

**STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAHA RAKYAT
(KUR) PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA
(PERSERO) TBK. UNIT GATOT SUBROTO DENPASAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Oleh
Ni Made Mega Suciastari
NIM 1915713060**

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

**STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAHA RAKYAT
(KUR) PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA
(PERSERO) TBK. UNIT GATOT SUBROTO DENPASAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh
Ni Made Mega Suciastari
NIM 1915713060

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

ABSTRAK

Masa pandemi Covid-19 menyebabkan banyak masyarakat yang terkena dampak khususnya pada sektor perekonomian, melihat hal tersebut pemerintah mulai menggalakkan programnya yang bernama Kredit Usaha Rakyat (KUR) melalui bank – bank BUMN. Menurut data yang diperoleh dari Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar terdapat peningkatan target pencapaian KUR mulai dari tahun 2020. Strategi Pemasaran KUR sangat berpengaruh dalam pencapaian target KUR yang diberikan oleh pemerintah kepada Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran KUR pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar serta kendala yang dihadapi ketika melakukan pemasaran KUR itu sendiri. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis strategi pemasaran KUR dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 7P, dimana secara keseluruhan telah bagus namun ada beberapa bagian yang perlu ditingkatkan kembali serta ditemukan beberapa kendala namun telah dilakukannya beberapa upaya untuk menanggulangnya.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ni Made Mega Suciastari

NIM : 1915713060

Jurusan : Administrasi Niaga

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir saya dengan judul :
"Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar"

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Tugas Akhir ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 08 Juli 2022

Yang menyatakan,



Ni Made Mega Suciastari

NIM 1915713060

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

1. Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR)
Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto
Denpasar
2. Penulis
 - a. Nama : Ni Made Mega Suciastari
 - b. NIM : 1915713060
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Administrasi Bisnis

Badung, 23 Agustus 2022

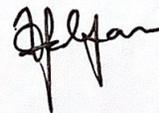
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
Menyetujui,
POLITEKNIK NEGERI BALI

Pembimbing I,

Pembimbing II,



I Nyoman Suka Sanjaya, SS., M.TESSOL, Ph.D.
NIP. 197409152000121002



Ketut Vini Elfarosa, SE., MM.
NIP. 197612032008122001

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR)
PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK.
UNIT GATOT SUBROTO DENPASAR**

Oleh:

NI MADE MEGA SUCIASTARI

NIM. 1915713060

Disahkan Oleh:

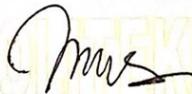
Ketua Penguji



Ketut Vini Elfarosa, SE., MM.

NIP. 197612032008122001

Penguji I



I Gede Iwan Suryadi, SE., MM.

NIP. 198003052008121001

Penguji II



Ni Putu Rita Sintadevi, S.Tr.Akt., M.Acc.

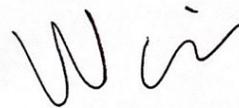
NIP. 202111009

Mengetahui
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua



Dr. I Ketut Santra, M.Si.
NIP. 196710211992031002

Badung, 23 Agustus 2022
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua,



I Made Widiantara, S.Psi., M.Si.
NIP. 197902182003121002

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar” ini tepat pada waktunya.

Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Diploma III Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali. Adapun Tugas Akhir ini merupakan hasil dari penelitian selama melaksanakan praktik kerja lapangan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk terjun langsung di dunia kerja melalui praktik kerja lapangan pada perusahaan swasta maupun negeri.
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah memfasilitasi dalam penyusunan Tugas Akhir.

3. Ibu Ni Made Kariati, S.Kom., M.Cs. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah membantu administrasi dokumen yang diperlukan.
4. Bapak I Made Widiantera, S.Psi., M.Si. selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis atas fasilitas, arahan, masukan dan saran dalam proses penyelesaian Tugas Akhir.
5. Bapak I Wayan Eka Dian Rahmanu, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Praktik Kerja Lapangan yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama pelaksanaan praktik kerja lapangan.
6. Bapak I Nyoman Suka Sanjaya, SS., M.TESSOL, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
7. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama penulis menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.

