

ABSTRAK

Makanan yang merupakan kebutuhan pokok manusia dalam kehidupannya kini semakin berkembang. Kebutuhan pokok tersebut bukan hanya makanan berat seperti nasi, bubur, roti, dan makanan pokok lainnya, tetapi makanan ringan atau yang sering disebut snack. Saat ini sudah menjadi hal pokok yang dibutuhkan masyarakat dari berbagai tingkat umur. Keterbatasan kemampuan memasarkan menyebabkan banyak produk industri kecil yang meskipun mutunya tinggi tetapi tidak dikenal dan tidak mampu menerobos pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan di *Home Industri* Si Bolang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa *home industry* Si Bolang memberikan masukan inovasi baru berupa variasi kemasan baru yang awal mulanya kemasan produk dengan menggunakan bahan plastik sekarang mencoba terobosan baru dengan menggunakan kemasan yang berbahan aluminium foil, kemasan ini banyak diminati oleh para pelaku usaha. Karena memiliki daya simpan yang tahan lama, kuat dan tidak mudah sobek, resisten terhadap penetrasi lemak, minyak, dan lain-lain. Selain itu bisa mencetak gambar pada kemasan sesuai dengan keinginan atau sesuai produk makanan ringan Si Bolang.

Dengan demikian maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah bahwa penerapan pemasaran pada Home Industry Si Bolang sudah baik. Oleh karena itu akan lebih baik lagi apabila Home Industry Si Bolang mengembangkan inovasi baru sehingga produk Si Bolang bisa menambah reseller dan konsumen khususnya di daerah Sragen.

Kata Kunci : Kebutuhan Pokok, Strategi Pemasaran, Variasi Kemasan, Mengembangkan Inovasi Baru.