

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bauran Pemasaran yang dilaksanakan pada PT Mitra Aneka Rezeki (MAR) Sumatera Selatan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan PT Mitra Aneka Rezeki (MAR) Sumatera Selatan bertujuan untuk menjelaskan kondisi yang sebenarnya secara nyata serta data hasil dari wawancara dengan Manager PT Mitra Aneka Rezeki (MAR) Sumatera Selatan. Pada Bauran Pemasaran yang dilakukan PT Mitra Aneka Rezeki memiliki beberapa tahapan yaitu, Mencari dan mengelompokkan pelanggan, melakukan pra pendekatan, melakukan pendekatan, melakukan presentasi, mengatasi keberatan calon pelanggan dan melakukan penutupan. Bauran Pemasaran memiliki kekurangan dan kelebihan atau keuntungan dalam proses penjualan. Kelebihan atau keuntungan dari Bauran Pemasaran sebagai sarana promosi lebih banyak berasal dari kenyataan bahwa hal itu melibatkan komunikasi tatap muka dengan calon pelanggan.

Kata kunci: Tahapan proses Baura Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to determine the Marketing Mix implemented at PT Mitra Aneka Rezeki (MAR) South Sumatra. The data analysis method used is descriptive qualitative analysis. Based on the descriptive analysis conducted by PT Mitra Aneka Rezeki (MAR) South Sumatra, the aim is to explain the actual conditions and data from interviews with the Manager of PT Mitra Aneka Rezeki (MAR) South Sumatra. The Marketing Mix implemented by PT Mitra Aneka Rezeki has several stages: finding and grouping customers, conducting pre-approaches, conducting approaches, making presentations, overcoming potential customer objections, and closing. The Marketing Mix has both advantages and disadvantages in the sales process. The advantages or benefits of the Marketing Mix as a promotional tool stem primarily from the fact that it involves face-to-face communication with potential customers.

Keywords: Stages of the Marketing Mix Process