

LAMPIRAN

Lampiran

Interview Guide

1. Apa tujuan dari promosi yang dilakukan?
2. Mengapa memilih hal tersebut menjadi tujuan yang ingin dicapai gran production?
3. Siapa target konsumen dalam kegiatan personal selling?
4. Bagaimana metode yang digunakan dalam menentukan konsumen potensial?
5. Bagaimana cara anda dalam menilai atau mengidentifikasi suatu pelanggan?
6. Bagaimana cara anda menumbuhkan perhatian konsumen?
7. Bagaimana persiapan sebelum menghadapi konsumen?
8. Bagaimana cara memperkenalkan dan menjelaskan jasa yang ditawarkan kepada konsumen?
9. Bagaimana cara melayani konsumen ketika sudah ada kesepakatan pembelian?
10. Bagaimana cara mengatasi keberatan konsumen?
11. Apakah gran production melakukan follow up ke konsumen setelah berhasil melakukan penjualan produk?
12. Bagaimana cara anda mengelola hubungan dengan pelanggan yang pernah menggunakan jasa yang anda sediakan?

Lampiran
Transkrip Wawancara

Informan 1

Tanggal Wawancara : 04 Agustus 2018

Tempat : Home Base Gran Production

Identitas Informan

Nama : Ghufron Ahsan

Umur : 23 Tahun

Jabatan : Owner & Leader

Hasil Wawancara

Peneliti	Halo mas, apa kabar ni ?
Ghufron (Owner)	Halo halo, baik mas, mas nya gimana ?
Peneliti	Alhamdulillah baik juga mas hehe
Ghufron (Owner)	Mantap mantap, gimana gimana mau tanya tanya apa aja ni hehe jangan banyak banyak ya tapi hahaha
Peneliti	Haha enggak banyak kok mas, tapi ya lumayan banyak aja hahaha
Ghufron (Owner)	Siap siap hehe

Peneliti	Gini mas, mungkin anu ya aku pengen tau awal perkembangan Gran Production, gimana sih naik turun dalam bisnis nya, ya menuju proses untuk jadi EO yang udah dikenal kan pasti punya proses sebelumnya, gimana mas dulu perjalanannya Gran ?
Ghufron (Owner)	Mmmm waduh panjang mas kalau mau diceritain dari awal, tapi yang menjadi perubahan perubahan tiap tahunnya kami punya suatu target tertentu yang harus dicapai, salah satunya adalah harus lebih banyak dalam mendapatkan klien dari tahun sebelumnya, gimana caranya ya kita biasain ada evaluasi terus semakin kesini juga step step kita lebih rapi dan terprogram aja sih mas, jadi ya pasti perubahan baik akan keliatan.
Peneliti	Oww yaya, jadi setiap tahun Gran punya perubahan dari hasil evaluasi tahun tahun sebelumnya ya mas, nah ini mas kan ini penelitian ku tentang strategi promosi khususnya di strategi personal selling nya, kemudian ada upaya korelasi untuk peningkatan secara jumlah klien nya gitu, mungkin aku pengen tau sih dari permukaan banget sampek mungkin detail teknis nya gimana, dilapangan gimana, kalau prosesnya sendiri ada gak upaya terprogram untuk berpromosi atau melakukan strategi strategi tertentu gitu mas ?
Ghufron (Owner)	Kalau untuk strategi jelas ada mas, kami punya cara cara yang memang kita rancang untuk memperbanyak klien kita, karna kalau kita bicara bisnis ya jelas tujuannya adalah mencari keuntungan

	<p>sebanyak banyaknya hehe ya kami paham kami sebagai EO party planner pasti punya yang namanya pesaing, jadi kami juga harus bisa menghadapi persaingan itu.</p>
Peneliti	<p>Nah kalau poin nya adalah persaingan antar EO, khususnya yang bergerak dibidang party planner ini, ada gak yang mas dan temen temen Gran lainnya yang menjadi acuan paling mendasar dari bisnis ini ?</p>
Ghufro (Owner)	<p>Kalau dari kami tentang action nya aja sih mas, karena kan yang namanya EO adalah tentang permukaan, mereka yang hadir dan menyaksikan gatau persiapan dibalik setiap acara dan event seperti apa, jadi untuk dapat perhatian dari klien dan calon klien tentu kita harus menampilkan event yang berkualitas. Kenapa saya bilang perhatian? Karena kita disini jasa yang mengecap itu mata, kalo event itu keren, menarik, dan menghibur otomatis pelanggan akan datang dengan sendirinya. Karena penyelenggaraan event merupakan promosi secara tidak langsung bagi kami. Ini mengingat setiap penyelenggaraan event tentu melibatkan banyak tamu undangan. Jadi penting bagi kami untuk bekerja secara maksimal dengan kru yang solid agar event berjalan lancar dan sukses.</p>
Peneliti	<p>Oke mmmm, tapi gini mas, itu tadi kan ujung dari apa yang memang diupayakan oleh Gran sendiri, sebelum beranjak ke acara, mungkin Gran Production punya strategi khusus apa untuk</p>

