# **ABSTRAK**

**Muhammad Habib Alfajri,** Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada PT. ISM

Bogasari

Penelitianinidilakukanuntukmengetahui penerapan strategi bauran pemasaran pada PT. ISM Bogasari Depo Padang. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif berupaobservasipenelitiansecaralangsung kelapangan dengan carawawancara dengan Narasumber yang berada di objek penelitian yaitu Bapak AldinNirwansyah.

Berdasarkan hasil yang diperoleh penulis dapat memberikan kesimpulan tentang stategi bauran pemasaranPT. ISM Bogasari Depo Padang, hasil penelitian ini adalahPT. Bogasari Depo Padang menerapkan *Marketing mix* 4P, *Product, Price, Place, Promotion*. Produk (*Product)*, Bogasari menjual tepung terigu yaitu Cakra Kembar, Cakra Kembar Mas, Lencana Merah, Segitiga Biru, dan Payung. Harga (*Price*) yang di tawarkan PT. ISM Bogasari Depo padang adalah harga yang dapat bersaing dengan competitor lainnya dan sesuai dengan kualitas produk yang didapat.Tempat (*Place*), PT. ISM Bogasari depo Padang berada di Jl. Bagindo aziz Chan, Batipuh Panjang, Kec.Koto Tangah, Kota Padang. Dan untuk pemesanan Produk oleh konsumen harus melalui distributor Bogasari yang terdapat lima distributor untuk wilayah Sumatera Barat. Promosi (*Promotion*)yang dilakukan oleh PT. ISM Bogasari yaitu dengan cara memberikan promo lewat bonus kepada konsumen yang melakukan pembelian.Secara keseluruhan pemasaran PT. ISM Bogasari Padang sudah bagus dan sesuai dengan konsep teori aplikasi bauran pemasaran.

**Kata Kunci: *Product, Price, Place, Promotion***