

ABSTRAK

Industri mesin merupakan sektor yang penting dalam perekonomian global. Mesin industri digunakan dalam berbagai sektor seperti manufaktur, pertanian, transportasi, energi, dan lain-lain. Dalam pasar yang kompetitif ini, strategi komunikasi pemasaran yang efektif memainkan peran penting dalam mempromosikan mesin industri kepada calon pembeli, membangun merek yang kuat, dan mencapai keunggulan kompetitif. Industri mesin industri terus mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi dan permintaan global yang terus meningkat. Perkembangan ini menciptakan peluang besar bagi produsen mesin industri untuk memasuki pasar baru dan meningkatkan pangsa pasarnya. Seperti CV. Putra Jaya, Strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap penjualan mesin industri pada CV. Putra Jaya. CV. Putra Jaya menawarkan jasa engineering mesin industri serta produk mesin industri yang melatar belakangi pada bidang teknik, untukenuhi kebutuhan konsumen CV. Putra Jaya sangat mementingkan kepuasan pelanggan, kebutuhan pelanggan, serta sangat mencermati mutu produk penjualan mesin industri, sehingga ada tata kelola yang baik. Dalam strategi pemasaran yang dikelola oleh CV. Putra Jaya masih sangat sederhana, semenjak berdirinya CV. Putra Jaya belum mempunyai aktivitas manajemen pemasaran yang digital seperti di era saat ini, dalam aktivitas strategi pemasaran CV. Putra Jaya memakai Direct Selling (Penjualan Langsung) serta memakai relasi dari owner. Tujuan dari penelitian ini adalah Mengidentifikasi hal yang melandasi dilakukannya direct selling dalam penjualan mesin industri sepatu pada CV Putra Jaya dan Untuk menganalisis dan mengetahui strategi komunikasi pemasaran menggunakan teknik direct selling dalam penjualan mesin industri sepatu CV Putra Jaya pada periode 2021 – 2022. Peneliti menggunakan teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) karena relevan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif tujuan deskriptif untuk menjelaskan Bagaimana Strategi Direct Selling (Penjualan Langsung) Mesin Industri Pada CV. Putra Jaya. Peneliti melakukan observasi dan wawancara di CV. Putra Jaya. Wawancara dilakukan dengan *key informan* dan beberapa informan dari CV. Putra Jaya. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan Metode ini memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, sehingga komunikasi nilai dan manfaat produk dapat dilakukan dengan lebih efektif. CV Putra Jaya juga berhasil menargetkan kelompok individu yang spesifik, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan mengaktifkan mantan pelanggan melalui pendekatan yang persuasif dan personalisasi pesan.

Kata kunci: mesin industri, *direct selling*, strategi pemasaran.

ABSTRACT

The machinery industry is an important sector in the global economy. Industrial machinery is used in various sectors such as manufacturing, agriculture, transportation, energy, and others. In this competitive market, an effective marketing communication strategy plays an important role in promoting the industrial engine to potential buyers, building a strong brand, and achieving competitive advantage. The industrial machinery industry continues to experience significant growth in line with technological developments and increasing global demand. This development creates great opportunities for industrial machinery manufacturers to enter new markets and increase their market share. Like a CV. Putra Jaya, Marketing strategy is very influential on the sale of industrial machinery on CV. Putra Jaya. CV. Putra Jaya offers industrial machinery engineering services and industrial machinery products with a background in engineering, to meet the needs of CV consumers. Putra Jaya attaches great importance to customer satisfaction, customer needs, and pays close attention to the quality of industrial machinery sales products, so that there is good governance. In the marketing strategy managed by CV. Putra Jaya is still very simple, since the establishment of CV. Putra Jaya does not yet have digital marketing management activities like in the current era, in CV marketing strategy activities. Putra Jaya uses Direct Selling and uses relationships from the owner. The purpose of this study is to identify the basis for direct selling in the sale of shoe industry machinery on CV Putra Jaya and to analyze and find out marketing communication strategies using direct selling techniques in sales of CV Putra Jaya shoe industry machinery in the 2021 – 2022 period. Researchers use the theory of Integrated Marketing Communication (IMC) because it is relevant to the research conducted. The method used in this study is a case study method with a qualitative approach with descriptive objectives to explain how the Direct Selling Strategy (Direct Selling) Industrial Machinery on CV. Putra Jaya. Researchers conduct observations and interviews on CV. Putra Jaya. Interviews were conducted with key informants and several informants from CV. Putra Jaya. The results of this study can be concluded This method allows direct interaction between sellers and buyers, so that communication of product values and benefits can be carried out more effectively. CV Putra Jaya has also successfully targeted specific groups of individuals, maintained customer loyalty, and activated former customers through a persuasive approach and message personalization.

Keywords: industrial machinery, direct selling, marketing strategy.