

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN EKSPOR PADA PT. JAVA CONNECTION YOGYAKARTA

**Muhammad Ading Aulia Taqwa**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Java Connection dan untuk mengetahui sejauh mana strategi pemasaran ekspor perlu direncanakan dan dimiliki oleh suatu perusahaan. Strategi pemasaran ekspor pada PT. Java Connection perlu dibahas karena ada beberapa indikator dari sebuah strategi perusahaan yang tidak ditemukan seperti perusahaan – perusahaan lain yang sejenis. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode perolehan data yang digunakan adalah wawancara dengan jumlah subjek dua orang dan wawancara dilakukan sebanyak dua kali dalam waktu yang berbeda. Strategi pemasaran yang dilakukan PT. Java Connection yaitu dengan cara melakukan promosi agar dapat mengetahui negara apa saja yang berminat dengan produk yang ditawarkan perusahaan, yaitu menggunakan beberapa media promosi seperti *website*, pembagian brosur dan penawaran lewat *e-mail*. Faktor yang mempengaruhi efektivitas pemasaran ekspor yang dilakukan PT. Java Connection yaitu mengikuti pameran bertaraf internasional. Beberapa hambatan – hambatan yang dihadapi PT. Java Connection dalam pemasaran ekspor yaitu mengikuti standarisasi produk yang telah ditentukan oleh negara tujuan ekspor dan kemudian hambatan selanjutnya yaitu dari negara Indonesia sendiri.

**Kata Kunci:** *Perdagangan Internasional, Strategi Pemasaran, Ekspor*

 26/12 '22

## **ANALYSIS OF EXPORT MARKETING STRATEGY AT PT. JAVA CONNECTION YOGYAKARTA**

**Muhammad Ading Aulia Taqwa**

### **Abstract**

*This research was conducted with the aim of knowing the marketing strategy carried out by PT. Java Connection and to find out how far the export marketing strategy needs to be planned and owned by a company. Export marketing strategy at PT. Java Connection needs to be discussed because there are several indicators of a company's strategy that cannot be found like other similar companies. The analytical method used in this study is a qualitative method. The data acquisition method used was interviews with two subjects and the interviews were conducted twice at different times. The marketing strategy carried out by PT. Java Connection by conducting promotions in order to find out which countries are interested in the products offered by the company, by using several promotional media such as websites, distribution of brochures and offers via e-mail. Factors influencing the effectiveness of export marketing by PT. Java Connection is participating in international exhibitions. Some of the obstacles faced by PT. Java Connection in export marketing is following product standardization that has been determined by the export destination country and then the next obstacle is from Indonesia itself.*

**Keywords:** *International Trade, Marketing Strategy, Export*

