# ABSTRAK

**Buang Manunggal Jaya merupakan usaha kecil yang memproduksi boneka di Cimahi Jawa Barat. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan adanya permasalahan yang terkait dengan target penjualan yang tidak tercapai yang disebabkan kurang optimalnya pelaksanaan bauran pemasaran pada Buang Manunggal Jaya.**

**Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan Buang Manunggal Jaya. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif analisis dengan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, yang meliputi observasi non partisipan, wawancara, dan angket serta teknik analisis data yang digunakan yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, mean, modus, median, persentil dan analisis skor.**

**Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, menunjukan analisis skor dengan jumlah skor 1134 yang artinya dalam pelaksanaan bauran pemasaran produk boneka usaha kecil Buang Manunggal Jaya tergolong baik, meskipun dalam penerapan aspek-aspek bauran pemasaran belum sepenuhnya dilaksanakan. Usaha kecil Buang Manunggal Jaya dalam pelaksanaan bauran pemasaran mengalami beberapa hambatan yaitu meliputi, produk yang dihasilkan kurang inovatif sehingga konsumen merasa bosan dengan produk yang diberikan dan Promosi yang dilakukan Buang Manunggal Jaya kurang gencar, dikarenakan promosi yang dilakukan hanya dari mulut ke mulut (*word mouth*). Sehingga toko boneka Buang Manunggal Jaya kurang diketahui masyarakat luas.**

**Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu pemilik dan pegawai sebaiknya bisa memberikan inovasi baru dalam menciptakan desain produk yang *up to date* dan menyesuaikan trend yang terbaru. Untuk promosi pemilik sebaiknya membuat sosial media, serta membuka *online shop*. Agar produk boneka semakin dikenal banyak orang dan menambah pelanggan serta penjualannya semakin luas.**

**Kata Kunci: Bauran Pemasaran**

# *ABSTRACT*

***Buang Manunggal Jaya is a small business that produces dolls in Cimahi West Java. Based on the results of the research, the researcher found that there are problems related to unachievable sales target which is caused by less optimal marketing mix implementation at Buang Manunggal Jaya.***

***The purpose of this study is to examine how the implementation of marketing mix conducted by Buang Manunggal Jaya. The research method used by the researcher is descriptive analysis with data collection techniques used are primary data and secondary data, which include non participant observation, interview, and questionnaire and data analysis techniques used are: validity test, reliability test, mean, mode, median, percentile and score analysis.***

***Based on the data obtained from the results of the reseach, showed a score analysis with a total score of 1134 which means that in implementing the marketing mix of puppets of small business products, Buang Manunggal Jaya is considered good, although in the application of aspects of the marketing mix it has not been fully implemented. Small businesses Buang Manunggal Jaya in the implementation of the marketing mix experience several obstacles, namely, the products produced are less innovative so consumers feel bored with the products provided and the Promotions made by Buang Manunggal Jaya are less intense, because the promotion is done only by word of mouth (word mouth ) So the doll shop Buang Manunggal Jaya lettle known public.***

***Suggestions that can researchers point out that owners and employees should be able to provide new innovations in creating up to date product design and adjust the latest trends. For promotion owners must create social media, as well as open an online shop. In order to be more familiar to the doll products and add customers and sales increasingly widespread.***

***Keywords: Marketing Mix***

# ABSTRAK

**Buang Manunggal Jaya nyaeta bisnis alit anu ngahasilkeun boneka di Cimahi, Jawa Barat. Dumasar hasil panalungtikan, peneliti manggihan yen masalah pakait jeung target jualan teu kahontal lantaran palaksanaan kirang optimal sahiji bauran pemasaran pada Buang Manunggal Jaya.**

**Tujuan pangajaran ieu pikeun nalungtik kumaha palaksanaan bauran pamasaran dilakukeun Buang Manunggal Jaya. Metode nu digunakeun ku panalungtik teh analisis deskriptif teknik pendataan nu dipake teh data primer jeung data sekunder, nu ngawengku non-pamilon observasi, wawancara, sarta angket jeung teknik analisis data dipake nyaeta: validitas, reliabilitas, mean, modus, median, persentil jeung analisis skor.**

**Dumasar data dicandak ti hasil panalungtikan, nembongkeun analisis skor ku skor total 1134, nu hartina dina palaksanaan bauran pamasaran produk boneka usaha leutik Buang Manunggal Jaya rada alus, sanajan palaksanaan eta aspek bauran pamasaran teu acan dilaksanakeun pinuh. Usaha leutik Buang Manunggal Jaya dina palaksanaan bauran pamasaran ngalaman sababaraha lalawanan anu geus ngawengku, produk nu dihasilkeun teh kirang inovatif nu pikeun konsumen ngarasa bosen jeung produk disadiakeun sarta promosi anu dilakukeun Buang Manunggal Jaya kirang sengit, kusabab promosi nu ngan saukur tina biwir ka biwir (*word mouth* ). Jadi toko boneka Buang Manunggal Jaya na oge kirang dipikawanoh ku masarakat umum.**

**Bongbolongan-bongbolongan anu tiasa peneliti pasih yaktos pemilik jeung karyawan kudu bisa nyadiakeun inovasi anyar pikeun nyieun desain produk anu *up to date* jeung ngaropea kana tren panganyarna. Pikeun nu boga diobral kedah ngadamel media sosial, jeung muka warung *online*. Dina raraga keur boneka produk beuki dipikawanoh jeung loba jalma sarta nambahan nasabah na jualan dimekarkeun.**

**Kocap Konci: Bauran Pemasaran**