



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Produk yang dihasilkan

Produk menurut Kotler dan Keller (2016:389), adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Produk dibagi menjadi 10 kategori termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, manusia, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Berkat Jaya Glassing adalah usaha dibidang jasa dan produk material bahan bangunan khususnya Kaca dan Aluminium yang mana memberikan kualitas barang dan pelayanan yang terbaik dengan harga terjangkau.

Pelayanan yang kami berikan merupakan yang terbaik dimulai dari pemilihan bahan baku yang terbaik dengan harga terbaik dikelasnya mengingat pembangunan sedang marak dilakukan sehingga kami harus mengambil langkah cepat dalam mengambil hati konsumen atau pelanggan yakni dengan memberikan harga terbaik pada kualitas yang diberikan, disamping itu pelayanan baik dari kami berupa jasa *pre* maupun *post service* yang mana kami memberikan *free design* awal diluar revisi sehingga para calon pelanggan merasa diuntungkan dari program ini, ditambah after sales service yang diberikan yang mana Berkat Jaya Glassing akan terus membantu para pelanggan untuk memaintain atau memelihara proyek yang Berkat Jaya Glassing kerjakan sehingga Garansi yang diterima konsumen merupakan Garansi jangka panjang.

Berikut beberapa contoh dari proyek pengerjaan yang telah dilakukan oleh Berkat Jaya Glassing :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

**Gambar 4. 1**

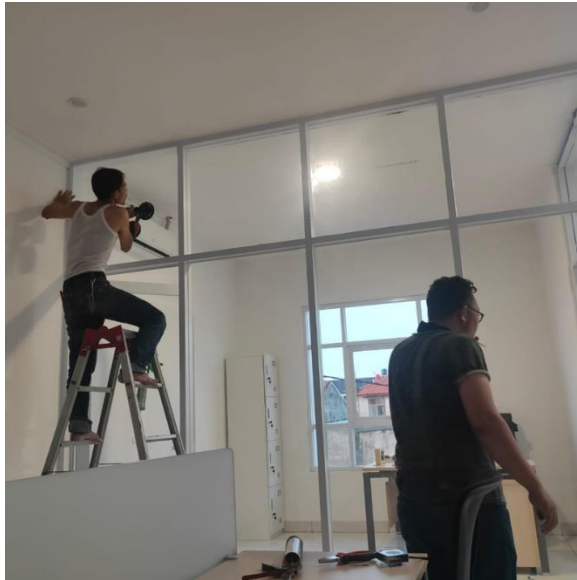
**Pengerjaan Kusen Aluminium dan Kaca**



**Sumber : Berkat Jaya Glassing**

**Gambar 4. 2**

**Proses Pemasang Kaca**



**Sumber : Berkat Jaya Glassing**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 4.3

### Pengerjaan Jendela Rumah



Sumber : Berkat Jaya Glassing

#### C

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

### B. Gambaran Pasar

Dalam mendirikan suatu usaha, seorang pengusaha harus dapat memproyeksikan gambaran pasar atau ramalan penjualan yang akan terjadi selama lebih kurang 3 – 5 tahun kedepan, hal ini dapat diukur dari trend yang ada atau banyak faktor lainnya, berikut gambaran pasar atau ramalan penjualan yang diproyeksikan oleh Berkat Jaya Glassing tahun 2024 – 2028 dengan *pricelist* sebagai berikut :



**Tabel 4. 1**

**Price List Berkat Jaya Glassing**

No.	Kode Barang	Jenis & Spesifikasi	Harga /Meter	
1	p3mm	Polos, Ketebalan 3 mm	IDR	120,000.00
2	p5mm	Polos, Ketebalan 5 mm	IDR	200,000.00
3	p6mm	Polos, Ketebalan 6 mm	IDR	280,000.00
4	p8mm	Polos, Ketebalan 8 mm	IDR	380,000.00
5	p10mm	Polos, Ketebalan 10 mm	IDR	450,000.00
6	p12mm	Polos, Ketebalan 12 mm	IDR	600,000.00
7	p15mm	Polos, Ketebalan 15 mm	IDR	2,000,000.00
8	c3mm	Cermin, Ketebalan 3 mm	IDR	220,000.00
9	c5mm	Cermin, Ketebalan 5 mm	IDR	380,000.00

**Sumber : Berkat Jaya Glassing**

Berdasarkan *pricelist* atau daftar harga diatas yang ditawarkan oleh Berkat Jaya Glassing berikut adalah proyeksi estimasi pendapatan perbulan pada tahun 2024 – 2028 dengan rincian sebagai berikut :

