

Dr. H. Muh Said, MM., M.AP

# MAHIR MENGELOLAH MARKETING MIX ( P7) DAN PENERAPANNYA



**MAHIR MENGELOLAH  
MARKETING MIX (P7) DAN  
PENERAPANNYA**

**Dr. H. Muh. Said, MM., M.AP**

**Penerbit  
Nobel Press**

MAHIR MENGELOLAH MARKETING MIX  
(P7) DAN PENERAPANNYA  
Hak cipta 2023,

DR. H. Muh Said, MM., M.AP

Editor :

Fitriani Latief, S.P., M.M

Nurhaeda Z, S.E., M.M

Ukuran

Vii + 215 halm, Uk : 15,6 x 25 cm

ISBN : 978-623-6936-22-1

Cet. 1, Maret 2023

*Setting & Layout*

*Nobel press*

**PENERBIT NOBEL PRESS**  
*Anggota APPTI (006.075.1.1.2019)*

*Kampus ITB NOBEL Indonesia*  
*Jl, Sultan Alauddin No 212-Makassar*  
*Telp (0411 861281*  
*Website:www. Nobel,c0.id*  
*Bekerjasama dengan*  
*Penerbit Goresan Pena (Anggota IKAPI)*  
*www.goresan pena.co.id*

## **KATA PENGANTAR**

---

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, serta Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada nabi Muhammad SAW beserta keluarganya. Rasa Syukur yang tak terhingga berkat rahmat, petunjuk dan pertolongan-Nya, buku ini dapat terselesaikan.

Penulisan buku ini berangkat dari pembicaraan Presiden Direktur, dan Presiden Komisaris PT. Columbindo Perdana Bapak Leo Chandra melalui telepon yang meminta untuk menulis tentang pengalaman dan karir selama bekerja di PT Columbindo Perdana yang dikaitkan dengan teori dan penerapannya serta kisah nyata pengalaman saat bekerja diberbagai posisi jabatan dan berbagai tempat wilayah kerja yang pernah diemban mulai dari awal mula bergabung hingga saat mengundurkan diri dari perusahaan tersebut.

Penerbitan buku ini disajikan untuk dapat di terapkan di perusahaan dengan harapan bahwa tulisan ini dapat menjadi inspirasi dan cerminan bagi semua karyawan dalam meletakkan suatu landasan kontribusi terhadap teori-teori utamanya teori bauran pemasaran dan penerapan dengan pendekatan strategi manajemen pemasaran.

Penulis menyadari bahwa dalam tulisan ini tidak sempurna dan bahkan juga tidak lengkap. Meskipun demikian penulis berharap bahwa karya tulis ini dapat berperan dalam praktek dalam penerapan marketing Mix untuk meningkatkan kinerja atau produktivitas baik secara individu maupun secara kelompok di perusahaan.

Akhir kata penulisan ini di persembahkan kepada para pembaca guna menambah *knowledge* yang dapat dijadikan petunjuk dalam dunia kerja

Makassar, 26 Januari 2023

Dr. H. Muh Said, MM., M.AP

tulisan ini tidak  
ngkap. Meskipun  
a tulis ini dapat  
an marketing Mix  
ktivitas baik secara  
sahaan.

embahkan kepada  
ledge yang dapat

Januari 2023

id. MM., M.AP

dan Penerapannya

## DAFTAR ISI

---

---

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
I. PENDAHULUAN.....	1
II. LINTASAN SEJARAH PT. COOLUMBINDO PERDANA.....	5
III. BERGELUT DALAM DUNIA MARKETING SEBAGAI SUPERVISOR SHOW ROOM.....	13
IV. PENERAPAN STARTEGI MARKETING MIX (P7) DI SHOW ROOM MAL ATRIUM JAKARTA.....	23
V. MENGHADAPI KRISIS MONETER, KERUSUHAN DAN ANJOLOKNYA PENJUALAN.....	47
VI. PEKAN RAYA JAKARTA TAHUN 2000 DAN PENARIKAN SUPERVISOR SHOW ROOM.....	65
VII. AWAL MULA MEMIMPIN SHOW ROOM ATRIM PLAZA.....	71
VIII. DESAIN PENJUALAN DENGAN MARKETING MIX PADA CABANG JAKARTA UTARA.....	89
IX. KERJA KERAS DAN TANTANGAN SEBAGAI	

KEPALA CABANG MAKASSAR .....	97
X. STRATEGI MARKETING CABANG MAKASSAR DAN MERAH PROFIT .....	111
XI. PENERAPAN STRATEGI MARKETING SECARA NASIONAL.....	131
XII. KONSEP DIFERENSIASI DAN POSITIONING DI CABANG TANGERANG .....	143
XIII. PENCAPAIAN PENJUALAN 7 MILYAR PADA REGIONAL JATENG DAN YOGYAKARTA.....	151
XIV. MENGELOLAH GROUP SALES FORCE DAN KONSEP CANVASING .....	161
XV. ZONA MANAGER JAKARTA DUA.....	179
XVI. PENGALAMAN SEBAGAI KORDINATOR SURVEY. (WASDIT).....	
XVII. MENDAPAT PENJUALAN DENGAN KARPET MERAH.....	193
XVIII. PT. MAULIDA RESKI UTAMA.....	197
XIX. KESIMPULAN.....	201