9. Seluruh Staff Administrasi Jurusan Administrasi Niaga yang telah membantu kelancaran proses administrasi yang dilakukan selama penyusunan Tugas Akhir ini.
10. Bapak I Putu Yoga Samudra selaku Kepala Unit PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan praktik kerja lapangan serta melakukan penelitian sebagai bahan penyusunan Tugas Akhir ini.
11. Ibu Ni Luh Wayan Sri Aryawati selaku Supervisor PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar yang telah membantu dan membimbing penulis selama melaksanakan praktik kerja lapangan dan penyusunan Tugas Akhir ini.
12. Seluruh karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar yang telah menerima dan mendukung penulis selama melaksanakan praktik kerja lapangan.
13. Kedua orang tua, kakak dan keluarga yang selalu mendukung baik secara material maupun mental serta memotivasi penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
14. Nyoman Krisnayana selaku orang terdekat penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik waktu dan tenaga dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

15. Seluruh teman – teman dan pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir yang baik perlu disempurnakan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan pendapat, kritik dan juga saran positif demi menyempurnakan Tugas Akhir ini sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.



Badung, 08 Juli 2022

Penulis

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

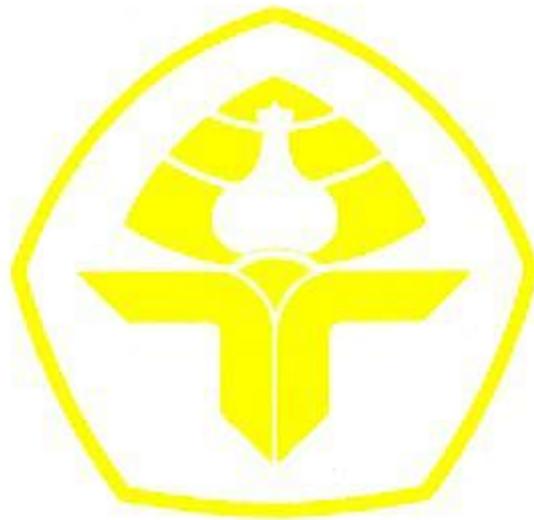
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Metode Penelitian.....	10
1. Lokasi Penelitian.....	10
2. Objek Penelitian.....	10
3. Data Penelitian.....	10
4. Teknik Analisis Data.....	13

BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Pemasaran.....	15
1. Pengertian Pemasaran.....	15
2. Tujuan Pemasaran	16
B. Strategi Pemasaran	20
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	20
2. Tujuan Strategi Pemasaran.....	21
3. Unsur - Unsur Strategi Pemasaran.....	22
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	25
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	34
A. Sejarah Perusahaan	34
B. Logo Perusahaan.....	36
C. Visi dan Misi Perusahaan	38
D. Bidang Usaha	39
E. Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Kebijakan Perusahaan.....	61
B. Analisis dan Interpretasi Data	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Simpulan.....	79

B. Saran 80

DAFTAR PUSTAKA

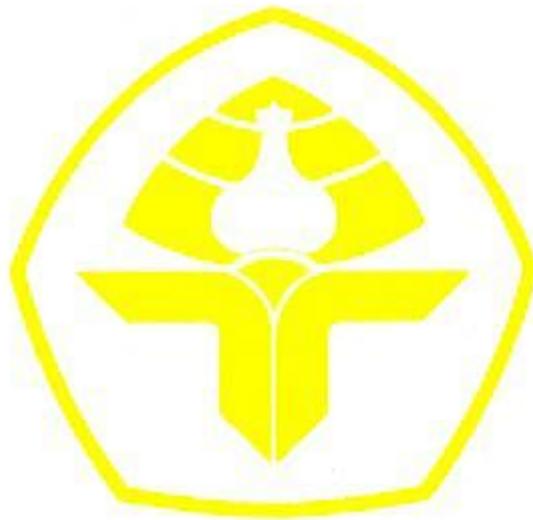
LAMPIRAN



**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Target KUR Tahun 2019 s.d 2021	5
---	---



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.....	36
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar	49
Gambar 4. 1 Prosedur Pencarian Nasabah KUR.....	73