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 4. 2**

**Proyeksi Pendapatan Perbulan tahun 2024**

Proyek	Total Omset
Renovasi Jendela Uk. Total 40 m <sup>2</sup> p10mm	IDR 18,000,000.00
<i>Shower Case</i> 2x2 Meter p15mm	IDR 8,000,000.00
Ruko Uk. Total 150 m <sup>2</sup> p10mm	IDR 67,500,000.00
Jendela Rumah Uk Total 60 m <sup>2</sup> p8mm	IDR 22,800,000.00
Estimasi Pendapat Perbulan 2024	IDR 116,300,000.00

**Sumber : Berkat Jaya Glassing**

**Tabel 4. 3**

**Proyeksi Pendapatan Perbulan 2025**

Proyek	Total Omset
Ruko Uk. Total 90 m <sup>2</sup> p10mm	IDR 40,500,000.00
Renovasi Jendela Uk. Total 5 m <sup>2</sup> p8mm	IDR 1,900,000.00
Jendela Rumah Uk. Total 40 m <sup>2</sup> p8mm	IDR 15,200,000.00
Jendela Bahan Cermin Uk. Total 50 m <sup>2</sup> c5mm	IDR 19,000,000.00
Kaca Café Uk. 4x3 Meter p15mm	IDR 24,000,000.00
Shower Case Uk. Total 5x3 Meter p15mm	IDR 30,000,000.00
Estimasi Pendapatan Perbulan 2025	IDR 130,600,000.00

**Sumber : Berkat Jaya Glassing**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 4. 4**

**Proyeksi Pendapatan Perbulan 2026**

Proyek	Total Omset
Pintu Kaca Kantor Uk. Total 120 m <sup>2</sup> p8mm	IDR 45,600,000.00
Jendela Rumah Uk. Total 15 m <sup>2</sup> p8mm	IDR 5,700,000.00
Tender Kaca Gedung Uk. Total 600 m <sup>2</sup> p15mm (Kontrak Setahun)	IDR 100,000,000.00
Estimasi Pendapatan Perbulan 2026	IDR 151,300,000.00

**Sumber : Berkat Jaya Glassing**

**Tabel 4. 5**

**Proyeksi Pendapatan Perbulan 2027**

Proyek	Total Omset
Tender Kaca Gedung Uk. Total 400 m <sup>2</sup> p15mm (Kontrak Setahun)	IDR 70,000,000.00
Interior Kantor Uk. Total 300 m <sup>2</sup> p12mm	IDR 180,000,000.00
Estimasi Pendapatan Perbulan 2027	IDR 250,000,000.00

**Sumber : Berkat Jaya Glassing**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 4. 6**

**Proyeksi Pendapatan Perbulan 2028**

Proyek	Total Omset
Proyek Jendela Perumahan 20 rumah @20m <sup>2</sup> Uk. Total 400m <sup>2</sup> p10mm	IDR 180,000,000.00
Proyek Cermin Perumahan 20 rumah @3x3 Meter Uk. Total 180m <sup>2</sup> 5mm	IDR 68,400,000.00
Estimasi Pendapatan Perbulan 2028	IDR 248,400,000.00

**Sumber : Berkat Jaya Glassing**

**Tabel 4. 7**

**Proyeksi Pendapatan Berkat Jaya Glassing tahun 2024 – 2028**

(dalam Rupiah)

Tahun	Pendapatan (Rp)
2024	1.395.600.000
2025	1.567.200.000
2026	1.815.600.000
2027	3.000.000.000
2028	2.980.000.000

**Sumber : Berkat Jaya Glassing**

Dari **tabel 4.2** hingga **tabel 4.6** diatas meramalkan estimasi atau perkiraan penjualan yang akan terjadi selama 5 tahun kedepan yang mana pada tahun ke 2 dan seterusnya nilai penjualan meningkat sebesar 15% - 20% setiap tahunnya menurut pertimbangan penulis, maka dari itu pada setiap tahunnya dapat disimpulkan bahwa penjualan dan minta konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Berkat Jaya Glassing mengalami peningkat, hal ini juga diiringi dengan banyaknya pembangunan yang terus bertambah di Indonesia sehingga

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membuat Rencana Bisnis Pendirian Usaha Berkat Jaya Glassing dapat dikatakan memiliki masa depan yang cerah.

### C. Target Pasar yang Dituju

Sebelum memulai suatu bisnis atau usaha alangkah lebih baik jika pelaku bisnis menentukan target pasar yang akan dituju sehingga dapat menentukan pasar yang lebih berpotensi yang menjadi fokus dari perusahaan. Segmentasi pasar itu sendiri merupakan pembagian pasar menjadi kelompok – kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau sifat yang memerlukan produk dan strategi pemasaran masing – masing secara berbeda satu dengan lainnya.

