

ABSTRAK

VANESSA MAULIDHIA, 17815001

STRATEGI *DIRECT MARKETING* HOME INDUSTRY DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK TINTA CETAK PT CEMANI TOKA

Kata Kunci : Strategi, Kegiatan Pemasaran, Promosi

(xi + 118)

Perkembangan globalisasi menyebabkan berubahnya era analog menjadi era digital. Sehingga media informasi yang semula berupa media cetak menjadi media digital yang dapat diakses dengan mudah dan cepat melalui *Smartphone/gadget* dengan sambungan internet. Hal tersebut membuat menurunnya minat masyarakat dalam menggunakan media cetak seperti koran dan majalah. PT Cemani Toka sebagai perusahaan yang memproduksi tinta cetak pun merasakan dampak dari era digital dalam memasarkan produk tinta cetak. Oleh sebab itu, Strategi promosi *direct marketing* dalam memasarkan produk sangatlah penting untuk dijalankan agar target pemasaran dapat tercapai. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana strategi *Direct Marketing* PT Cemani Toka dalam mempromosikan produk tinta cetak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka dan studi lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan melalui teori bauran pemasaran dengan menggunakan elemen 7P, ditemukan bahwa PT Cemani Toka memiliki strategi promosi dalam memasarkan produk tinta cetak antara lain *Advertising*, *Direct Marketing*, *Marketing Event*, *Publisitas* dan *Hubungan Masyarakat* dan *After Sales Service*. Strategi promosi *Direct Marketing* yang dijalankan oleh PT Cemani Toka mampu mempertahankan penjualan tinta cetak karena komunikasi pendekatan dengan *customer* terjalin dengan baik yang dibarengi dengan kualitas produk dan pelayanan yang baik kepada *customer*.

Daftar Pustaka (1999-2017)