Abstrak

Fitri Yuliantini, 2017. *Analisis Direct Marketing dalam KBIH Al-Ichsan Sidoarjo*

Kata kunci : *Direct Marketing.*

Fokus masalah yang diteliti dalam penelitian ini yaitu bagaimana sistem pemasaran langsung yang terdapat pada "KBIH Al-Ichsan".

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam pengolahan datamenggunakan triangulasi data dengan tujuan untuk menguji keabsahan data yang diperoleh. Selanjutnya, data dianalisis dimulai dengan memilah-milah data, menyajikan data secara keseluruhan, kemudian menarik kesimpulan dari hasil analisis yang diperoleh.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah Berdasarkan hasil analisa yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa pada KBIH Al-Ichsan Sidoarjo menerapkan sistem direct marketing melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada jama'ah dengan cara memuaskan jama'ah. Dalam proses memuaskan jama'ah KBIH Al-Ichsan meliputi pelayanan jasa yang berkualitas, jalinan hubungan silaturrahmi yang baik. Dari analisis data diatas bahwa dalam melakukan pemasaran langsung KBIH Al-Ichsan dapat melakukan langkah langkah sebagai berikut :

1) Kenali target konsumen yang akan dituju. Dalam hal ini dapat mengambil langkah awal dengan melakukan suatu pendekatan silaturrahmi.
2) Setelah menemukan calon konsumen yang tepat terapkan teori direct respon. Dengan cara memberikan katalog, brosur, majalah atau media lain yang berisikan tentang informasi yang berhubungan dengan produk atau jasa yang akan dipasarkan. (*direct respons*)
3) Simpan data konsumen seperti nomor telepon atau alamat yang bisa dihubungi agar dapat selalu berhubungan dengan pelanggan agar tercipta suatu hubungan jangka panjang dan dapat memudahkan dalam memberikan informasi yang berhubungan dengan produk atau jasa yang tersedia. (*database*)
4) Ketika telah mendapatkan konsumen tetap atau calon konsumen, berikan atau kirim informasi terbaru yang terkait dengan produk atau jasa yang disediakan. Dalam hal ini dapat berupa sms, email atau whatsapp. (*direct mail*)
5) Buat suatu perkumpulan yang bertujuan untuk memberikan wadah bagi konsumen yang telah menggunakan jasa tersebut. Selain bermanfaat untuk menyambung tali silaturahmi bagi konsumen, juga dapat memudahkan pihak pelayanan jasa dalam memberikan informasi terkait dengan produk jasa yang disediakan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id