pada tahap ketiga atau *the sales presentation*, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh Gran Production setelah dapat menghubungi calon customernya yaitu menjadwalkan pertemuan pertama. Pertemuan ini juga sebagai sarana pengenalan lebih jauh, pengakraban Gran Production kepada calon konsumen dan juga sekaligus penawaran produk yang lebih detail. Dalam pertemuan pertama ini diharapkan tim

personal selling dari Gran Production dapat melakukan pendekatan interpersonal dengan calon konsumen. Sehingga nantinya dapat diketahui keinginan dan karakter event yang diharapkan ataupun yang cocok dengan calon konsumen.

Setelah wiraniaga mendapatkan perhatian dan ketertarikan konsumen, proses penjualan bisa dilanjutkan dengan presentasi dan demonstrasi produk kepada konsumen. Menyampaikan bagaimana produk yang ditawarkan akan menghasilkan keuntungan bagi konsumen, menggambarkan fitur-fitur yang dimiliki produk dan berbagai manfaatnya bagi konsumen, menerangkan bagaimana produk yang ditawarkan akan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler & Armstrong, 2008:200)

Dengan dilakukan pendekatan interpersonal dengan calon konsumen, Gran Production juga memanfaatkan sarana ini untuk menjadi ajang promosi dari mulut ke mulut. Dimana biasanya calon konsumen tidak datang sendirian, namun juga bersama teman – temannya ataupun bersama orang tua. Bauran promosi dari mulut ke mulut juga dianggap efektif dalam meningkatkan omzet penjualan.

Disamping itu Gran Production juga menerapkan sistem reward bagi mereka yang dapat memasarkan jasa Gran Production kepada lingkungan sekitarnya. Reward yang



diberikan dalam jumlah uang, yang tentunya bagi siswa-siswi SMA adalah hal yang sangat menguntungkan. Pada fase pendekatan ini atau dalam pertemuan pertama ini, tim Gran Production lebih dituntut untuk banyak mengali, bertanya dan mendengarkan informasi dari calon konsumen.

Karena informasi – informasi ini akan sangat berpengaruh terhadap pengemasan produk yang akan ditawarkan. Biasanya pada pertemuan pertama ini tim personal selling dari Gran Production belum memaparkan secara gamblang mengenai produk jasa yang ditawarkan, baru sekedar pemaparan paket – paket event apa saja yang ditawarkan oleh Gran Production. Informasi yang diharapkan didapatkan yaitu mengenai konsep acara, tema acara, entertain acara, budget yang disiapkan, perkiraan tamu yang akan diundang dan keinginan venue tempat pelaksanaan acara.

Informasi – informasi inilah yang nantinya akan dikemas oleh Gran Production untuk menjadi konsep yang menarik dan akan dipaparkan pada tahap pertemuan selanjutnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Gran Production dalam melakukan *personal selling* telah memperhatikan indikator – indikator tersebut. Sehingga dapat dikatakan dalam melakukan perancangan kegiatan personal selling sudah cukup matang.

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh Gran Production yaitu presentasi dan diskusi konsep dengan calon konsumen. Menurut Gran Production mendengarkan konsumen merupakan hal yang penting dan akan sangat berguna bagi pihak penjual. Selain itu hal tersebut juga berdampak pada konsumen, dimana calon konsumen merasa diperhatikan dan menimbulkan rasa ketertarikan kepada produk yang ditawarkan oleh penjual.

Pada tahap sebelumnya Gran Production telah berusaha mengumpulkan seluruh informasi yang sekiranya dapat menunjang produk yang akan ditawarkan kepada calon konsumen. Dalam melakukan presentasi kepada calon konsumen, biasanya Gran Production telah menyiapkan beberapa bahan untuk dipresentasikan. Bahan – bahan ini seperti konsep acara, daftar budgeting yang dibutuhkan, tema dekor acara, contoh rundown acara ataupun alternatif venue acara. Materi – materi ini merupakan pengolahan dari informasi yang didapatkan pada tahap pendekatan sebelumnya.

Untuk sumber – sumber materi ini disusun berdasarkan dari contoh event yang telah dilaksanakan. Misalnya untuk tema dekor acaranya, biasanya Gran Production juga menampilkan beberapa foto dan video acara – acara yang telah

mereka selenggarakan dengan tema yang hampir mirip. Ini menjadi satu keunggulan dari personal selling, karena secara informal antara penjual dan calon konsumen akan terbangun kepercayaan.

Selain konsep acara, dalam presentasi ini Gran Production juga akan memaparkan gambaran anggaran yang diperkirakan dibutuhkan dalam penyelenggaraan event ataupun memaparkan paket-paket yang dimiliki oleh Gran Production, dengan catatan memang sesuai dengan informasi yang telah mereka dapatkan sebelumnya. Budget anggaran event ini memang menyesuaikan dengan keinginan calon konsumen. Walaupun memang ada prioritas – prioritas budgeting tertentu yang didahulukan, seperti sewa tempat, konsumsi, dekor, entertain dan dokumentasi.