	<p>menarik klien lama maupun baru, kalau melihat peningkatan jumlah klien dari tahun sebelumnya ke tahun 2017 kan sangat signifikan ya mas, punya jurus jurus khusus apa gitu ? misal kayak siapa yang menjadi target Gran ? sekolah mana saja yang memang punya potensi untuk diprospek ?</p>
<p>Ghufon (Owner)</p>	<p>Kita tahu sendiri ya mas tadi udah nyrempet obrolan ke pesaing, untuk persaingan EO di Jogja ini semakin bertumbuh pesat dan banyak bermunculan EO EO baru dengan konsen bidang yang beragam juga. Dan untuk menjadi yang terbaik dan bertahan di industri ini, kita harus memiliki strategi yang itu memang pas dibisnis ini. 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.</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Oww lebih ke strategi personal selling ya mas, kenapa mas kok milih personal selling jadi senjata ? kenapa gak pakai iklan atau media media komunikasi lainnya ?</p>
<p>Ghufon (Owner)</p>	<p>Menurut tim kami sih hal ini lebih bisa meyakinkan calon klien terhadap jasa kami, karna untuk membayar jasa kami ya memang budgetnya gak sedikit ya mas jadi secara psikologis si calon klien juga pasti lebih hati hati dalam memilih EO mana yang akan menservis event mereka, jadi ya kami perlu meyakinkan lebih dalam di pertemua tatap muka kita, walaupun dalam sosial media</p>

	<p>pertunjukan kami seperti foto dan video bisa ditampilkan secara epic, tapi ya menurutku kurnag sih, tetep harus dibuktikan secara langsung dihadapan calon klien tadi.</p>
Peneliti	<p>Brarti secara tidak langsung Gran beranggapan ini jadi lebih efektif ya mas ?</p>
Ghufron (Owner)	<p>Ooo kalau itu jelas mas, tim kami punya keyakinan yang kuat terhadap itu, terbukti dengan jumlah peningkatan jumlah klien yang lumayan besar pada tahun 2017 kemarin.</p>
Peneliti	<p>Siap siap, kalau untuk penetapan segmen dan targetnya gimana mas ? terus kemasan pesannya gimana ? hehe tapi sambil dimakan sama diminum boleh kok mas biar santai dan gak tegang hahaha</p>
Ghufron (Owner)	<p>Jelas banget itu mas, bagaimana produk ini dibuat untuk siapa saja jelas kami perhitungkan. 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 promnite melepas masa SMA nya. Hal seperti itu seperti sudah menjadi budaya bagi kalangan anak anak jaman sekarang, 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, budaya sekolahnya seperti apa.</p>

Peneliti	Kalau untuk kemasan pesan yang disampaikan gimana mas ? apa sudah ada patokan khusus apa mengalir aja dalam setiap proses bertemu ?
Ghufron (Owner)	Nah kan gini mas, setiap klien itu pasti treatmentnya beda – beda, kalo buat teknis atau treatment itu biasanya disesuaikan dilapangan mas, jadi timtim kami harus juga fleksibel dan bisa berain diranah situ. Jadi ya nggak ada perencanaan matengnya. Tapi tentu semua berpatokan pada SOP yang sudah ada dalam rencana kami sebelumnya.
Peneliti	Mmmm tapi sebelumnya memang Gran sendiri punya paketan paketan yang memang sudah dibuat kan mas ?
Ghufron (Owner)	Ada mas, ada beberapa tapi ya itu cuman menjadi dasar acuan patokan budget aja sih mas, jadi calon klien gak kaget dengan tarif yang akan mereka keluarkan untuk jasa pembuatan event. Karna masalah harga ini juga menjadi salah satu kendala yang lumayan sering kami jumpai dilapangan, ada yang kaget ada yang mungkin merasa kami murah mungkin, ada itu mas pas kapan orangnya kaya banget kita kasih budget udah diatas rata rata tapi mereka sama sekali gak nawar kan asem haha tau gitu kemarin tak bikin mahal lagi hahaha
Peneliti	Hahaha gak bejo mas, tapi memang sekompleks itu yang mas kalau kita ngomongin tentang budget itu jadi sangat relatif ke beberapa orang, karna mungkin menurut ku juga Jogja ini jadi kota