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Brosur KUR Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar

Lampiran 2 : Dokumentasi *Survey* Lokasi Usaha

Lampiran 3 : Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 4 : Brosur Pembuatan SKU Secara Online

Lampiran 5 : Brosur Pembuatan NPWP Secara Online



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, perkembangan dunia usaha sudah semakin maju sehingga persaingan antar usaha pun semakin ketat. Setiap perusahaan memiliki target tersendiri yang harus dicapainya. Tercapai atau tidak target tersebut tergantung dengan bagaimana cara pemasaran dari perusahaan tersebut.

Pemasaran merupakan bagian terpenting dalam suatu perusahaan, karena yang menentukan maju atau tidaknya perusahaan ialah bagaimana pemasaran yang dilakukan agar mampu menarik perhatian calon konsumen sehingga perusahaan mampu memperoleh laba. Seringkali kita jumpai bahwa banyak barang - barang yang dijual adalah barang yang serupa, dari itulah bagaimana perusahaan harus mampu menjadi yang paling unggul dan tidak mengecewakan pelanggan sehingga nantinya tumbuhlah loyalitas dari pelanggan tersebut.

Loyalitas dari pelanggan sangat diperlukan karena akan memberikan efek jangka panjang bagi perusahaan. Menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat merupakan salah satu cara perusahaan agar mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, sehingga citra perusahaan menjadi baik. Jika sudah memiliki citra perusahaan yang baik maka akan lebih mudah bagi perusahaan dalam melakukan sebuah pemasaran nantinya.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu perusahaan perbankan yang bergerak di bidang jasa. Perbankan dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatannya yaitu menerima uang, melakukan pembayaran atau transaksi, menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Bank juga dikenal sebagai salah satu tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkan. Perbankan selalu berkaitan dengan masalah keuangan.

Perbankan dapat memberikan daya dukung terhadap terciptanya stabilitas sistem keuangan dan sistem perekonomian masyarakat. Biasanya perbankan menghimpun dana (*funding*) dari masyarakat dalam bentuk simpanan, lalu dana tersebut diputar kembali ke masyarakat dalam bentuk pinjaman atau sering dikenal dengan istilah kredit (*lending*) (Kasmir, 2014:10). Dalam perbankan membawa manfaat yang adil bagi semua

pihak, baik bagi pemilik dana sebagai deposan, pengusaha selaku debitur, maupun bank selaku pengelola dana.

Untuk mendukung usaha rakyat, Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu bank pemerintah memiliki fasilitas kredit dengan programnya yang bernama Kredit Usaha Rakyat (KUR). Program tersebut difokuskan pada usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi. Adapun nominal peminjamannya yaitu mulai dari Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 100.000.000. Tujuan program KUR dari Bank Rakyat Indonesia yaitu untuk mendukung usaha rakyat agar memiliki modal dalam menjalankan usahanya sehingga masyarakat yang memiliki usaha tidak perlu khawatir untuk mencari dana pinjaman yang aman.

Penyaluran KUR dilakukan melalui unit - unit yang tersebar di masing - masing daerah guna mempermudah masyarakat dalam proses administrasi serta agar lebih efektif dan efisien waktu. Selain itu, dengan adanya unit di masing-masing daerah bertujuan agar program ini dapat merata ke seluruh daerah termasuk daerah terpencil sekali pun.

Selama masa pandemi Covid-19 banyak kegiatan manusia yang terhenti. Sebagian besar usaha masyarakat mengalami penurunan bahkan mengalami kebangkrutan, tidak hanya itu banyak pula karyawan – karyawan yang terkena PHK.

Akibat adanya masa pandemi Covid-19 ini menyebabkan perekonomian masyarakat Indonesia semakin memburuk. Untuk memulihkan perekonomian akibat krisis pandemi Covid-19 pemerintah menggalakkan penyebaran program KUR ini untuk memajukan usaha – usaha masyarakat.