# **MAHIR MENGELOLAH MARKETING MIX (P7) DAN PENERAPANNYA**

**Dr. H. Muh. Said, MM., M.AP**

Penerbit  
Nobel Press

MAHIR MENGELOLAH MARKETING MIX (P7)  
DAN PENERAPANNYA  
Hak cipta 2023,

DR. H. Muh Said, MM., M.AP

Editor :

Fitriani Latief, S.P., M.M  
Nurhaeda Z, S.E., M.M

Ukuran

Vii + 215 halm, Uk : 15,6 x 25 cm

ISBN : 978-623-6936-23-8

Cet. 1, Maret 2023

*Setting & Layout*  
*Nobel press*

# PENERBIT NOBEL PRESS

*Anggota APPTI (006.075.1.1.2019)*

*Kampus ITB NOBEL Indonesia*

*Jl, Sultan Alauddin No 212-Makassar*

*Telp (0411 861281*

*Website:www. Nobel,c0.id*

*Bekerjasama dengan*

*Penerbit Goresan Pena (Anggota IKAPI)*

*[www.goresan](http://www.goresanpena.co.id) pena.co.id*

# **KATA PENGANTAR**

---

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, serta Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada nabi Muhammad SAW beserta keluarganya. Rasa Syukur yang tak terhingga berkat rahmat, petunjuk dan pertolongan-Nya, buku ini dapat terselesaikan.

Penulisan buku ini berangkat dari pembicaraan Presiden Direktur, dan Presiden Komisaris PT. Columbindo Perdana Bapak Leo Chandra melalui telepon yang meminta untuk menulis tentang pengalaman dan karir selama bekerja di PT Columbindo Perdana yang dikaitkan dengan teori dan penerapannya serta kisah nyata pengalaman saat bekerja diberbagai posisi jabatan dan berbagai tempat wilayah kerja yang pernah diemban mulai dari awal mula bergabung hingga saat mengundurkan diri dari perusahaan tersebut.

Penerbitan buku ini disajikan untuk dapat di terapkan di perusahaan dengan harapan bahwa tulisan ini dapat menjadi inspirasi dan cerminan bagi semua karyawan dalam meletakkan suatu landasan kontribusi terhadap teori-teori utamanya teori bauran pemasaran dan penerapan dengan pendekatan strategi manajemen pemasaran.

Penulis menyadari bahwa dalam tulisan ini tidak sempurna dan bahkan juga tidak lengkap. Meskipun demikian penulis berharap bahwa karya tulis ini dapat berperan dalam praktek dalam penerapan marketing Mix untuk meningkatkan kinerja atau produktivitas baik secara individu maupun secara kelompok di perusahaan.

Akhir kata penulisan ini di persembahkan kepada para pembaca guna menambah *knowledge* yang dapat dijadikan petunjuk dalam dunia kerja

Makassar, 26 Januari 2023

**Dr. H. Muh Said, MM., M.AP**

# DAFTAR ISI

---

---

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
I. PENDAHULUAN.....	1
II. LINTASAN SEJARAH PT. COOLUMBINDO PERDANA.....	5
III. BERGELUT DALAM DUNIA MARKETING SEBAGAI SUPERVISOR SHOW ROOM.....	13
IV. PENERAPAN STRATEGI MARKETING MIX (P7) DI SHOW ROOM MAL ATRIUM JAKARTA.....	23
V. MENGHADAPI KRISIS MONETER, KERUSUHAN DAN ANJOLOKNYA PENJUALAN.....	47
VI. PEKAN RAYA JAKARTA TAHUN 2000 DAN PENARIKAN SUPERVISOR SHOW ROOM.....	65
VII. AWAL MULA MEMIMPIN SHOW ROOM ATRIM PLAZA.....	71
VIII. DESAIN PENJUALAN DENGAN MARKETING MIX PADA CABANG JAKARTA UTARA.....	89
IX. KERJA KERAS DAN TANTANGAN SEBAGAI	

KEPALA CABANG MAKASSAR .....	97
X. STRATEGI MARKETING CABANG MAKASSAR DAN MERAH PROFIT .....	111
XI. PENERAPAN STRATEGI MARKETING SECARA NASIONAL.....	131
XII. KONSEP DIFERENSIASI DAN POSITIONING DI CABANG TANGERANG .....	143
XIII. PENCAPAIAN PENJUALAN 7 MILYAR PADA REGIONAL JATENG DAN YOGYAKARTA.....	151
XIV. MENGELOLAH GROUP SALES FORCE DAN KONSEP CANVASING .....	161
XV. ZONA MANAGER JAKARTA DUA .....	179
XVI. PENGALAMAN SEBAGAI KORDINATOR SURVEY. (WASDIT).....	
XVII. MENDAPAT PENJUALAN DENGAN KARPET MERAH.....	193
XVIII. PT. MAULIDA RESKI UTAMA.....	197
XIX. KESIMPULAN.....	201