	<p>yang susah susah gampang dibaca pasarnya mas, apa yang lagi trend pasti ada di jogja, dan pasti semua langsung mengikuti jadi lath aja mungkin budayanya, untuk bertahan juga susah ditebak trend mana yang bisa terus eksis kedepannya.</p>
<p>Ghufron (Owner)</p>	<p>Ya iya mas, mau ditolak pakai logika dan feeling bisnis seperti apa tapi itu emang real ada di Jogja ini, ya itu jadi hal hal yang membuat kami harus kuat secara internal, secara visi misi, secara tim, ya pokoknya yakin wae sih mas, itu jadi kunci menurut saya untuk tetap ulet dan berjiwaku di tengah persaingan pasar yang semakin rumit untuk dibaca.</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Haha siap sek penting yakin yo mas</p>
<p>Ghufron (Owner)</p>	<p>Jelas banget kuwi mas, karna apa ya kalau kita sendiri gak yakin sama apa yang kita kerjakan juga pasti gak akan maksimal, yang sudah maksimal aja gak ada jaminan untuk sukses kok apalagi yang setengah hati tadi, ya sangune mung yakin, tapi ya tetep harus pakai action nyata bukan sekedar wacana wacana sek ra ono entek e hehe</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Yo bener sih mas haha tapi ngejalani nya gak ada yang gampang ya mas hehe</p>
<p>Ghufron (Owner)</p>	<p>Ya itu mas naik turun nya bisnis, semua kok mas, pasti punya resiko nya masing masing, mau apa sekarang, kerja ? kerja juga bisa dipecah, bisnis ? ya ada untung tapi ya pasti gak jauh dari rugi</p>

	juga, pilihan sih mas, ngikutin passion aja mas nek aku, ngalir ro mlaku
Peneliti	Siap mas mantap, tak lanjut ke obrolan serius lagi ya mas ? kaitannya sama tadi mas tentang strategi personal selling awalnya yang dilakukan Gran Production itu gimana ?
Ghufron (Owner)	Kalau awal banget sih mas, kami disini kan terdiri dari tim tim khusus sendiri tapi ya kalau sudah diforum rapat semua boleh punya usulan, kebetulan tim inti kami ini semua kan berasal dari Jogja yang kebetulan juga sekolah SMA nya di Jogja juga, plus nya lagi beberapa dari kami adalah orang yang aktif di sekolah masing masing kita, ada yang ketua osis ada yang jadi ketua angkatan, secara kebiasaan memang latarbelakang kami adalah sibuk sana sini haha ya namanya cah EO pasti isane mung wira wiri gowo HT haha, kebetulan memang ketemu dilingkungan pertemanan dan satu frekuensi maka jadilah kami sekarang, jadi memang sudah suka disini, suka membuat ide, suka membuat acara, kebiasaan kebiasaan itu menjadi hal bagus untuk berjalannya bisnis ini sih mas, ditambah tambah kami semua tau secara dalam bagaimana budaya sekolah sekolah beserta siswanya di wilayah Jogja khususnya, jadi data base kami kuat dan ya pasti jadi makin tajam aja kalau membaca pasar, yang outputnya adalah tadi tentang bagaimana kami ngemong anak anak SMA, kita tau gimana caranya gimana selanya ya memudahkan kami.

Peneliti	Oww Jogja semua to mas, sudah menang kandang brarti ya mas hehe kalau ini mas, secara pasti terprogramnya seperti apa bentuknya ?
Ghufron (Owner)	Kami punya yang namanya Gran Production Tools mas, kami bagi menjadi dua, satu online kemudian kedua offline, ya kita tau sendiri yang namanya dunia online sekarang gimana, gimana instagram seisinya, itu yang kami ambil manfaatnya secara peluang memang komunikasi ini menjadi yang menurut saya sangat pas kalau melihat perkembangan jaman dan pola komunikasi remaja saat ini, kalau yang offline ini ada kayak nyebar brosur itu tadi mas, kalau gak kita tempel poster di SMA SMA, sama ya tadi kita prospek si calon klien dengan pendekatan personal.
Peneliti	Kalau kaitannya dengan budget untuk mengembangkan bisnis, udah ada pos pos nya belum mas ? apa mengalir aja ?
Ghufron (Owner)	Kalau untuk rencana kedepan secara garis besar ada mas, tapi kalau terperinci dan sangat detail belum ada mas, sambil jalan melihat apa yang urgent dan perlu didahulukan maka kami ada kan anggarannya, tapi ya tidak terus tidak direncana sama sekali, kalau awal banget sih ya misal kayak butuh cetak pamflet atau poster itu udah kami tulis, kalau untuk yang personal selling ini sendiri gak begitu ada anggarannya mas, kalau ada calon klien yang minta

	ketemu ya kkita berangkat, kalau ada yang minta konsep ya kita bikinkan
Peneliti	Tapi penerapan personal selling nya gimana mas ? apa yang Gran Production lakukan dalam strategi ini ? step by step nya gimana gitu dilapangan ?
Ghufron (Owner)	Ada mas ada, sebelum kami menerapkan strategi ini, kami matangkan secara dapur dulu, kayak siapa yang menjadi target, sekolah mana yang jadi sasaran, siapa yang bertugas dalam kegiatan ini, mungkin nanti setailnya bisa dijelaskan sama Mas Reza, di tim dia ada beberapa tahap yang memang dirancang untuk setiap step nya. 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

