

ABSTRAK

Fatoni, Novel Abu Amin. 2024. *Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Peternakan Domba Hanjaya Farm)*. Skripsi, Prodi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid. Pembimbing Fahrudin, MM.

Kata Kunci : Strategi *Marketing Mix* dan Volume Penjualan.

Strategi pemasaran merupakan hal penting untuk keberhasilan sebuah usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan faktor penghambat dalam usaha peternakan domba tangga dusun kebun desa sidodadi kecamatan paiton kabupaten probolinggo. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif serta berasal dari sumber internal dan eksternal perusahaan. Data primer diperoleh langsung dari pemilik peternakan domba melalui wawancara, dan pengamatan secara langsung (*observasi*). Data sekunder diperoleh melalui literatur atau studi pustaka yang mendukung penelitian. Data tersebut bersumber dari data surat kabar, situs-situs internet, dan data-data dari beberapa instansi yang berkaitan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Strategi pemasaran peternakan domba Hanjaya Farm berupa strategi bauran pemasaran *Marketing Mix* yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik dan juga volume penjualan. selanjutnya faktor pendukung dan faktor penghambat, yang menjadi faktor pendukung yaitu meningkatkan kualitas produk, memaksimalkan pelayanan dan dukungan masyarakat setempat. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat dalam strategi pemasaran usaha peternakan domba Hanjaya Farm yaitu sumber daya manusia yang rendah, pengetahuan masih minim, dan proses penjualan masih bergantung pada para pedagang dipasar.