

ABSTRAK

Skripsi ini adalah hasil penelitian lapangan untuk menjawab pertanyaan bagaimana strategi pemasaran *home industry* manik-manik *Beads Flower* di Desa Plumbon Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang dalam mempertahankan eksistensinya dan strategi apa yang paling menonjol yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower* di Desa Plumbon Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang dalam mempertahankan eksistensinya.

Data penelitian ini dihimpun melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan dan selanjutnya dianalisis dengan teknik analisis secara deskriptif analitis.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *home industry* manik-manik *Beads Flower* dalam mempertahankan eksistensinya sangat memperhatikan strategi pemasaran sebagai berikut, yaitu melakukan menentukan sasaran pasarnya dengan *segmenting*, *targetting*, dan *positioning*. Selain itu *Beads Flower* juga selalu memperhatikan strategi pemasaran 4P (*product*, *place*, *price* dan *promotion*) yaitu dengan cara inovasi produk untuk menarik minat konsumen terhadap manik-manik. Sesuai kebutuhan pasar, harga yang ditentukan untuk setiap produk manik-manik sesuai dengan tingkat kesulitan dari pembuatan manik-manik tersebut. Pendistribusian produk dilakukan secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara. *Beads Flower* melakukan promosi langsung dengan konsumen yaitu dengan bertemu langsung di *outlet* dan juga melalui *website* dan *email*. Berdasarkan strategi yang dilakukan, strategi pemasaran yang paling menonjol yang dilakukan sampai saat ini adalah strategi promosi langsung dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dan saat ini mulai ditunjang dengan *website* maupun *email* dengan alamat *website* yaitu www.Beadsflower.id.com. Selain itu strategi inovasi dan pembaruan produk yang terus dilakukan yaitu dengan cara mengkombinasikan manik-manik dengan bahan lain dan memperhatikan kemasan produk. Strategi-strategi inilah yang membuat *home industry* manik-manik *Beads Flower* dapat menjaga eksistensinya sampai sekarang. Dan *Beads Flower* dapat dikenal hingga luar negeri karena strategi promosinya yang baik dan inovasi produk yang terus dilakukan.

Sejalan dengan kesimpulan di atas, maka diharapkan *home industry* manik-manik *Beads Flower* dapat terus mempertahankan eksistensinya melalui strategi pemasaran yang telah digunakan dan tetap selalu melakukan inovasi produk. Selain itu juga diharapkan menjadi contoh dari *home industry* manik-manik lainnya dengan melalui strategi pemasaran dan ditambah dengan menggunakan strategi berwirausaha secara islam dengan mengedepankan aspek kejujuran dan amanah agar *home industry* manik-manik *Beads Flower* dapat terus mempertahankan eksistensinya.