Peneliti	<p>Kalau untuk event birthday party nya gimana mas ? apakah sama strateginya apa beda ? karna saya liat basis klien nya Gran kan anak anak sekolah jadi ya menurutku Gran punya juga dalam event birthday party ini hehe, bener gak mas ?</p>
Ghufron (Owner)	<p>ya 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. Yang jelas kalau udah kena di event promnite nya kita jadi punya akses lebih untuk sekalian masarin birthday party ini.</p>
Peneliti	<p>Oww gitu ya mas, kalau random gitu bisa gak sih mas ? kayak mungkin main ke cafe terus prospek disana gitu hehe</p>
Ghufron	<p>Ya sebenarnya bisa sih mas tapi ya susah kalau random, gak sistematis gitu terlalu sedikit kesempatan mendapatkan klien nya</p>

Peneliti	Bener sih mas hehe kembali ke yang tadi mas kayak perencanaan atau teknis lapangannya, gimana sih tahapan secara kronologisnya ?
Ghufton (Owner)	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.
Peneliti	Lebih ngeslow aja ya mas berarti ? gak yang terus bras bres pokoknya harus pakai Gran ?
Ghufron (Owner)	Ohhhh ya jelas itu mas, pertemuan pertama biasanya sangat kami manfaatkan untuk saling kenal dan kita bangun kedekatan emosionalnya, kita ajak bercanda kita yaa istilahnya ikutan jadi mereka, ngenomi lah mas gampangane, dengan harapan ya biar

	deket aja, ini lho ada EO yang kayak temenmu bisa bantu kamu bikin event blablaba, gitu mas
Peneliti	Haha wes ngroso tuwo po mas ?
Ghufron (Owner)	Yo rodo mas haha nek eling umur wes wayahe rabi ki haha
Peneliti	Waduh rabi abot abot hahaha
Ghufron (Owner)	Ora mas gojek haha obrolan obrolan awal dengan calon klien kami bikin santai tapi tetep harus digali info info mengenai calon klien, biar nanti di kegiatan kita selanjutnya udah ada bahan untuk nyusun yaitu merancang konsep mas, ini kita lakukan setelah bertemu calon klien, yang jelas dalam proses ini kita akan menyusun sebuah konsep berdasarkan informasi yang kita gali setelah pertemuan pertama itu tadi. Konsep kita susun dan kita siapkan per sekolah mas, jadi setiap sekolah bakal punya konsep berbeda satu dengan lainnya. Susahnya EO disitu mas, terus dipush tentang ide dan eksekusinya, kalau event nya sama promnite dan promnite ya kita harus banget bikin yang beda, walaupun disetiap perbedaan gak yang harus beda banget enggak, tapi kemasan permukaannya harus murni untuk satu klien saja, gitu mas.
Peneliti	Next nya seperti apa mas, maksudnya tadi kan secara informasi Gran sudah punya bahan untuk dijadikan ide ide event, nah biasanya setelah step ini Gran ngapain ?

<p>Ghufron (Owner)</p>	<p>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, intinya jadi lebih rinci aja mas tentang gambaran teknis lapangan kedepan, tapi masih kasar banget gitu belum yang matang banget. Nanti selanjutnya ada lagi.</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Kalau untuk teknis lapangan gambarannya kayak gimana mas ? yang ini tadi kan lebih ke ranah dapur pra eksekusinya, pas menuju eksekusinya gimana siklus di Gran sendiri ?</p>
<p>Ghufron (Owner)</p>	<p>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. Per event mas kami bagi biar masing masing pos tau kerjanya apa aja, ini yang kadang jadi tantangan kami, handle acara yang lumayan banyak, bahkan pernah kita itu garap 2 event dalam satu hari, ya pusing tapi hal itu bisa diatasi kalau koordinasinya baik pula hehe</p>

Peneliti	Wah wah ya agak repot juga ya mas kalau handle nya banyak dan bisa barengan gitu ?
Ghufron (Owner)	Iya mas tapi ya namanya nyambut gawe ya kudu tetep digas, klien adalah raja jadi yang mereka bayar itu jadi tanggung jawab pelayanan Gran ke mereka.
Peneliti	Mmmm yaya, kalau balik yang pertemuan tadi mas, kan gak mungkin ketemu sekali terus deal konsep dll, pasti tetep ada ketemu lagi setelah itu, itu kayak gimana mas prosesnya ?apakah presentasi apa gimana ?
Ghufron (Owner)	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. Biasanya kami ketemu yang kedua ini dalam jumlah masa yang cukup banyak, bahkan bisa sampek satu angkatan sekolah gitu ikut liat presentasi kita, kalau gak ya minimal semua panitianya aja yang ikut liat presentasi ini.
Peneliti	Tapi kalau gitu itu mereka biasanya langsung deal apa gak mas ?apa mereka nolak apa mereka ngasih banyak masukan ke Gran ?

