

ABSTRAK

Penelitian ini dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dan Pelayanan Pos *Nextday* Pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Utama 40000 Kota Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dan pelayanan pos *nextday* di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Utama 40000 Kota Bandung

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan untuk menggali secara mendalam berbagai aspek dari strategi pemasaran dan pelayanan yang diterapkan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen terkait.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Utama 40000 Kota Bandung menerapkan berbagai strategi pemasaran termasuk penggunaan saluran distribusi informasi yang efektif, seperti *website*, media sosial, dan aplikasi mobile. Layanan pos *nextday* juga dikenal karena kecepatan pengiriman dan kualitas pelayanan yang baik.

Kesimpulan Penelitian ini bahwa strategi pemasaran efektif perusahaan terus berinovasi dan mengembangkan teknologi untuk mempercepat pengiriman dan memastikan ketepatan waktu dan keterlibatan pelanggan, melalui umpan balik dan interaksi, memainkan peran penting dalam proses peningkatan layanan. Temuan ini memberikan wawasan untuk pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas pelayanan di masa mendatang.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pelayanan, *Nextday*

ABSTRACT

This research, titled “Analysis of Marketing and Service Strategies for Nextday Mail at PT Pos Indonesia (Persero) Main Branch 40000 Bandung City,” aims to analyze the marketing and service strategies for Nextday mail at PT Pos Indonesia (Persero) Main Branch 40000 Bandung City.

This study employs a qualitative descriptive research method to deeply explore various aspects of the marketing and service strategies applied. Data were collected through in-depth interviews, direct observations, and document analysis.

The findings indicate that PT Pos Indonesia (Persero) Main Branch 40000 Bandung City employs various marketing strategies, including the use of effective information distribution channels such as their website, social media, and mobile applications. The Nextday mail service is also recognized for its speed and quality of service.

The conclusion of this study is that the company's marketing strategy is effective, with ongoing innovations and technological advancements aimed at speeding up delivery and ensuring timely service. Customer engagement, through feedback and interaction, plays a crucial role in the service enhancement process. These findings provide insights for future development of marketing strategies and service quality improvements.

Keywords: Marketing Strategy, Service, Nextday