**ANALISIS PEMASARAN KOMUNITAS PADA PT INDO JAYA MANDIRI SEJAHTERA YOGYAKARTA**

**Adi Setiawan**

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan di PT Indo Jaya Mandiri Sejahtera Ambarukmo. Tujuan dari penelitian ini kualitas pemasaran komunitas yang telah diterapkan perusahaan. Pemasaran komunitas merupakan sebuah taktik yang melibatkan merek atau bisnis untuk berinteraksi dengan sebuah komunitas yang berisikan individu yang memiliki kegemaran yang sama terhadap merek atau produk tertentu. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dimana peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan dalam PT Indo Jaya Mandiri Sejahtera Ambarukmo. Dari metode tersebut penerapan pemasaran komunitas yang diterapkan oleh perusahaan belum memberi hasil yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan bulan November 2019 yang hanya mencapai 15 unit dari target perusahaan 29 unit perbulannya.

**Kata Kunci :** *Pemasaran Komunitas*



***COMMUNITY MARKETING ANALYSIS AT PT INDO JAYA MANDIRI SEJAHTERA***

***Adi Setiawan***

***Abstract***

*This research was conducted at PT Indo Jaya Mandiri Sejahtera Ambarukmo. The purpose of this research is the quality of community marketing that has been applied by the company. Community marketing is a tactic that involves a brand or business interacting with a community of individuals who share a common passion for a particular brand or product. The type of research used is descriptive qualitative method, where the researcher conducted observations and interviews with the parties concerned in PT Indo Jaya Mandiri Sejahtera Ambarukmo. From this method the application of community marketing implemented by the company has not given significant results. This can be seen from sales data for November 2019, which only reached 15 units from the company's target of 29 units per month.*

***Keywords****: Community Marketing*