Seperti pada informasi yang diperoleh dari www.cnbcindonesia.com mengenai peningkatan target penyaluran KUR yang dilakukan oleh pemerintah yaitu mulai dari masa Pracovid-19 pada tahun 2019 sebesar Rp.140,1 Triliun, meningkat lagi pada tahun 2020 menjadi Rp. 198,53 Triliun, dan terjadi peningkatan lagi di tahun 2021 sebesar Rp. 285 Triliun. Pemerintah mulai menggalakkan peningkatan target KUR selama masa pandemi Covid-19 dengan menyalurkan dana KUR tersebut ke bank – bank pemerintah, salah satunya yaitu Bank BRI.

Lebih dari 60% dana yang dimiliki pemerintah untuk KUR ini ditargetkan kepada BRI. Dengan besarnya target yang diberikan pemerintah kepada Bank BRI maka tentu saja Bank BRI melakukan peningkatan target penyaluran KUR pula di masing – masing kantor unitnya. Begitu pulalah yang terjadi dengan Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar yang tentu saja mengalami peningkatan target penyaluran KUR ini.

Adapun peningkatan target KUR yang terjadi pada BRI Unit Gatot Subroto Denpasar selama masa pandemi Covid-19 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. 1 Target KUR Tahun 2019 s.d 2021

Tahun	Target
2019	Rp. 330.760.492.089,30
2020	Rp. 390.203.535.876,00
2021	Rp. 460.817.326.683,87

Sumber : Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar

Dalam upaya memenuhi target KUR yang diberikan oleh pemerintah tersebut, maka Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar harus berusaha keras memasarkan produknya pada usaha – usaha masyarakat. Tidak jarang masyarakat yang memiliki usaha menolak untuk melakukan pinjaman pada Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar, adanya penolakan tersebut dapat berasal dari beberapa komponen seperti pemberian informasi dan pendekatan komunikasi yang perlu diperhatikan lebih jauh lagi dalam penawaran kredit yang dilakukan oleh bagian pemasaran BRI Unit Gatot Subroto Denpasar.

Pendekatan komunikasi sangatlah penting dimiliki oleh bagian pemasaran karena melalui pendekatan komunikasi tersebut dapat menarik perhatian serta mempengaruhi minat

calon nasabah dalam mengambil keputusan. Kurangnya pendekatan komunikasi inilah yang akan menghambat proses pencapaian target KUR yang dimiliki Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar.

Kurangnya pemberian informasi serta pendekatan komunikasi dapat mempengaruhi kenyamanan calon nasabah seperti adanya rasa khawatir terhadap pinjamannya, dimana calon nasabah merasa takut tidak sanggup mengembalikan dana yang dipinjamnya sehingga banyak yang mengurungkan niatnya untuk meminjam dana. Sedangkan di luar sana banyak sekali bank kompetitor yang menawarkan kredit yang serupa sehingga menyebabkan adanya persaingan yang sangat ketat dalam pemasaran KUR tersebut.

Dengan adanya faktor-faktor tersebut tentu saja dapat mempengaruhi aktifitas pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar, jika sedikit masyarakat yang bersedia untuk meminjam dana maka tentu saja akan sangat sulit bagi Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar dalam memenuhi target yang diberikan oleh pemerintah.

Faktor-faktor itulah yang akan menjadi tantangan bagi Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar untuk lebih antusias dalam meyakinkan dan menarik minat calon nasabah terhadap pinjaman yang ditawarkan. Berdasarkan informasi yang

diperoleh dari Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar yaitu jika bagian pemasaran tidak mampu memenuhi target pada bulan lalu maka dibulan berikutnya bagian pemasaran tersebut harus mampu melunasi target yang belum terpenuhi dibulan lalu agar nantinya target pertahunnya berhasil terpenuhi.