Strategi pengelompokan target pasar dapat dikelompokkan berdasarkan segi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Berikut pembagian segmentasi pasar dari Berkat Jaya Glassing :

#### 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi Geografis ini pada umumnya membagi pasar menjadi unit – unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim, dan pemukiman. Pada segmentasi ini Berkat Jaya Glassing memilih Cileungsi Bogor sebagai lokasi workshop dikarenakan Bogor merupakan kota yang dekat dengan ibukota yang dilansir pada <https://www.mployee.id/daftar-umk-seluruh-kota-pulau-jawa/> memiliki tingkat UMP yang tidak begitu tinggi yaitu di angka Rp 4.130.249 ditambah dengan lokasi *supplier* juga mendekati area kota Bogor sehingga menjadi Cileungsi Bogor ini merupakan salah satu kandidat lokasi yang tepat untuk menjadi lokasi workshop pertama kami.





Disamping itu pada era industri 4.0 ini juga Berkat Jaya Glassing banyak melakukan kegiatan pemasaran secara daring (*Online*) melalui whatsapp maupun mediasosial seperti IG, Tiktok dan Facebook serta memiliki toko *online* pada Tokopedia dan Shopee sehingga hal ini lebih memudahkan *Customer* untuk menghubungi kami dimanapun dan kapanpun.

### Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis mengelompokkan pasar menjadi beberapa variabel yang berbeda seperti usia, pendapatan dan jenis kelamin sehingga membuat Berkat Jaya Glassing memiliki Segmentasi pasar pada usia dewasa baik laki – laki maupun perempuan hal ini dikarenakan pada usia dewasa inilah kita sebagai manusia mulai mempersiapkan dan memperhatikan pembangunan, baik untuk pembangunan rumah, renovasi rumah, pembangunan tempat usaha dan banyak hal lainnya.

### 3. Segmentasi Psikologis

Segmentasi Psikologis membagi masyarakat menjadi kelompok – kelompok berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian, yang mana dalam hal ini Berkat Jaya Glassing menargetkan calon pelanggan yang berasal dari orang – orang dengan ekonomi yang stabil yang ingin membuat rumah, tempat usaha, renovasi rumah atau tempat usaha dan lain sebagainya.

### 4. Segmentasi tingkah laku

Segmentasi tingkah laku ini mengelompokkan konsumen berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan dan reaksi mereka terhadap suatu produk atau jasa, maka

dari itu Berkat Jaya Glassing memberikan kualitas produk yang terbaik sehingga dapat memuaskan seluruh pelanggan yang membeli produk dan menggunakan jasa kami.

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## D. Strategi Pemasaran

### 1.

#### **Differentiation**

*Product Differentiation* atau diferensiasi produk adalah sebuah strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang mana memberikan hal yang berbeda pada produk yang merupakan pesaingnya, dalam hal ini Berkat Jaya Glassing memberikan layanan jasa design 3d gratis pada konsultasi pertama sehingga menarik banyak minat pembeli yang ingin menggunakan jasa dari Berkat Jaya Glassing.

#### **Positioning**

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong dalam buku mereka yang berjudul *Principles of Marketing*, “*Product Positioning is the way a product is defined by consumers on important attributes*” dengan kata lain *product positioning* adalah penempatan *merk* produk kedalam pikiran konsumen.

Dengan promosi menarik yang dilakukan diawal yakni dengan memberikan jasa design 3d gratis pada calon pelanggan yang ingin menggunakan jasa kami, membuat Berkat Jaya Glassing lebih dilirik oleh para calon pelanggan, karena seperti yang diketahui jasa design 3d merupakan sebuah keterampilan intelektual yang tentunya akan memakan biaya yang cukup tinggi bila jasa ini dijual, dengan adanya promosi penyedia jasa design 3d gratis ini membuat brand Berkat Jaya Glassing ini sendiripun lebih mudah diingat oleh calon pelanggan karena mereka ingin melihat gambaran proyeksi dari proyek yang akan mereka bangun secara visual.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Hak cipta dilindungi undang-undang (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



### 3. Penetapan Harga

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong dalam buku mereka yang berjudul *Principles of Marketing* menyebutkan bahwa “*Price is the amount of money customers must pay to obtain the product or services*” yang berarti harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan atau konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga atas produk atau jasa, diantaranya adalah :

#### Penetapan harga berdasarkan nilai (*Value Based Pricing*) :

Penetapan harga dilakukan atas persepsi konsumen terhadap nilai produk. Penetapan harga harus dapat menawarkan kombinasi yang tepat antar kualitas dan layanan baik pada kisaran harga yang rasional. Dengan demikian perusahaan tidak menambah biaya atau harga pada persaingan bisnis melainkan melakukan pelayanan dengan nilai tambah untuk mendiferensiasikan produk.

