

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI *DIRECT MARKETING* PADA PT INDAH JAYA EXPRESS CABANG YOGYAKARTA

Moch Yusuf Efendi

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di PT Indah Jaya Express cabang Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *direct marketing* yang diterapkan oleh PT Indah Jaya Express cabang Yogyakarta. *Direct marketing* merupakan media komunikasi yang efektif dilakukan oleh pemasar untuk membangun kesadaran merek dan digunakan sebagai alat interaksi jangka panjang antara konsumen dan perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode perolehan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi pada pemasaran perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dengan membandingkan konsep yang ada dengan penerapan di perusahaan menunjukkan bahwa penerapan strategi *direct marketing* pada PT Indah Jaya Express cabang Yogyakarta adalah dengan menggunakan media *direct mail*, pemasaran katalog dan *telemarketing* sudah dikatakan efektif. Dengan penerapan strategi *direct marketing* tersebut, perusahaan dapat bertahan dan berkembang ditengah persaingan yang sangat ketat.

Kata Kunci: *Direct Marketing*

 8/9 '21



**ANALYSIS OF DIRECT MARKETING STRATEGY IMPLEMENTATION AT
PT INDAH JAYA EXPRESS CABANG YOGYAKARTA**

Moch Yusuf Efendi

Abstract

This research was conducted at PT Indah Jaya Express Yogyakarta branch. The purpose of this study was to determine the direct marketing strategy implemented by PT Indah Jaya Express Yogyakarta branch. Direct marketing is an effective communication medium by marketers to build brand awareness and is used as a tool for long-term interaction between consumers and companies. The method used in this research is descriptive research method with a qualitative approach. The data used in this study are primary data and secondary data. The method of data acquisition in this study is by interview, observation, and documentation on the company's marketing. Based on the results of the analysis by comparing the existing concepts with the company's implementation, it is known that the implementation of direct marketing strategy at PT Indah Jaya Express Yogyakarta branch is to use direct mail media, catalog marketing and telemarketing has been said to be effective. With the implementation of the direct marketing strategy, the company can survive and thrive in the midst of very tight competition.

Keywords: *Direct Marketing*

