

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (studi pada Home Industri Cilok Bandung Kadeudeuh Dusun Pacitan Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung).” Penelitian ini diteliti oleh Moch Ricky NIM. 12402193175 dengan dosen pembimbing Bapak Muhamad Aqim Adlan S.Pd.I., M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dunia bisnis mengalami pertumbuhan cukup tinggi, sehingga akan menimbulkan adanya persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Hal ini mengharuskan pelaku usaha untuk membuat inovasi baru untuk menarik minat konsumen agar tertarik pada produk yang ditawarkan. Disini Home Industri menggunakan strategi bauran pemasaran 11p diantaranya produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik, pengemasan, pembayaran, pelayanan, penanganan fisik. strategi tersebut memiliki dampak yang cukup signifikan dalam meningkatkan volume penjualan.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan *Home Industri* Cilok Bandung Kadeudeuh dalam meningkatkan volume penjualan? (2) Apa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran pada *Home Industri* Cilok Bandung Kadeudeuh? (3) Apa solusi yang diterapkan dalam pelaksanaan strategi pemasaran pada *Home Industri* Cilok Bandung Kadeudeuh ?

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data terdiri dari data primer dan skunder, diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk memastikan keabsahan temuan, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian (1) Strategi pemasaran *Home Industri* Cilok Bandung Kadeudeuh menerapkan marketing mix (bauran pemasaran) 11P untuk meningkatkan volume penjualan sehingga dapat memenuhi target penjualan yang sudah ditentukan perusahaan.(2) kendala internal *Home Industri* Cilok Bandung Kadeudeuh yaitu kurangnya kemampuan dalam pengetahuan untuk melakukan promosi menggunakan media sosial, kurangnya semangat kinerja dari karyawan dan mitra, sering terjadinya kerusakan pada mesin produksi. Kendala eksternal yaitu meningkatnya pesaing baru, Fluktuasinya harga bahan baku yang digunakan.(3) Solusi dari kendala internal yaitu mengikuti pelatihan promosi dan merekrut karyawan yang memiliki ketrampilan promosi yang baik, memberikan memotivasi berupa reward kepada karyawan dan mitra agar lebih memiliki semangat dalam bekerja, melakukan service secara berkala. Solusi dari kendala eksternal yaitu menghadirkan produk yang berkualitas serta memberikan yang terbaik bagi konsumen seperti menghadirkan promo-promo produk menarik, mengeluarkan stok bahan baku yang ada di gudang serta mencari informasi tempat yang menjual bahan baku secara grosir.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Volume Penjualan

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Marketing Strategy in Increasing Sales Volume (study at Home Industry Cilok Bandung Kadeudeuh Pacitan Hamlet, Ngunut Village, Ngunut District, Tulungagung Regency)." This research was researched by Moch Ricky NIM. 12402193175 with supervisor Mr. Muhamad Aqim Adlan S.Pd.I., M.E.I.*

*This research is motivated by the business world experiencing quite high growth, which will give rise to competition in fighting for market share and consumers. This requires business actors to create new innovations to attract consumers to be interested in the products offered. Here Home Industry uses an 11p marketing mix strategy including product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, packaging, payment, service, physical handling. This strategy has a significant impact in increasing sales volume.*

*The focus of this research is (1) What are the marketing strategies implemented by Home Industri Cilok Bandung Kadeudeuh in increasing sales volume? (2) What obstacles are faced in implementing marketing strategies at the Cilok Bandung Kadeudeuh Home Industry? (3) What solutions are implemented in implementing the marketing strategy at Home Industry Cilok Bandung Kadeudeuh?*

*In this research, a qualitative approach with a descriptive type was used. Data sources consist of primary and secondary data, obtained through interviews, observation and documentation. To ensure the validity of the findings, researchers used triangulation of sources and techniques.*

*Research results (1) The marketing strategy of the Cilok Bandung Kadeudeuh Home Industry applies the 11P marketing mix to increase sales volume so that it can meet the sales targets that have been determined by the company. (2) The internal obstacle of the Cilok Bandung Kadeudeuh Home Industry is the lack of ability and knowledge to carrying out promotions using social media, lack of performance enthusiasm from employees and partners, frequent damage to production machines. External obstacles are the increase in new competitors, fluctuating prices of raw materials used. (3) Solutions to internal obstacles are taking part in promotional training and recruiting employees who have good promotional skills, providing motivation in the form of rewards to employees and partners so that they have more enthusiasm for work, carry out regular service. The solution to external obstacles is to present quality products and provide the best for consumers, such as presenting attractive product promotions, releasing stock of raw materials in warehouses and looking for information on places that sell raw materials wholesale.*

**Keywords:** *Strategy, Marketing, Sales Volume*