

ABSTRAK

Sania Andreani(181340) :Tinjauan Bauran Pemasaran pada CV. Singgalang Motor Padang di Masa Pandemi Covid-19

Pembimbing : Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep pemasaran yang dikembangkan oleh CV. Singgalang Motor Padang yang ditinjau melalui pendekatan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap penjualan dimasa pandemi *covid-19*. Dengan menggunakan empat aspek yaitu, aspek produk, harga, tempat atau saluran distribusi dan promosi. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi , wawancara dan dokumentasi secara langsung kepada pihak manajer dan karyawan CV. Singgalang Motor Padang.

Berdasarkan hasil penelitian ini, bauran pemasaran yang diterapkan oleh CV. Singgalang Motor Padang. Seperti, produk yang ditawarkan oleh *Showroom* cukup berkualitas. Harga yang diberikan CV. Singgalang Motor Padang sesuai dengan harga pasaran dan bersifat fleksibel sehingga bisa dinegosiasi serta pemberian potongan harga untuk pelanggan. Tempat dan saluran distribusi pada CV. Singgalang Motor Padang sudah memiliki cabang dan letaknya yang strategis sehingga konsumen mudah untuk menemukan *Showroom*, selain itu juga memberikan fasilitas tambahan berupa ruangan diskusi untuk konsumen dan wifi gratis. Sedangkan promosi pada CV. Singgalang Motor Padang dilakukan secara offline yaitu dengan menggunakan brosur, pamflet, spanduk dan koran. Kemudian promosi secara online dengan menggunakan instagram, facebook, youtube, dan whatsapp. Akan tetapi ada beberapa aspek yang kurang diperhatikan dan perlu ditingkatkan, terlebih lagi pada masa pandemi *Covid-19* yang juga berdampak pada penurunan penjualan.

Kata kunci: Konsep pemasaran, dan bauran pemasaran