

## DAFTAR PUSTAKA

- cahyania, D. (2018). strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada pt.bima sakti mutiara. *jurnal*.
- Hamdan. (Juni 2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Browcyl dalam Meningkatkan Konsumen di Makasar. *Skripsi*.
- Kresna. (Desember 4). Manajemen. *Skripsi*.
- Labaso, S. (November 2018). jurnal Manajemen Pendidikan. *jurnal*, no 2.
- Labaso, S. (november 2018). Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. *jurnal*, vol 3 no.2.
- bisnis. (November 2021). *artikel bisnis*.
- Nuriya, D. (2016). Pemasaran Wisata,Strategi Menggali Potensi Daya Saing Destinasi Wisata. *jurnal* , hal.43.
- Pasiga, M. A. (2008). Pentingnya Konsep dan Strategi Pemasaran dalam Persaingan Bisnis. *jurnal*, vol.29,no 4.
- Saprijal, M. (Januari 2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ilmiah*, vol 3.
- Saprijal, M. (januari 2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *jurnal ilmiah*, vol.3 hal 44.
- Saprijal, M. (Januari 2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ilmiah*, Vol.3 No 1.
- PT.Global Asia Sejahtera-gudang PT Global. (september 2022). *artikel*.
- Setya, A. P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran surat harian kalbar menghadapi persaingan kota samarinda. *ejurnal komunikasi*, 221-234.
- Syahputra, M. (januari 2019). Penerapan Strategi Pemasaran Dorong dan tarik dalam keberlangsungan P,B. *jurnal*, vol.12 no 1:25-106.
- Cut Nailil Muna. *I Integrated Marketing Communication pada Heri Pemasaran Management Studi Kasus International ARTJOG MMXIX*. jurnal tata kelola seni Vol. 6 No. 1, Juni 2020 | p-ISSN 2442-9589 | e-ISSN 2614-7009.

**LAMPIRAN !**

## **PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BAJA RINGAN DAN GIPSUM DI PERUSAHAAN PT. GIAS YOGYAKARTA 2021-2022**

### **1. Profil Informan Owner Cabang PT GIAS Yogyakarta**

Nama : KEVIN SETIAWAN

Usia : 26 tahun

Jenis Kelain : pria

Pendidikan: S1

Jabatan sebagai: Kepala Cabang PT GIAS Yogyakarta

Beliau adalah salah satu dari Owner Cabang PT.GIAS Yogyakarta saat ini. Beliau memang banyak memiliki pengalaman dalam bidang bahan bangunan dan Baja Ringan serta Gypsum di berbagai tempat di seluruh Indonesia,bahkan beliau pernah bekerja di Jakarta dan Semarang serta daerah bagianya.Dan sebelumnya memang awal karirnya dari karyawan hingga menjadi salah satu orang yang bisa memimpin Perusahaan-Perusahaan di mana dia berada.Dia juga memiliki seorang bawahan yang bisa di katakan dapat di percayainya di perusahaan tersebut,beliau memang dari orang cina yang memiliki kemampuannya dalam memimpin Perusahaan di seluruh Indonesia.

Beliau juga dikatakan orang yang tegas dalam memimpin sebuah Perusahannya,dan juga memiliki kemampun yang bijaksana dalam menjadi salah satu pemilik Perusahaan tersebut.Hal-hal yang tidak sesuai dengan kemauanya pasti akan dengan tegas menegur demi kebaikan para pekerjanya.

### **2. Profil Informan Manajer Cabang PT GIAS Yogyakarta**

Nama : Hendro Nurcahya

Usia : 34 Tahun

Jenis Kelamin: Pria

Pendidikan: SMA

Jabatan sebagai: Manajer Cabang PT GIAS Yogyakarta

Dalam suatu pekerjaan pasti memiliki 4 fungsi pokok, yaitu merencanakan (planning), mengorganisasikan (organizing), memimpin (actuating, leading), dan mengendalikan (controlling).

