

BAB IV

PEMBAHASAN

PT Gramasurya adalah Perusahaan yang bergerak di bidang jasa percetakan dan penerbitan. Produk yang ditawarkan beragam. Mulai dari Al-Qur'an, kalender, buku ajar, buku wisuda, buku bacaan, majalah, brosur, stopmap, buku tabungan, modul, paper bag, map vinyl, dll. Selain itu, PT Gramasurya juga menyediakan produk perdagangan seperti mug, tumbler, tas kain, kalung wisuda, toga, dll.

4.1 Penerapan Katalog sebagai Media Promosi di PT Gramasurya

Saat ini, jenis promosi yang dilakukan oleh PT Gramasurya adalah menggunakan jenis *personal selling* dan *direct marketing* di mana pada Tim marketing bagian *account executive* bertugas untuk menawarkan produk setiap hari. Pada kegiatan *personal selling*, mereka berkeliling mengunjungi tempat seperti sekolah, pondok pesantren, rumah sakit, dan bank. Kegiatan *Personal selling* tersebut berperan penting dalam menjelaskan produk, memberikan informasi secara detail, dan menjawab pertanyaan pelanggan. Saat proses penawaran produk kepada calon konsumen, *account executive* menggunakan bantuan media promosi berupa katalog fisik. Katalog fisik tersebut berisi daftar informasi tentang produk-produk yang dijual, sehingga pembeli dapat melihat dengan jelas mengenai produk yang ditawarkan oleh PT Gramasurya mengingat jenis produk yang dijual cukup banyak.



Gambar 4. 1 Katalog Fisik PT Gramasurya

Selain mendatangi konsumen secara langsung, *account executive* juga menghubungi calon pelanggan dengan menggunakan aplikasi whatsapp dan email. Hal ini dilakukan pada saat sudah ditemukan kesepakatan pembelian oleh konsumen Ketika bertemu *account executive*. Setelah dilakukan kesepakatan pembelian, *account executive* belum bisa memasang harga yang pasti dari produk yang ditawarkan karena masih harus ditentukan spesifikasinya. Seperti misalnya buku ajar, harga menyesuaikan ketebalan dan jenis kertas yang digunakan. Sehingga dalam hal ini, perlu dilakukan komunikasi ulang dengan pelanggan menggunakan media *whatsapp*.

Selain meneruskan kesepakatan pembelian, komunikasi dengan whatsapp juga untuk menawarkan produk ke konsumen dengan jarak jauh. Pada proses ini, *account executive* menggunakan media katalog online berbentuk file pdf. Katalog tersebut dikirimkan melalui whatsapp. Pada penggunaan katalog tersebut, calon konsumen cukup terbantu karena dapat mengetahui produk yang

ditawarkan Perusahaan. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu, penggunaan katalog fisik maupun katalog online berbentuk file pdf tersebut dirasa kurang efektif dan efisien.

4.2 Permasalahan dan Solusi terkait dengan Media Promosi di PT Gramasurya.

Seiring berjalannya waktu di saat kemajuan digital seperti saat ini, penggunaan katalog fisik mulai menghadapi tantangan dalam hal efisiensi dan efektivitas. Banyak pelanggan yang lebih memilih akses informasi secara cepat dan praktis melalui perangkat digital. Katalog fisik dirasa kurang menarik bagi sebagian besar *audiens*.

Perubahan perilaku konsumen tersebut menunjukkan bahwa yang mereka inginkan adalah informasi yang dapat diakses secara mudah dan cepat. Selain itu, pengalaman yang interaktif juga menjadi alasan pelanggan menginginkan perubahan tersebut.

Dalam konteks PT Gramasurya, penggunaan katalog fisik dan katalog online berbentuk pdf dirasa kurang tepat. Dari segi kepraktisan, jika ada informasi mengenai produk yang sudah tidak digunakan lagi maka harus adanya perubahan data. Proses ini memerlukan waktu, belum lagi untuk katalog fisik harus mencetak ulang katalog yang baru. Juga pada katalog online pdf, jika ada perubahan data, berarti harus mengubah file yang di mana memerlukan ruang penyimpanan yang cukup pada telepon seluler. Selain itu, penggunaan katalog fisik juga kurang menjangkau

konsumen di area luar yang tidak di datangi langsung oleh *account executive*. Sehingga lingkup penyebarannya terbatas.

Cara yang dapat dilakukan PT Gramasurya adalah mengganti bentuk media promosinya. Media promosi yang dapat digunakan adalah web katalog. Web katalog dapat menjadi solusi yang sangat relevan, Ada beberapa keuntungan yang di dapat jika menggunakan web katalog dibanding katalog fisik maupun katalog berbentuk pdf. Dengan adanya web katalog, PT Gramasurya dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas secara global, tanpa batasan geografis. Pelanggan dapat mengakses informasi produk kapan saja dan di mana saja, memberikan kenyamanan yang tidak bisa ditawarkan oleh katalog fisik.

Selain itu, web katalog dapat diubah sewaktu-waktu , sehingga setiap perubahan harga atau spesifikasi produk dapat langsung diterapkan tanpa perlu mencetak ulang dibanding katalog fisik maupun katalog bentuk pdf yang memerlukan penyimpanan setiap mendownload file. Web katalog juga menyediakan pengalaman interaktif yang menarik bagi pengguna, dengan fitur pencarian yang memudahkan pelanggan menemukan produk yang mereka butuhkan.

