

BENTUK KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM *HOME* INDUSTRI BREM PAK MARJULI

Atika Nurhidayah

UIN Sunan Ampel Surabaya

ABSTRAK

Persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: 1. Bagaimana bentuk komunikasi pemasaran dalam *home industry* brem Pak Marjuli.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, maka dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif deskriptif yang memaparkan fakta dan data mengenai aktivitas komunikasi pemasaran yang terjadi pada industri brem Pak Marjuli. Kemudian data tersebut dianalisis dengan teori Komunikasi Pemasaran Terpadu.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa bentuk komunikasi pemasaran masih terbatas dan dilakukan dengan mulut ke mulut. Selain itu ditemukan juga bahwa Pak Marjuli tidak memiliki merek sendiri untuk brem hasil produksinya.

Selanjutnya peneliti menyampaikan saran yang diperkirakan dapat dijadikan pertimbangan bagi Pak Marjuli dalam memasarkan produksi bremnya yaitu **kemauan yang harus ditumbuhkan dalam diri untuk maju, misalnya tanpa melalui jasa agen penyalur Pak Marjuli bisa mengantar brem produksinya langsung ke toko oleh-oleh langganannya. Hal tersebut bisa memaksimalkan keuntungan yang bisa diperoleh pak Marjuli. Sikap tidak mau repot dan menempuh jalan pintas harus dihilangkan demi mencapai sebuah kesuksesan.**