

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Rancangan Bauran Pemasaran Pada Produk Baja Ringan PT. Bumi Lancang Kuning Pusaka ini dilakukan dengan meneliti dan observasi pada keadaan internal dan eksternal dari PT. Bumi Lancang Kuning Pusaka itu sendiri. Pihak yang memberikan data untuk mendukung penelitian ini berasal dari pihak internal PT. Bumi Lancang Kuning Pusaka dengan cara wawancara yang tidak terstruktur. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sumber data primer yang berbentuk observasi dan wawancara, kemudian sumber data sekunder yang digunakan adalah dokumen perusahaan yang didapat dari PT. Bumi Lancang Kuning Pusaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Bumi Lancang Kuning Pusaka sudah memiliki STP dan 4P yang baik, hanya saja kurang pada elemen promosi dalam 4P dimana kurangnya promosi dari PT. Bumi Lancang Kuning Pusaka dan masih kurang mendapatkan *awareness* dari masyarakat. Dan juga PT. Bumi Lancang Kuning Pusaka belum maksimal dalam memanfaatkan *market size* dalam industri ini yang sangat besar. Maka dari itu penyusun memberikan saran agar PT. Bumi Lancang Kuning Pusaka memperbesar kapasitas produksi di seluruh pabrik secara merata dan bersamaan dengan memperluas jangkauan pasar dari masing-masing pabrik untuk dapat memenuhi kapasitas yang besar dari pabrik. Kemudian membuat sistem promosi yang baik seperti membuat website yang terus diperbaharui dan *social media* sebagai sistem promosi yang baik. Lalu yang saran terakhir adalah agar PT. Bumi Lancang Kuning Pusaka memperbanyak *sales* dan *product specialist* untuk meningkatkan penjualan serta memberikan *product knowledge* kepada pasar yang masih belum mengerti apa pentingnya produk yang berkualitas terhadap pembangunan konstruksi.

Kata kunci : bauran pemasaran, STP, 4P, baja ringan, pemasaran, strategi pemasaran