**Merencanakan** (planning), berarti manajer memikirkan dengan seksama terlebih dahulu sasaran dan tindakan berdasarkan metode, rencana, atau logika dan bukan berdasarkan perasaan. adapun tujuannya untuk mengarahkan organisasi yaitu:

- 1). Memperoleh dan menggunakan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan dari organisasi.
- 2). Suatu organisasi bisa melaksanakan kegiatan yang konsisten dengan tujuan dan arahan yang sudah ditetapkan.
- 3). Adanya pemantauan dan mengukur kemajuan dalam mencapai tujuan

**Mengorganisasi** (organizing), adalah proses mengalokasikan pekerjaan, wewenang, dan sumber daya diantara anggota organisasi, sehingga mereka dapat mencapai sasaran organisasi. Sasaran yang berbeda harus bisa menyesuaikan dengan struktur tersebut sehingga manajer harus menyesuaikan struktur organisasi dengan tujuan dan sumber daya, dengan proses organisasi. adapun struktur organisasi dibentuk sesuai dengan kekhususan organisasi, ialah mencari pekerja. Kata utama dalam organisasi adalah koordinasi yang menjamin berjalannya semua pekerjaan supaya organisasi berjalan dengan baik tanpa terjadinya kegagalan. Dengan batasan tertentu berlawanan pekerjaan dengan tujuan efisiensi dan optimalisasi peran sangat dianjurkan namun yang perlu dihindari adalah factor-faktor yang sangat tidak diinginkan, oleh karena itu diperlukan upaya koordinasi.

**Memimpin** (actuating, leading) meliputi mengarahkan, mempengaruhi, dan memotivasi karyawan untuk melaksanakan tugas yang penting. Manajer memimpin untuk membujuk orang lain supaya bisa mencapai kesejahteraan yang muncul dari perencanaan dan organisasi. Fungsi leading, adalah fungsi paling penting dari fungsi manajemen. Banyak kasus yang menjelaskan tentang kesuksesan suatu organisasi dengan sumber-sumber daya yang lemah dan sangat terbatas namun bisa mencapai suatu kinerja yang sama dengan organisasi dengan sumber daya memadai, hanya karena sukses mengelola fungsi ini. Dalam banyak organisasi di Indonesia “siapa yang memimpin” adalah menjadi tujuan utama dalam perusahaan.

**Pengendalian** (controlling), yaitu kegiatan untuk memastikan aktivitas pengendalian yang direncanakan. Ciri-cirinya yaitu:

- 1) Adanya penetapan standar operasional kerja.
- 2) Mengarahkan dan mengatur dalam pekerjaan.
- 3) Membandingkan prestasi kerja dengan orang lain.
- 4) Memberikan tindakan yang tegas bila ada kesalahan.

Banyak beberapa organisasi menetapkan sistem baru dengan memasukkan mutu ke dalam fungsi pengendalian, salah satu pendekatan yang sangat bagus saat ini yaitu seperti Total Quality Management (TQM) yang mengharuskan manajemen berada dalam kondisi perbaikan terus menerus dalam semua operasi, dan adapula fungsi di dalamnya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> SENTOT IMAM WAHJONO. *MANAJEMEN DAN PERAN MANAJER*. April tahun 2022. versi ...Google Scholar. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA. (Diakses pada tanggal 27/12 2022. pukul 23:45)

## **PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BAJA RINGAN DAN GIPSUM DI PERUSAHAAN PT. GIAS YOGYAKARTA 2021-2022**

### 1. Profil Informan Admin Marketing

Nama : FITRI BUDI MARYATI

Usia : 26 tahun

Jenis Kelamin: Perempuan

Pendidikan: S1 Komunikasi

Jabatan : Admin Marketing Cabang PT GIAS Yogyakarta

Beliau adalah salah satu admin di Perusahaan PT.GIAS Yogyakarta yang mendalami di bidang marketing. Dalam pengalamannya di bidang marketing bisa menjadikan terbiasa dengan pekerjaannya di bagian marketing online . Beliau sendiri menempuh studynya di UIN Sunan Kalijaga dan sehingga saat ini beliau bisa bekerja di PT.GIAS Yogyakarta saat ini. Dalam menjalani karirnya sampai saat ini memang memerlukan tantangan yang sangat besar, terutama dari keluarga yang kurang mampu dan itu pun membutuhkan etos kerja yang gigih untuk menjalani pekerjaan tersebut.

Beliau sebelumnya memang belum pernah menjabat pekerjaan menjadi admin sendiri, dia sendiri hanya sekedar belajar dan kemudian dia menyukai pekerjaan tersebut, walaupun seorang admin ini yang dengan dengan jurusan berbeda bisa bekerja di bidangnya, dengan adanya kebiasaan belajar dan sering mencari informasi maka bisa bekerja di bagian admin tersebut. Beliau sendiri juga sebelumnya pernah menempuh di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan pengalamannya di kampus dapat mempelajari di bidang admin tersebut, walaupun terbilang baru bekerja di PT.GIAS Yogyakarta ini kira-kira dari tahun 2020 hingga sampai saat ini sudah mampu bekerja dengan penuh kemampuannya.

