

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul penelitian “**Strategi Bauran Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha *Home Industri* Pengusaha Besi di Kecamatan Besuki**” yang ditulis oleh Dela Sindy Meyningsih, NIM. 12402183404, Pembimbing Dr. Ali Maulidi, AC, M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh strategi bauran pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan usaha *home industri*. *Home Industri* bergerak pada skala kecil, dari tenaga kerja yang bukan tenaga profesional, modal yang kecil, dan produksi yang terjadi hanya saat musiman. Bauran pemasaran pada *home industri* memiliki beberapa strategi pemasaran diantaranya yaitu strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, dan strategi promosi. Dari keempat strategi tersebut memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap *home industri*.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui setiap strategi bauran pemasaran bekerja dan diterapkan pada *home industri* besi di Kecamatan Besuki. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif. Yang mana secara keseluruhan penelitian ini bergantung pada pengamatan, dan terfokus pada kegiatan-kegiatan tertentu, untuk selanjutnya dilakukan pengamatan, dokumentasi, serta mengetahui dan mengamati secara mendasar terkait gejala keyakinan, makna, nilai, dan karakteristik umum baik secara individu maupun kelompok dalam masyarakat mengenai peristiwa-peristiwa dalam kehidupan.

Kesimpulan dari penelitian ini bahwasannya Strategi Bauran Pemasaran pada usaha *home industri* besi di Kecamatan Besuki yakni, dengan memperhatikan target pasar maka usaha besi ini menyediakan produk kebutuhan masyarakat khususnya kalangan barang rumah tangga seperti perabot rumah dan juga. Selain itu, usaha besi ini juga memberikan harga produk sesuai dengan kualitas dari barang yang dipasarkan.

**Kata Kunci:** *Home Industri*, Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Volume Penjualan

## **ABSTRACT**

*Thesis with the research title "Marketing Mix Strategy to Increase Sales Volume at Home Business Iron Entrepreneurs in Besuki District" written by Dela Sindy Meyningsih, NIM. 12402183404, Advisor Dr. Ali Maulidi, AC, M.A.*

*This research is motivated by a marketing mix strategy with the aim of increasing the sales volume of the home industry business. Home Industry operates on a small scale, from a non-professional workforce, small capital, and production that occurs only on a seasonal basis. The marketing mix in the home industry has several marketing strategies including product strategy, price strategy, location strategy, and promotion strategy. Of the four strategies have a significant impact on the home industri.*

*The purpose of this study is to find out how each marketing mix strategy works and is applied to the iron home industry in Besuki District. The approach used in this research is qualitative. Overall, this research relies on observation, and focuses on certain activities, for further observation, documentation, and knowing and observing in depth related to belief symptoms, meanings, values, and general characteristics both individually and in groups in society regarding events in life.*

*The conclusion of this study is that the Marketing Mix Strategy for the iron home industry business in Besuki District is, by paying attention to the target market, this iron business provides products for the needs of the community, especially among household goods such as home furnishings and furniture. In addition, this iron business also provides product prices according to the quality of the goods being marketed.*

**Keywords:** *Home Industry, Marketing Strategy, Marketing Mix, Sales Volume*