#### Penetapan harga berdasarkan biaya (*Cost Based Pricing*) :

Merupakan metode penetapan harga yang paling sederhana, penetapan harga berdasarkan biaya produksi dari suatu produk yang dibuat.

#### Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition based pricing*) :

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga – harga yang bersaing dengan para kompetitor terhadap produk yang sama yaitu kopi. Metode ini dilakukan bukan hanya semata – mata meniru harga kompetitor yang ada melainkan menjadi sebuah pembanding untuk menetapkan harga pada produk yang ditawarkan. Disamping itu juga seorang pengusaha juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



harus mempertimbangkan nilai atau *value* yang ditawarkan dalam persaingan harga tersebut.

Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen, harga yang diajukan dikatakan gagal jika harga yang dipatok terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan kualitas produk yang didapat. Dari ketiga teori diatas Berkat Jaya Glassing memilih menggunakan metode penetapan harga secara nilai (*Value Base Pricing*) hal ini dikarenakan jasa kami dinilai bagus dari segi estetika atau keindahan produk yang dihasilkan disamping itu kami juga mengedepankan promo *design 3d gratis* ini sebagai suatu nilai yang tidak dapat diukur dengan uang oleh calon pembeli, karena dengan memberikan *3d design* tanpa adanya transaksi jual belipun dapat membuat calon pelanggan merasa senang untuk dapat melihat secara visual harapan yang ingin mereka capai.

#### 4. Saluran Distribusi

Distribusi merupakan sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap untuk digunakan atau di konsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis, ada beberapa tingkatan saluran distribusi antara lain yaitu :

##### a. *Direct Marketing Channel*

Tipe distribusi ini adalah antara produsen dan konsumen akhir tidak terdapat pedagang perantara, penyaluran langsung dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen.

##### b. *Indirect Marketing Channel*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Tipe distribusi ini adalah penjualan melalui satu atau lebih perantara penjualan seperti pengecer. Pada pasar konsumsi perantaranya merupakan pedagang berskala besar atau grosir, sedangkan pada pasar industri merupakan penyalur tunggal dan penyalur distribusi.

Saluran distribusi yang digunakan oleh Berkat Jaya Glassing adalah Direct Marketing Channel karena berhubungan langsung dengan calon pelanggan sebagai konsumen tingkat akhir.

## E Strategi Promosi

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong promosi adalah campuran spesifikasi alat promosi seperti periklanan, hubungan masyarakat, penjualan perseorangan, promosi penjualan, dan penjualan langsung yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan nilai secara persuasif dan juga membangun hubungan dengan konsumen.

Berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi disebut bauran komunikasi pemasaran antara lain :

### 1. Advertising

*Advertising* atau iklan adalah bentuk dari presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, atau dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang ditempat – tempat strategis.

Berkat Jaya Glassing melakukan promosi *via* media sosial karena melihat perkembangan teknologi yang terjadi pada saat ini, promosi menggunakan sosial media adalah metode promosi yang paling hemat sekaligus efektif.

### 2. Sales Promotion



Memasang atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang pada tempat-tempat khusus yang mana hal ini bertujuan untuk menarik perhatian calon pelanggan dalam jangka waktu singkat, sehingga memudahkan calon pelanggan untuk melihat promosi produk yang ditawarkan oleh Berkat Jaya Glassing

### 3. *Personal Selling (Penjualan Perseorangan)*

Sebuah metode dimana menjual atau memasarkan produk atau jasa secara lisan dalam bentuk percakapan dengan calon pembeli yang bertujuan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik dengan pelanggan.

Dalam hal ini Berkat Jaya Glassing memiliki tim *Marketing* yang giat dalam mencari calon pelanggan baik perseorangan maupun menawarkan Kerjasama sebagai pemasok pada suatu proyek yang akan dibangun.

### 4. *Public Relation*

Sebuah *brand* harus dapat membentuk citra publik yang akan dinilai oleh banyak orang yang mana citra publik yang dibentuk ini haruslah citra publik yang baik, hal ini juga merupakan alat promosi yang berguna untuk membagikan informasi mengenai perusahaan dan juga menangani isu – isu, rumor, dan acara yang disampaikan melalui media massa.

### 5. *Direct Marketing*

Merupakan sebuah hubungan langsung dengan para pelanggan, Berkat Jaya Glassing sangat menjaga hubungan baik dengan pelanggan hal ini dilakukan agar pelanggan yang sudah pernah bekerjasama dalam pembuatan proyek berkenan untuk menggunakan jasa kami kembali di kemudian hari