<p>Ghufron (Owner)</p>	<p>Ya biasanya ya mas kalau udah sampek tahap ini kebanyakan sih mereka jadi makai jasa kami, karna emang prosesnya gak yang sistem tender kita saingan sama EO lain gitu tapi Gran langsung tembak mereka, ya itu tadi prospek secara langsung, ketemu langsung mungkin plus nya itu mas, nanti 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, langsung koordinasi crew mas yang jelas biar gak ribet aja, karna ya itu tadi kalau handel nya banyak kan yang jelas makin ribet nah ini kami harus kami siasati dengan persiapan yang matang.</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Yak yak prosesnya gitu ya mas, kalau tadi bahas handle banyak event, ini yang pasti tetap mungkin sedikit ada kendala dilapangan mas, itu gimana mas ? maksud ku pas dilapangan hari H gimana dari yang pernah ada ada ?</p>
<p>Ghufron (Owner)</p>	<p>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. Balik di obrolan</p>

	awal banget tadi, EO ini harus dapet perhatian dari khalayak ya dari eksekusinya mas, kalau eksekusinya oke jadi nilai plus kita bisa disaksikan oleh tamu undangan hehe
Peneliti	Misal ada kendala gitu gimana mas cara yah nenangin klien apa maintance setelah event nya gimana ?
Ghufron (Owner)	Ya kendala tetap pasti ada mas, gak mungkin lah event itu tanpa kendala sama sekali, pasti ada ntah skalanya kecil atau bahkan sampek bikin kacau dalam tanda kutip ya, ya kita tetap professional aja mas, kalau dari internal kami sih untuk semacam 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.
Peneliti	Tiap event harus ada evaluasi apa gimana itu mas ?

Ghufron (Owner)	Iya mas, paling gak ya ada sedikit pembahasan yang harus dijadikan bahan perbaikan kedepan, buat pembelajaran aja kok mas, biar tetap terjaga kualitasnyam karna susahnyanya disitu mas, tetap konsisten sama kualitas biar gak ngecewain klien klien kedepan.
Peneliti	Untuk kaitan maintance pasca event gimana mas ? kalau liat setelah acara mau itu sukses atau mungkin ada kendala gimana ?
Ghufron (Owner)	Ya tetap beberapa kami jaga mas, keep in touch walau sekedar follow akun ig gitu kadang ada yang kami sapa, ya jadi kayak temen aja mas, karna secara langsung apa tidak kedepan hal itu bisa jadi aset dan mungkin jejaring di Jogja khususnya.
Peneliti	Mmmm siap siap jos lah ya mas hehe sementara itu dulu ya mas, saya tak geser ke mas Reza, nanti detail detail kurangan mungkin bisa aku limpahin ke mas Reza yang tadi kaitannya dengan personal selling nya, thank you ya mas, sambil di maem lagi mas haha
Ghufron (Owner)	Haha siap siap nanti ngalir aja kalau ada tambahan lagi ya tinggal sumber sumber ke aku mas.

Lampiran
Transkrip Wawancara

Informan 1

Tanggal Wawancara : 04 Agustus 2018

Tempat : Home Base Gran Production

Identitas Informan

Nama : Reza Satria Putra

Umur : 23 Tahun

Jabatan : Manager Marketing

Hasil Wawancara

Peneliti	Halo Mas Reza, maaf tadi agak lama ini tanya tanya sama Mas Ghufron nya hehe
Reza (Marketing)	Siap mas santai aja, gimana gimana ada yang bisa tak bantu jawab gak ni ?hehe
Peneliti	Jelas ada mas haha tapi mungkin nanti kurang lebih garis besarnya sama mas kayak yang saya ajukan ke mas ghufron tadi, atau malah beberapa pertanyaan sama intinya hehe
Reza (Marketing)	Oke oke siap, tak jawab sesuai kapasitasku aja nanti mas

