

## ABSTRAK

Dalam sebuah bisnis, pemasaran memiliki banyak fungsi. Pemasaran tidak hanya mampu membuat orang awam memahami produk atau jasa yang ditawarkan, tapi juga meningkatkan penjualan hingga membuat bisnis tumbuh. Pemasaran sangat berperan penting untuk kemajuan sebuah bisnis. Pemasaran dapat membantu memberikan informasi mengenai jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan sasaran pasar. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen membutuhkan konsep pemasaran yang biasa disebut dengan istilah *marketing mix*. *Marketing mix* merupakan kombinasi dari empat variabel atau kegiatan inti tersebut meliputi produk, harga, dan promosi, dan biasa disingkat dengan 4P. Tujuan penelitian ini, yaitu menambah wawasan dan pengetahuan terkait proses strategi pemasaran *marketing mix* yang dilakukan di Koperasi BMT Insanul Kamil. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka terdapat maksud dan tujuan penelitian ini, yaitu menambah wawasan dan pengetahuan terkait proses strategi pemasaran *marketing mix* yang dilakukan di Koperasi BMT Insanul Kamil. Dalam penulisan laporan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang diuji. Dalam penelitian ini, peneliti telah memiliki definisi jelas tentang subjek penelitian dan akan menggunakan pertanyaan dalam menggali informasi yang dibutuhkan. Penerapan *marketing mix* pada koperasi BMT Insanul dijelaskan bahwa kegiatan marketing Koperasi BMT Insanul mengandalkan pola pemasaran konvensional, promosi melalui brosur, melakukan sosialisasi secara langsung untuk promosi kepada calon nasabah, menentukan target baru atau sasaran baru, melakukan promo, dan menawarkan pengelolaan dana kepada kelompok masyarakat.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran

## **ABSTRACT**

*In a business, marketing has many functions. Not only able to make ordinary people understand the products or services offered, but also increase sales to make the business grow. Marketing is very important for the progress of a business. Marketing can help provide information about the services offered by a company, so that it can meet the needs and desires of consumers in accordance with the target market. Meeting the needs and desires of consumers requires a marketing concept commonly referred to as the marketing mix. The marketing mix is a combination of the four variables or core activities including product, price, and promotion, and is usually abbreviated as the 4Ps. The purpose of this research is to add insight and knowledge related to the marketing mix marketing strategy process carried out at the BMT Insanul Kamil Cooperative. Based on the background described above, there are aims and objectives of this research, namely adding insight and knowledge related to the marketing mix marketing strategy process carried out at the BMT Insanul Kamil Cooperative. In writing this research report, researchers used descriptive research methods. Descriptive research is one type of research to present a complete picture of social settings or regarding the exploration and clarification of a variable related to the problem and the unit under study among those being tested. In this study, the researcher has a clear definition of the research subject and will use questions to find the information needed. The application of the marketing mix to the BMT Insanul cooperative explained that the marketing activities of the BMT Insanul Cooperative rely on conventional marketing patterns, promotion through brochures, direct socialization for promotion to prospective customers, determine new targets or new targets, conduct promotions, and offer fund management to community groups.*

*Keywords : Marketing Mix*