Fitur pencarian dalam web katalog juga memungkinkan tersambung dengan berbagai media sosial yang dimiliki PT Gramasurya seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Tiktok. Selain kemudahan fitur, desain yang menarik membuat pengunjung merasa nyaman saat menjelajahi produk yang ditawarkan. Dari segi

biaya operasional, memproduksi web katalog jauh lebih rendah dibandingkan dengan katalog fisik. Sehingga, PT Gramasurya dapat mengalokasikan anggaran tersebut untuk kegiatan pemasaran lainnya.

Dari keunggulan web katalog tersebut, penulis mencoba membuat web katalog untuk PT Gramasurya. Dimulai dari perencanaan, proses mendesain, hingga saat link dibagikan. Pembuatan web katalog bisa dilakukan dengan berbagai macam aplikasi ataupun *software*. Salah satu aplikasi yang mudah dan umum digunakan untuk mendesain adalah Canva.

Hal pertama yang dilakukan penulis adalah mengumpulkan bahan yang akan digunakan dalam web katalog. Dimulai dari mengumpulkan file foto produk yang sudah ada dan memfoto langsung produk yang sekiranya membutuhkan foto ulang. Setelah bahan terkumpul, lalu membuka aplikasi Canva. Aplikasi tersebut dapat diakses menggunakan ponsel dengan cara menginstall, ataupun dapat diakses pada website menggunakan PC/ laptop.



Gambar 4. 2 Logo Canva

Langkah pertama adalah dengan membuat akun atau *log in* jika sudah memiliki akun Canva. Selanjutnya, memilih menu *land page* untuk menentukan ukuran yang sesuai, yaitu pada ukuran 1366 x768 px. Dalam proses mendesain web katalog, dapat menggunakan elemen-elemen yang telah disediakan oleh canva. Terdapat banyak jenis elemen yang dapat diakses secara gratis.

Dalam proses mendesain web katalog ini, penulis menggunakan ikon yang sederhana berupa bentuk dasar dengan mencari kata "*shape*" pada menu *element*. Setelah pemilihan elemen desain ditentukan, kemudian menginput foto-foto yang sebelumnya sudah disiapkan. Untuk membuat kesan tampilan yang lebih menarik, beberapa foto dibuat dalam bentuk *mockup*. Pembuatan *mockup* ini menggunakan *software* tambahan yaitu Photoshop. Selain pemilihan elemen dan penggunaan *mockup*, foto dapat diberi efek bayangan. Caranya dengan mengklik pada menu *element* dan mencari kata "*shadow*".

Hal yang perlu diperhatikan selanjutnya adalah pemilihan warna untuk tema web katalog ini. Warna yang dipilih adalah warna orange dan biru, sesuai dengan warna pada logo Perusahaan.



Gambar 4. 3 Proses pembuatan Web Katalog

Isi dari konten web katalog tersebut adalah produk produk cetak seperti Al-Qur'an, Kalender dinding, Kalender meja, Buku Wisuda, Buku Kenangan, Buku Tulis, Buku Ajar, Buku Agenda, Buku Tabungan, Stopmap, Majalah, Brosur, Packaging. Selain itu, juga terdapat produk perdagangan yaitu Baju toga wisuda, *Paper Bag*, Tas kain, Seminar Kit, Plakat, Mug, Tumbler, Payung, dan peralatan kantor seperti lanyard, Co Card, dan *Flash disk*.

Selain berisi daftar produk, web katalog ini juga memiliki menu yang tersambung langsung ke media sosial PT Gramasurya. Media sosial tersebut adalah Instagram dan Facebook.



Gambar 4. 4 Tampilan Web Katalog pada Laptop/PC



Gambar 4. 5 Tampilan Web Katalog pada Ponsel

Web katalog ini dapat diakses dengan menggunakan ponsel maupun laptop/PC. Caranya dengan menyalinkan link kemudian dibagikan. Berikut adalah link web katalog PT Gramasurya yang telah dibuat <https://ptgramasurya.my.canva.site/>.

Meskipun web katalog dapat menjadi sebuah solusi dari permasalahan yang ada, masih ditemukan beberapa kekurangan dari web katalog ini. Kekurangan web katalog ini yaitu belum disertai dengan keterangan harga dan spesifikasi produk. Hal ini dikarenakan untuk pemberian harga pada produk masih menyesuaikan dengan jenis pesanan. Seperti misalnya buku ajar, harus menyesuaikan tebal tipisnya halaman dan jenis kertas yang digunakan. Jadi, jika ingin menanyakan lebih lanjut terkait dengan harga, pembeli dapat menghubungi Whatsapp Center Perusahaan.

Selain itu, tantangan menjaga konsistensi serta pembaruan data juga menjadi salah satu kendala dalam pelaksanaan web katalog pada

PT Gramasurya. Tim harus terus mengupdate isi web katalog sehingga dibutuhkan konsistensi dan tanggungjawab untuk menjaga keakuratan produk. Kendala operasional yang dapat terjadi adalah keterampilan dan sumber daya manusia.

Pada proses pembuatan dan pemeliharaan web katalog diperlukan keterampilan mendesain dan teknis yang baik. Ini menjadi tantangan bagi tim marketing mengingat sebelumnya masih menggunakan katalog fisik.

Dengan ditemukannya kelebihan penggunaan web katalog sebagai media promosi diharapkan mampu mengoptimalkan kerja media promosi di PT Gramasurya, Selain itu, dibutuhkan proses penyesuaian dari penggunaan katalog yang sebelumnya menggunakan katalog fisik ke digital.