Untuk memenuhi target pencapaian yang diberikan oleh pemerintah maka perusahaan perlu menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar pencapaiannya tetap konsisten atau tidak mengalami penurunan karena mengingat besarnya target penyaluran KUR yang diberikan pemerintah kepada Bank BRI. Adanya strategi yang baik menjadi alat yang sangat berperan agar pemasaran dapat dilakukan secara efektif dan efisien dimana dalam susunannya membutuhkan rancangan yang komprehensif atau integral guna mengetahui urutan-urutan yang sistematis dalam penerapannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian yang lebih dalam mengenai upaya-upaya apa saja yang telah dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar dalam memasarkan KUR tersebut, maka dari itu penulis mengambil judul **“Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar”**.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar ?
2. Apakah kendala yang dihadapi ketika melakukan pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pokok masalah tersebut, maka adapun tujuan dilakukan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar.
2. Untuk mengetahui kendala ketika melakukan pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh ijazah dalam menyelesaikan pendidikan Diploma III Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali. Selain itu untuk memperluas

pengetahuan, wawasan, serta pengalaman mahasiswa mengenai strategi pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan dapat menerapkan secara langsung materi yang diajarkan di kampus pada dunia kerja.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan mahasiswa mengenai dunia kerja dalam keadaan nyata yang berupa masalah serta penyelesaiannya sehingga nantinya mampu meningkatkan kualitas lulusan mahasiswa Politeknik Negeri Bali. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi pada perpustakaan Politeknik Negeri Bali yang dimana dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya.

3. Bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan atau saran bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan nantinya dalam proses pengambilan keputusan khususnya tentang strategi pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR).

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar yang berlokasi di Jl. Gatot Subroto Timur No. 82 X , Tonja, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali.

2. Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hak objektif, valid dan reliabel dengan suatu hal (variabel tertentu) (Sugiyono, 2017:411). Adapun objek penelitian dalam penyusunan laporan ini adalah “Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar”.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data

Untuk memahami lebih jelas maka penelitian ini dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini untuk memahami fenomena yang terjadi di

lapangan dan mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata.

Menurut Sugiyono (2015:23) menyatakan bahwa “data kualitatif adalah data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar”. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini ialah sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, serta strategi pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR).

b. Sumber Data

1) Data Primer

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2013:142) mengatakan bahwa “data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara)”.

Dalam penelitian ini data primer dikumpulkan dengan cara melakukan observasi dan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini, yaitu bagian marketing pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar.

2) Data Sekunder

Menurut Nur Indrianto dan Bambang Supono (2013:143) mengatakan bahwa “data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain)”.

Data sekunder merupakan data yang sudah jadi, dimana sebelumnya data tersebut telah dikumpulkan oleh pihak lainnya. Data-data tersebut dapat diperoleh dengan cara membaca buku atau jurnal terkait masalah yang ingin diteliti.

c. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Pada teknik ini pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung yang disertai pencatatan terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan panca indra. Pada hal ini peneliti melakukan pengamatan bagaimana bagian marketing PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar melakukan pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) kepada calon nasabahnya.

2) Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara ini dilakukan melalui proses tanya jawab dimana peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber atau sumber data. Biasanya data ini dikumpulkan menggunakan alat perekam atau sebuah pencatatan. Pada penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab kepada bagian marketing terkait strategi pemasaran yang dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar.

3) Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mencari data-data otentik yang sifatnya berupa dokumentasi. Data yang dimaksud dapat berupa catatan ataupun memori. Metode ini digunakan untuk memperoleh data terkait keadaan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif Kualitatif. Menurut Achmadi & Narbuko (2015:44) mengatakan bahwa “penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang

berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data dengan menyajikan, menganalisis, dan menginterpretasikannya”.

Sehingga dengan penelitian ini akan dijelaskan bagaimana “Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar”.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian mengenai strategi pemasaran KUR pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar yaitu sebagai berikut :

1. Hasil analisis strategi pemasaran KUR pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 7P yang meliputi *product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence*, dimana secara keseluruhan telah bagus namun pada *promotion* perlunya pemanfaatan yang lebih jauh pada aplikasi – aplikasi promosi lainnya sebagai media promosi agar informasi cepat menyebar. Selain itu pada *People* juga dapat dilakukan pendekatan komunikasi yang lebih dalam lagi oleh Mantri atau bagian marketing kepada pelaku usaha agar

dapat lebih meyakinkan pelaku usaha terkait produk yang ditawarkan.