Peneliti	Yakyak, tak mulai ya mas, mungkin dari ini mas, mas Reza disini kan sebagai manager marketing dari Gran Production, nah untuk kaitan promosi Gran Production, bisa diceritain dikit dulu mungkin mas mengenai kegiatan dalam divisinya mas reza ?
Reza (Marketing)	Iya mas, saya disini yang mempunyai tanggung jawab penuh tentang laris atau tidak larisnya Gran, gampangya kayak gitu ya hehe tapi kalau secara tim ya yang jelas kami ada 4 orang inti dengan jobdesk masing masing, tapi tetap leadernya adalah ownernya Mas Ghufron, kalau secara tim gitu sih mas, mungkin kalau siapa yang berada dibawa saya ya ada satu dua orang yang secara jalan beberapa saya mintain tolong untuk dilapangan, tapi kalau secara dapur belakang rancangannya ada disaya sendiri mas.
Peneliti	Oke oke brarti cuman ada 1 orang ya mas secara crew inti ?
Reza (Marketing)	Iya mas, walaupun penerapannya ya fleksibel, siapa aja boleh ngasih masukan lintas divisi, back up back up mas, karna kalau terlalu banyak orang dalam tim juga jatuhnya kurang efektif mas, menurut kami gitu sih.
Peneliti	Siap siap, kalau ini mas terkait tadi strategi promosi Gran production gimana ceritanya ? kok bisa sampai punya strategi personal selling ? siapa pencetusnya apa hasil evaluasi tadi yang dilakukan rutin oleh Gran ?

<p>Reza (Marketing)</p>	<p>Kalau prosesnya, mungkin kalau ditarik dari awal banget ya bener mas ada hasil dari evaluasi evaluasi yang ada ditahun tahun sebelumnya, prosesnya cukup panjang mas kalau mau dijabarin rinci banget, tapi yang jelas ide ini adalah hasil dari proses kami memahami pasar bisnis ini, bagaimana EO ini harus dijual di Jogja khususnya, pemilihan ini juga aslinya sudah kami jalankan ditahun sebelum 2017 tapi belu yang terprogram, jadi terlihat kurang sistematis dan ya hasilnya kurang maksimal, maka nya wah ini kalau gak dirapikan secara matang strateginya eman eman, dari yang sudah sudah ini menjadi bahan yang baik untuk diterapkan dan sayang kalau gak dipakai, ya terbukti ditahun 2017 peningkatan jumlah klien meningkat lumayan banyak dari tahun tahun sebelumnya, secara simpel sih berhasil mas tapi ya gak menutup kemungkinan ada cela untuk gagal dalam prosesnya, tinggal pinter pinter kita aja kok mas hehe</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Terus pada perjalanan tadi, dari mas dan tim memutuskan untuk pakai strategi promosi khususnya di personal selling nya gitu ya mas ?</p>
<p>Reza (Marketing)</p>	<p>Iya mas bener, ya namanya bisnis kalau klien udah meningkat kan pasti yang dikejar profitnya mas, jadi kita pertahanin penerapan seperti ini.</p>

Peneliti	Oke baik baik mas, kalau dalam perencanaan tadi gimana mas ? tadi sempet disinggung sama mas Ghufron kalau ada tahap tahap yang mas Reza bikin dalam proses berkomunikasi dengan klien ?
Reza (Marketing)	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. Kemudian kalau pedoma tahap ada mas, dan saya yang nyusun tahapannya, buat patokan aja sih mas kalau itu, selebihnya kami orang EO dituntut untuk bisa berimprove dengan baik dalam berbagai situasi.
Peneliti	Kalau dari segi persiapan gimana mas ? apakah ada juga strategi lain diluar personal selling ?
Reza (Marketing)	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

	<p>luar devisi marketing ya juga ikutan ada andil, ada mas tapi ya belum terfokus disitu, paling cuman penyebaran poster dan pamplet dibeberapa sekolah, karna instrumen nya masih terfokus dipersonal selling kayak memperdalam siapa target pasar kita, gimana eksekusi pesannya, gitu mas</p>
Peneliti	<p>Secara teknis dalam pemilihan target ketentuannya kayak gimana mas ? terus output dalam penyampaian pesannya seperti apa ?</p>
Reza (Marketing)	<p>Kalau dari awal banget kami bikin rencana mas, sebelum bergerak menyasar ke pasar, kami pilih siapa aja yang akan kami tuju, 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, lebih pertimbangan dari sisi budaya dan finansial sih mas.</p>
Peneliti	<p>Oke oke mmm, kalau yang tadi mas kayak nyebar poster dan pamplet tadi eksekusinya seperti apa ?</p>
Reza (Marketing)	<p>Bahasa motivator nya ibarat gini mas hehe, 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</p>

	<p>yang sudah kita sasar. Kalau udah ada kontak dari mereka baru kita follow up terus mas. Selain penyebaran poster dan pamphlet tadi kami juga upload upload bahan disosial media mas, tapi sama gambarnya kayak yang dioffline tadi, cuman beda saluran media aja hehe balik ke tadi 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.</p>
Peneliti	<p>Hehe siap siap, ya bener juga ya mas, namanya bisnis pasti tetap harus kita yang aktif gerak melakukan penjualan, kalau gak ya pasti kurang banyak penjualannya, yang kaitannya dengan finansial dan budaya tadi gimana ya mas apa ya, ya semacam tolak ukur Gran dalam bikin, sekolah A, B, C masuk target yang lain enggak ?</p>
Reza (Marketing)	<p>Sebenarnya untuk hal itu kami juga gak terus yang melakukan riset pasar dengan serius mas, selain budgetnya pasti banyak dan disisi lain kami kami yang berasal dari Jogja lebih faham medan dan lingkungan sekolah sekolah yang ada di Jogja, menurut saya trendnya masih sama tiap generasi jadi ya lebih mudah aja mas bacanya, dari event lomba mungkin kalau gak ya sekolah ini terkenal gimana, sekolah lain gimana, awal banget sih kita</p>