Walaupun belum lama Bekerja di PT.GIAS Yogyakarta dia sendiri banyak memiliki pengalaman yang mengesankan ketika bekerja di PT.GIAS Yogyakarta, terutama dalam menjalin relasi dengan kawan sekerja sendiri, dan banyak hal menarik yang di dapatkan di situ, salah satunya mendapat saudara dan teman yang baru dan bisa saling membangun dan

saling membantu dalam pekerjaan,dan ada pula berbagai masukan dan solusi dalam pekerjaan tersebut. Dalam bekerja di PT.GIAS Yogyakarta sendiri walaupun kadang ada kendala kami bisa semua bekerja sama dalam pemecahan masalah tersebut,dan terus belajar supaya menjadi yang terbaik dan menjalin hubungan yang solid.

# **PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BAJA RINGAN DAN GIPSUM DI PERUSAHAAN PT. GIAS YOGYAKARTA 2021-2022**

## 1. Naskah Wawancara

Pewawancara : Anton Widiyanto

Narasumber : Fitri budi M

Jabatan : Admin Marketing online

Hari/Tanggal : sabtu,12 Maret 2022

1. Strategi apa yang di gunakan oleh sebuah perusahaan dalam mencari dan memenuhi suatu pendapatan semua pasar?

**Jawab:**

- a. Cara yang di gunakan perusahaan untuk mencari dan memenuhi pendapatan konsumen dengan menerapkan system promo,harga diskon, ketersediaan barang,kemudahan transaksi,pengiriman yang mudah,fast respon pemesanan dan ketersediaan service komplaint.
  - b. Selalu meningkatkan pelayanan terhadap customer baik secara order maupun pengiriman yang tepat waktu dan jelas,serta meningkatkan dan menjaga kualitas produk yang di jual dan di pasarkan.
  - c. Mengetahui demand dan supply yang ada di market saat ini dengan cara observasi tentang tren kebutuhan yang relative berubah,berusaha senantiasa menyediakan barang yang memiliki longetivity dan kegunaan yang memiliki value.
  - d. Tidak ada strategi khusus,hanya melihat peluang untuk produk yang bisa masuk ke pelanggan.Mendatangi secara rutin ke semua pelanggan.Memberikan promo yang menarik dan potongan diskon khusus bagi produk tersebut.
2. Bagaimana cara perusahaan bisa mengenali pelanggan?

**Jawab:**

- a. Cara mengenali pelanggan yaitu dari kebutuhan pelanggan, identitas toko atau identitas diri, dan keberadaan toko di sekitar.
  - b. ada beberapa pokok yaitu:
    1. Lacak perilaku konsumen (secara pembayaran dll.)
    2. Identifikasi Kategori konsumen terdapat lapisan yang mana L1, L2 atau L3.
    3. Kenali melalui media sosial
    4. Manfaatkan Interaksi layanan konsumen.
    5. Bangun Data Konsumen Secara Menyeluruh.
  - c. Pengenalan pelanggan dapat dengan cara membedakan beberapa kategori.
    - A. Toko Besi
    - B. Toko Gypsum
    - C. Aplikator

Dari ketiga kategori tersebut kita dapat membedakan untuk barang yang akan di tawarkan dst.
  - d. Melalui hubungan baik dan menggali kebutuhan pelanggan.
3. Produk yang di miliki perusahaan ini dapat dijual dan di pasarkan di media online mana saja?

Jawab:

- a. Produk yang di miliki perusahaan dapat di pasarkan serta di jual di sosial media seperti contohnya di: instagram, website dan facebook, dan blog ataupun lainnya.
- b. Banyak media saat ini yang bisa di gunakan untuk sarana promosi, GIAS sendiri menggunakan media sosial media untuk beriklan seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan juga mengunjungi di baik di setiap toko atau bahkan warung makan pun untuk menyebarkan produk tersebut.
- c. Produk Gnet yang merupakan produksi dari PT. Global Indonesia Asia Sejahtera di pasarkan melalui Website resmi PT Gias yaitu Gnetindonesia.com , untuk sementara Gnet tidak di pasarkan melalui e-commerce.
- d. Semua produk media online bisa di buat untuk pemasaran produk tersebut.

Baja Ringan di gunakan untuk kuda-kuda/rangka pengganti kayu pada struktur rangka atap yang menawarkan konstruksi atap yang praktis, murah, aman dan tahan lama (tidak berkarat dan anti rayap)