Gran Production melakukan presentasi kepada calon konsumennya. Dimana Gran Production telah mengkondisikan produk yang akan ditawarkan sesuai dengan keinginan masing – masing calon konsumen. Dalam proses presentasi pun, Gran Production membuka diri untuk diskusi dengan calon konsumen. Dimana mungkin akan terdapat masukan atau saran bagi acara yang akan diselenggarakan dengan mempertimbangkan keinginan si calon klien dalam sebuah penyelenggaraan.

Pada proses presentasi kepada klien salesman melakukannya dengan berbicara santai kepada klien, santai dalam maksud tidak seperti presentasi profesional yang dilakukan pada umumnya dalam memperebutkan lelang sebuah project, salesman mencoba untuk membangun kedekatan dengan berbicara layaknya seorang teman lama yang baru bertemu yang tak jarang mereka berbicara tentang rutinitas diluar sekolah dan lain sebagainya. Menurut Tyagi dan Kumar fungsi pendekatan individual oleh wiraniaga adalah mendorong upaya mempromosikan produk serta membangun jaringan yang terhubung dengan perusahaan yang nantinya akan ditindaklanjuti oleh manajemen tingkat menengah (Hermawan, 2012:114). Menurut peneliti hal ini sudah tepat dilakukan dikarenakan untuk membangun hubungan personal dengan klien, setidaknya kita dapat mengembangkan jaringan konsumen melalui dari titik konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan perhatian, hasrat, minat, tindakan, serta kepuasan kepada klien atau calon klien.

#### 4. Mengatasi Keberatan

Tidak bisa dipungkiri hampir setiap konsumen memiliki keberatan. Meski sudah terbentuk minat pada konsumen, tidak menutup kemungkinan masih terdapat keberatan dalam diri

konsumen. Pada tahap ini konsumen akan mengutarakan keberatan-keberatannya. Wiraniaga dituntut mengatasi keberatan konsumen secara positif dengan menghargai keberatan tersebut, memanfaatkannya untuk menyediakan informasi yang lebih baik dan mengubahnya menjadi alasan untuk membeli (Kotler & Armstrong, 2008:200)

Kemudian ditahap ke empat atau *overcoming objection*, setelah Gran Production melakukan tahap presentasi dan diskusi selanjutnya yang dilakukan yaitu persetujuan dan pembayaran. Dimana dalam tahap ini calon konsumen dan pihak Gran Production telah menyepakati konsep acara yang sama dan rancangan anggaran yang sama.

Namun terkadang tidak menutup kemungkinan, konsumen memiliki keberatan dalam melakukan pembayaran secara penuh atas suatu permintaan. Dalam hal ini Manager Marketing harus mensiasati kekhawatiran klien dengan meyakinkan klien misalnya dengan cara pembayaran dilakukan bertahap hingga hari perayaan akan dimulai klien baru dituntut untuk melakukan pembayaran secara penuh.

Menurut Gran Production keberatan konsumen merupakan suatu tantangan yang seharusnya dapat diatasi dan tidak menjadi hambatan dalam proses jual beli produk. Seorang pemasar dituntut untuk menyelesaikan tantangan,

guna memuluskan jalannya proses penjualan tersebut. Setelah adanya kesepakatan antara konsumen dengan Gran Production, Manager Marketing dari Gran Production akan melanjutkan pada tahap pembahasan teknis dengan pihak internal Gran Production.

#### 5. Penutupan

Suatu tanda penutupan dari pembeli dapat meliputi tindakan fisik, komentar, dan pertanyaan. Wiraniaga dapat menggunakan salah satu dari beberapa teknik dalam menutup penjualan, seperti menanyakan pesanan, meninjau poin-poin yang disepakati, membantu menulis pesanan, dan lainnya. Cara Gran Procution dalam tahap *closing* ini, lebih menitik fokuskan pada penyelenggaraan event yang memukau dan membuat kesan kepada setiap siapa pun yang hadir. Jaminan event yang sukses ini menjadikan klien akan terbawa emosionalnya, klien merasa terpuasakan dengan apa yang telah mereka bayangkan sebelumnya, sehingga Gran Production sendiri secara tidak langsung telah mendapat testimoni kepuasan dari pelanggan. Namun tidak terlepas dari kekurangan, Gran Production juga meminta saran kepada klien dengan harapan kedepan dapat menyuguhkan event yang lebih baik dari pada sebelumnya.

## 6. Tindak Lanjut dan Pemeliharaan

Setelah menemukan solusi bersama dan terjalin kesepakatan, selanjutnya wiraniaga akan berusaha memulai menutup penjualan. Bisa dengan menawarkan konsumen untuk menutup, meninjau ulang poin kesepakatan atau dengan mengenali tanda-tanda penutupan dari konsumen seperti isyarat, gestur, pernyataan, komentar dan pertanyaan (Kotler & Armstrong, 2008:200).

Kegiatan tindak lanjut dan pemeliharaan dalam penjualan dilakukan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan mengulang kerja sama. Setelah menyelenggarakan sebuah event Gran Production akan tetap menjaga komunikasi dengan konsumen. Hal ini bertujuan untuk beberapa hal, diantaranya dapat menjadi lahan promosi bagi lingkungan konsumen sendiri dan juga dapat menjadi wadah Gran Production untuk menerima saran maupun kritik dari konsumen yang dulu pernah menggunakan jasa Gran Production. Gran Production sendiri menerapkan sistem reward kepada konsumen yang dapat mempromosikan Gran Production kepada lingkungan sekitarnya. Reward yang diberikan yaitu dalam bentuk sejumlah fee atas kesepakatan bersama. Tentunya hal ini sangat menarik terutama bagi siswa siswi SMA, yang merupakan target sasaran dari Gran Production.

Selain itu untuk tahap terakhir yang dilakukan oleh Gran Production dalam rangkaian kegiatan personal selling yaitu evaluasi kegiatan promosi. Evaluasi program adalah proses untuk mengetahui apakah tujuan dari suatu kegiatan telah terealisasi. Menurut Mulyatiningsih (2011:114-115), evaluasi program dilakukan dengan tujuan untuk:

- a) Menunjukkan sumbangan program terhadap pencapaian tujuan organisasi. Hasil evaluasi ini penting untuk mengembangkan program yang sama ditempat lain. Pada poin ini, Gran Production telah sedikit banyak melakukan hal ini. Strategi personal selling yang diterapkan di kota Jogja ini telah diterapkan di beberapa sekolah di daerah kabupaten, bahkan sampai ke wilayah Magelang. Namun memang tidak semua tempat dapat dijalankan strategi ini.
- b) Mengambil keputusan tentang keberlanjutan sebuah program, apakah program perlu diteruskan, diperbaiki atau dihentikan. Melihat keberhasilan Gran Production dengan jumlah klien yang meningkat signifikan dari tahun sebelumnya. Strategi personal selling ini secara positif akan dipertahankan dipergeseran kedepan, tentunya dengan melihat peluang yang ada serta memperbaiki kekurangan yang ada sebelumnya, yang



mana akan semakin menambah strategi ini matang dikemudian hari.

Model-model evaluasi yang satu dengan yang lainnya memang tampak bervariasi, akan tetapi maksud dan tujuannya sama yaitu melakukan kegiatan pengumpulan data atau informasi yang berkenaan dengan objek yang dievaluasi. Selanjutnya informasi yang terkumpul dapat diberikan kepada pengambil keputusan agar dapat dengan tepat menentukan tindak lanjut tentang program yang sudah dievaluasi.

Dalam hal ini Gran Production juga melakukan evaluasi program kegiatan personal selling yang dilakukan dalam kurun waktu sebulan sekali. Namun jadwal itu masih dapat bertambah disesuaikan dengan keadaan lapangan yang ada. Untuk materi evaluasi sendiri, yang biasanya akan dibahas yaitu apa saja yang menjadi kendala di lapangan dan sejauh mana langkah promosi ini dapat menarik minat konsumen hingga melakukan kerjasama dengan Gran Production. Selain itu juga untuk melihat perkembangan pasar terutama dari Event Organizer lain yang ada di Yogyakarta.

Sejumlah kriteria yang diungkapkan Chandra (2002:27) yang digunakan untuk mengevaluasi bagaimana efektivitas kinerja *personal selling* pada peningkatan penjualan pada perusahaan. Telah dilakukan setidaknya satu sampai dua

kreteria saja, yang Gran Production lakukan hanya terfokus pada performa anggotanya dalam bermanuver dilapangan, terutama pada aspek presentasinya. Crew yang bertugas diharapkan dapat berkomunikasi dengan baik kepada setiap calon konsumen maupun konsumen. Crew yang berhadapan langsung dinilai penting karena menjadi ujung tombak nama dan citra perusahaan ini.

Hal ini menjadi penting karena dengan kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh Gran Procution telah membawa banyak manfaat bagi peningkatan kinerja tim terutama dalam hal promosi. Karena dengan dilakukannya proses evaluasi ini, Gran Production menjadi mengetahui keberadaan posisi mereka ditengah perkembangan jasa usaha EO yang semakin pesat di Yogyakarta.