	<p>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 promnrite kita cari tahu ketua osis nya siapa. biasanya ketua osis mempunyai kemampuan dalam membuat sesuatu, karna ya susah dipungkiri mas namanya labeling ya gak jauh jauh dari itu pasti budaya dan pola anak anak SMA nya.</p>
Peneliti	<p>Mmm masuk akal sih mas, aku ya tau SMA neng Jogja jadi ya sedikit banyak pasti tau tentang lingkungan sekolah di Jogja haha</p>
Reza (Marketing)	<p>Iya to mas, menang kandang tapi ya jangan lengah sebagai tuan rumah, gampang e gitu mas hehe</p>
Peneliti	<p>Oke mas lanjut ya ke pertanyaan selanjutnya, tadi udah bikin list sekolah terus nyebarin poster poster, setelah itu apa yang menjadi konsen Gran ?</p>
Reza (Marketing)	<p>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, selanjutnya kita proses follow up klien, kita usahakan untuk</p>

	<p>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.</p>
Peneliti	<p>Untuk tahap pendekatan kan sudah ya mas, kemudian dalam proses pertemuan gimana ? mungkin sekolah satu dengan sekolah lain punya budaya yang berbeda, yang mungkin jadi acuan Gran untuk merubah cara cara dalam pendekatannya ?</p>
Reza (Marketing)	<p>Sebenarnya kayak gitu sebenarnya sembari jalan aja sih mas, cuman ya mungkin ni ya menurutku namanya anak SMA yang bisa dikatakan lagi labil, kita lebih bisa ngemong aja, njawani sebagai orang ke orang, kita anggep mereka temen jadi santai gitu proses komunikasinya, kemudian kalo untuk 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. Ngobrol santai wae sih mas kayak kita sekarang kan enak enggak kaku saling sharing lebih enak aja hehe</p>

	<p>pokoknya di 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.</p>
Peneliti	<p>Jadi emang dibikin ngeslow banget ya mas ? pelan pelan tiap stepnya, terlihat tidak seperti terencana tapi sebenarnya ini sangat direncanakan disetiap part tahap itu tadi, oke oke siap, kemudian next dari marketing sendiri ngapain lagi mas kalau bahan buat presentasi udah ada, info info tentang klien udah ada, yang mas Reza lakukan kayak gimana ?</p>
Reza (Marketing)	<p>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, sekolahan atau individual. kalo sekolahan kita lihat dulu anak-anak yang disekolahan 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. Kita liat nih mas</p>

	<p>celahnya dimana, harus kuat dikonsep apa penarik secara penawaran harga gitu, 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 gambaran nya seperti apa midle juga, yang high nanti kita jelasin semua gimana konsepnya. Kita juga liatin track record kita klien-klien kita dulu penyelenggaraan nya seperti apa.</p>
Peneliti	<p>Fleksibel banget ya brarti mas untuk proses prospek dan pendekatannya, secara rencana dan pelaksanaan kurang lebih udah faham gimana siklus Gran dalam pola komunikasi ke klien klien nya, tapi anu ya mas kayak persiapan pas presentasi gimana mas ? jelas bawa materi konsep beserta harga nya, selain itu mungkin ada strategi yang disiapkan ?</p>
Reza (Marketing)	<p>Ya selanjutnya presentasi didepan klien dan memungkinkan terdapat revisian, kita harus siap itu. 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 siap sebelum melakukan presentasi, seperti menentukan siapa yang mempresentasikan, menggunakan kostum pakaian apa, ya pokoknya tentang pra perform di hadapan mereka</p>

	<p>mas, seperti simpel banget tapi itu penting mas, namanya berhadapan dengan orang lain apalagi dihadapan calon klien atau klien, cover kita harus oke dulu, wangi mungkin hehe</p>
Peneliti	<p>Terus proses menuju dealing, oke kita pakek jasa Gran seperti gimana mas ?</p>
Reza (Marketing)	<p>Kayak tadi mas Ghufro bilang juga, kalau udah sampek tahap ini ya bisanya hampir 90 persen pasti deal mas, cuman ya masih ada revisi konsep dll nya. Biasanya di saat presentasi kedua itu kita fokus ke produk yang mau ditawarkan mas, jadi sedemikian mungkin sudah kita kemas kebentuk 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. Lagi lagi soal 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</p>