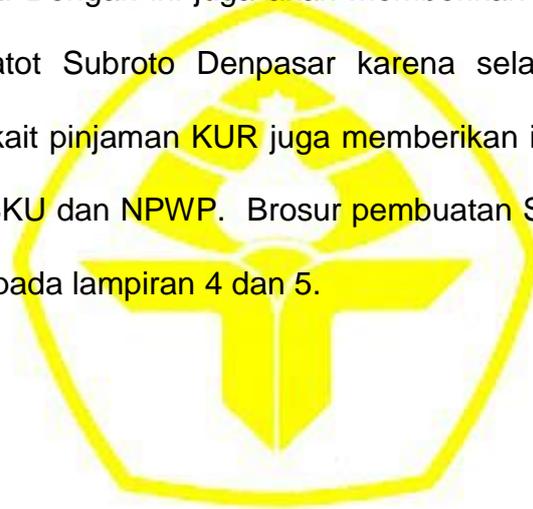
2. Dalam melakukan kegiatan pemasaran oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar ditemukan beberapa kendala seperti kurangnya informasi yang diperoleh masyarakat terhadap produk KUR, baik bunga, administrasi maupun kelengkapan usaha yang harus dimiliki seperti SKU dan NPWP. Selain itu, adanya kompetitor lain yang menawarkan produk serupa juga menjadi kendala. Namun telah dilakukannya upaya untuk menanggulangi kendala tersebut seperti memberikan informasi yang lebih jauh terkait produk KUR serta memperbanyak aktifitas penyebaran brosur kepada pelaku usaha.

B. Saran

Berdasarkan kendala yang dihadapi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Gatot Subroto Denpasar adapun saran yang dapat penulis berikan yaitu sebagai berikut :

1. Alangkah baiknya jika Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar dapat melakukan kerja sama dengan Kepala Pasar sebagai perantara dalam salah satu kegiatan pemasaran KUR yang dilakukan dengan cara mengumpulkan para pelaku usaha yang ada di pasar dan ingin melakukan pengajuan pinjaman KUR pada Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar serta memberikan informasi terkait prosedur dan kelengkapan administrasinya.

2. Terkait kelengkapan legalitas usaha seperti SKU dan NPWP, untuk itu peneliti telah membuat sebuah brosur yang berisikan tahapan pembuatan SKU dan NPWP secara online yang diperuntukkan kepada Bank BRI Unit Gatot Subroto Denpasar agar bisa disebarakan bersamaan dengan brosur KUR kepada pelaku usaha. Dengan ini juga akan memberikan nilai lebih pada BRI Unit Gatot Subroto Denpasar karena selain memberikan informasi terkait pinjaman KUR juga memberikan informasi terkait pembuatan SKU dan NPWP. Brosur pembuatan SKU dan NPWP dapat dilihat pada lampiran 4 dan 5.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, & Narbuko. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, E., & Soleh, S. 2013. *Dasar - dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Daryanto. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Huriyati, R. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kertamukti, R. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan : Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2017. *Prinsip - prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, L. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Morissan. 2012. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.

Mullins, J., & Walker Jr, O. 2013. *Marketing Management : A Strategic Decision-Making Approach*. New York: McGraw-Hill.

Peter, & Olson. 2012. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Ryan, D. 2014. *Understanding Digital Marketing*. Great Britian: Kogan Page Limited.

Stanton, W., & Futrell, C. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.

Cnbc Indonesia. "KUR Jadi Penyelamat UMKM di Masa Pandemi". <https://www.cnbcindonesia.com/market/20211117181454-17-292334/kur-jadi-penyelamat-umkm-di-masa-pandemi>. (Diakses 14 Juni 2022).

Liputan6.com. "Target Penyaluran KUR Naik Jadi Rp. 140 Triliun di 2019".

<https://m.liputan6.com/bisnis/read/3858564/target-penyaluran-kur-naik-jadi-rp-140-triliun-di-2019>. (Diakses 25 Juni 2022)

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI