

ABSTRAK

Sektor logistik (transportasi dan pergudangan) diketahui tengah mengalami pertumbuhan dari tahun sebelumnya. Hal tersebut tentunya ditandai dengan peningkatan permintaan pengiriman barang sehingga jumlah perusahaan logistik juga berpotensi untuk mengalami peningkatan. PT Samudera Pacific Maju memiliki beragam jenis layanan yang ditawarkan, seperti *worldwide and domestic freight forwarding* yang terdiri dari layanan *sea freight* dan *air freight, inland transportation, customs clearance, container depot and warehousing*. Banyaknya perusahaan lain yang menawarkan jenis layanan serupa mengakibatkan persaingan pada bidang logistik menjadi semakin ketat. Melalui *direct selling* yang dilakukan oleh PT Samudera Pacific Maju cabang Surabaya bertujuan untuk memperkenalkan layanan dan mendorong atau merangsang pelanggan agar membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Maka dari itu, *direct selling* memiliki peran penting sebagai salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Sumber data yang digunakan berupa data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan peneliti berupa analisis deskriptif yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam meningkatkan volume penjualan pada layanan *freight forwarding*, PT Samudera Pacific Maju cabang Surabaya melaksanakan strategi *direct selling* melalui *appointment* dan *canvassing* untuk memasarkan produk mereka. Strategi tersebut memberikan hasil berupa penjualan sebesar 95% dan membuktikan bahwa dengan peran strategi *direct selling* PT Samudera Pacific Maju cabang Surabaya mengalami peningkatan pada volume penjualan.

Kata Kunci : Logistik, *Freight Forwarding*, *Direct Selling*, Volume Penjualan.