Peneliti	<p>Mmm yaya, oke mas saya coba tarik benang merahnya, kalau kaitan dengan penjualan produk pasti sebagai manager marketing punya cara cara khusus atau apa ya, siasat mungkin biar proses jual beli nya lancar, proses setelah dealing juga tidak terkendala secara pembayaran atau bahkan sampai pelunasan, itu gimana mas ? sebagai manager marketing Gran production, yang mas Reza lakukan kayak gimana ?</p>
Reza (Marketing)	<p>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, sejauh ini sih cuman itu mas, karna mungkin ya klien kita kan anak muda jadi ya masih takut takut soal ini, masuk akal juga mungkin karna uang yang mereka keluarkan juga gak sedikit, mungkin panitia juga punya beban tanggung jawab moral ke satu angkatannya, kami jamin amannya sih dengan termin termin tadi mas, jadi gak langsung lunas, bahkan dibeberapa kasus DP mereka relatif kecil kalau diliat dari total transaksi jasanya, kami percaya pasti sana juga akan lebih percaya mas hehe</p>

Peneliti	Bagian dari servis Gran ke mereka ya mas soal percaya ini, hal yang rawan juga sih, sensitif kalau udah dikecewakan pasti citra EO juga turun ya mas.
Reza (Marketing)	Pasti mas, itu udah jadi resiko di dunia EO, apapun deh gak cuman EO, transaksi menjadi hal yang sangat menjadi jaminan bagi citra perusahaan.
Peneliti	Yakyak, tadi ngomongin masalah DP mas, kalau DP udah dikasih, jelas tim langsung bergerak dengan berbagai rencana rencana yang ada, jaminan suksesnya seperti apa mas gambarannya ?
Reza (Marketing)	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.
Peneliti	Lebih ke prepare menuju hari H ya mas, tapi kayak tadi mas, misal Mas Ghufro bilang tentang zero mistake, itu dalam perencanaan

	dan pelaksanaan kan ada hal hal yang tidak sesuai, tiktok antar tim gimana mas ?
Reza (Marketing)	Setelah semua persiapannya siap, tentu yang kita tunggu adalah hari H pelaksanaan ya mas. Disitu kita lakuin 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 diatasin, overall dengan koordinasi maksimal pasti bisa diatasin. Yah buat pembelajaran juga buat kedepannya. Tapi sejauh ini klien pasti puas dengan hasil yang kita kasih, walaupun pasti ada saranlah untuk perbaikan kedepannya. Untuk sempurna juga susah mas, yakin deh haha
Peneliti	Tetep ada kendala ya brarti mas, kalau diliat dari skalanya juga susah banget kalau semua yang hadir merasa terpuaskan, minimal aja dari panitia ya mungkin mas ?
Reza (Marketing)	Iya mas, tetep kritik pasti ada, dan ya kadang ada yang enak ada yang gak enak, diterima aja hehe ojo baperan wae pokoke haha
Peneliti	Haha siap siap, setelah eksekusi hari H tadi mas, pasti ada pasca nya kan ya, dari mas sendiri ada gak keep in touch ke mereka ?minimal banget sama ketua panitia deh hehe

<p>Reza (Marketing)</p>	<p>Kalau secara kontak nomer hp lah itu kita keep, semua klien kita bahkan, kita arsipkan datanya. Utamanya nomer kontak tadi ada beberapa juga yang saling follow sama crew inti kami, biasanya kita menyapa saja seperti seorang teman bertanya kabar. menanyakan kesibukan dan meminta untuk merekomendasikan party planner kita. Nanti untuk imbalanya kita kasih succses fee kepada klien tersebut senilai berapa gitu. Bikin jejaring sih mas, beberapa freelance kita pernah pakai mantan panitia yang dulu handle sekolah mereka, tapi gak banyak cuman satu dua aja.</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Bener sih mas, nyari temen itu emang gak ada ruginya kok, jaman sekarang kalau banyak musuh makin kecil lingkup kita ya mas hehe</p>
<p>Reza (Marketing)</p>	<p>Yak mas bener banget</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Terakhir mas, sama pertanyaan dengan Mas Ghufron tadi, soal evaluasi pasca event secara internal, itu kayak gimana mas, khususnya didivisi mas Reza ya ?</p>
<p>Reza (Marketing)</p>	<p>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</p>

	<p>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.</p>
Peneliti	<p>Yak yak baik, oke mas gitu dulu wawancaranya hehe makasih banget mas udah nyempetin waktu buat kesempatan ini, doain lancar skripsi ku ini mas</p>
Reza (Marketing)	<p>Siap siap mas sama sama hehe, amin amin pasti lancar mas haha tinggal pie dosen e to haha</p>
Peneliti	<p>Hahaha ya kuwi mas masalah e, yawes mas sementara itu dulu yak, matuw nuwun.</p>
Reza (Marketing)	<p>Sami sami mas.</p>