

SKRIPSI
STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENGOPTIMALKAN KREDIT
USAHA RAKYAT (KUR) PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH
BALI CABANG UTAMA DENPASAR



POLITEKNIK NEGERI BALI

Usulan Penelitian Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyusun
Skripsi Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan
Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

Diajukan Oleh

I Putu Ari Saputra

1815744076

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional

Jurusan Administrasi Niaga

Politeknik Negeri Bali

Badung

2022

SKRIPSI

STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENGOPTIMALKAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH BALI CABANG UTAMA DENPASAR



**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bali**

Oleh:

I Putu Ari Saputra

NIM. 1815744076

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI**

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Strategi *Marketing Mix* Dalam Mengoptimalkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar
2. Penulis
- a. Nama : I Putu Ari Saputra
- b. NIM : 1815744076
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
Badung, 25 Juli 2022
POLITEKNIK NEGERI BALI

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Ketut Santra, MSi
NIP. 196710211992031002

Drs. I Made Ardana Putra, M.Si
NIP. 195912311989031012

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENGOPTIMALKAN KREDIT
USAHA RAKYAT (KUR) PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH
BALI CABANG UTAMA DENPASAR

Oleh:

I PUTU ARI SAPUTRA

NIM: 1815744076

Disahkan:

Ketua Tim Penguji



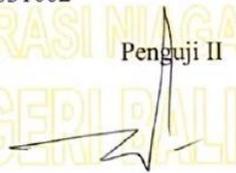
Dr. I Ketut Santra, M.Si
NIP. 196710211992031002

Penguji I



I Wayan Wirga, SE, MBA
NIP. 196107261988111001

Penguji II



Drs. Ida Bagus Putu Suamba, MA., Ph.D
NIP. 196312311992031013

Mengetahui

Jurusan Administrasi Niaga
Ketua



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

Badung, 22 Agustus 2022

Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua,



Cokorda Gede Putra Yudistira, S.E., M.M
196808271993031002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“I’m Not good at everything, i just do my best at everything.”

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas berkat dan rahmatnya lah akhirnya skripsi ini dapat dirangkum dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya persembahkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Kedua orang tua yang saya cintai dan banggakan yang selalu memberikan support dan doa.
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, Msi. Dan Bapak Drs. I Made Ardana Putra, M.si selaku dose pembimbing yang telah membimbing dan membantu saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Kepada senior BPD Bali Cabang Utama Denpasar dalam memberikan izin dan motivasi dalam memberikan data agar skripsi ini dapat selesai.
4. Terimakasih kepada diri sendiri sudah selalu semangat dan konsisten saat mengerjakan skripsi tercinta ini dan sudah mencapai dititik ini.
5. Teman teman tulang rusuk yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, atas dukungan selama proses skripsi berlangsung.

PERNYATAAN KEASILAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **Strategi *Marketing Mix* Dalam Mengoptimalkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Pt Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar** adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah skripsi ini tidak dapat 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 skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Badung, 22 Agustus 2022

Yang Menyatakan

I Putu Ari Saputra

NIM. 1815744076

ABSTRAK

Bank merupakan perusahaan yang memberikan produk berupa jasa. Bank juga merupakan lembaga keuangan yang membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Ketatnya persaingan dimasa sekarang mengharuskan Lembaga keuangan untuk membuat strategi baru salah satunya yaitu melalui strategi pemasaran dengan tujuan meningkatkan penjualan untuk memperoleh laba. Pada tahun 2019, KUR belum terrealisasi semaksimal mungkin dan jauh dari target yang telah ditentukan dengan pendapatan sebesar Rp.28,288,000,000, dengan total jumlah 131 debitur, pada tahun 2020 KUR pada Bank BPD Bali Cabang Utama Denpasar melampaui target yang telah ditetapkan sebesar Rp.36,164,000,000, dengan total 231 debitur. Masuk di tahun 2021 realisasi KUR mulai tidak terealisasi dengan target yang di tetapkan dengan pendapatan sebesar Rp.33,836,000,000. Total 259 debitur yang terdaftar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam mengoptimalkan kredit usaha rakyat (KUR) pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar. Data dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dengan menerapkan 7p, *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *proses* (proses). menunjukkan bahwa *Product* KUR SUMI dan KUR Kecil masih belum melampaui target yang ditentukan dengan persentase -82% dan -26%. Dalam Variabel *Price* KUR tersebut memiliki tarif bunga 6% tanpa ada biaya administrasi lainnya. Cara melakukan *promosi* BPD Bali Cabang Utama Denpasar melakukan promosi dengan cara *door to door*, *referral* dan media sosial. Pada variabel *Place* BPD Bali Cabang Utama Denpasar ber tempat ditengah kota Denpasar. Dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yaitu dengan mengikuti kegiatan-kegiatan seminar, training yang diselenggarakan oleh bank BPD bali kantor pusat. Bank BPD bali cabang utama denpasar telah menerapkan strategi prosesnya sesuai dengan undang-undang standar prosedur pelaksanaan kegiatan yang ada. Strategi bukti fisik ini tentang produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank BPD Bali cabang utama denpasar berupa jasa yang berwujud dan tidak berwujud.

Kata Kunci: *Marketing Mix*, Kredit Usaha Rakyat, 7p (*Product, Price, Promotion, Place, process, people, physical evidence*).

ABSTRACT

Bank is a company that provides products in the form of services. Banks are also financial institutions that help improve the standard of living of many people. The tight competition nowadays requires financial institutions to create new strategies, one of which is through marketing strategies with the aim of increasing sales to earn profits. In 2019, KUR has not been realized as much as possible and is far from the predetermined target with an income of Rp.28,288,000,000, with a total number of 131 debtors, in 2020 KUR at Bank BPD Bali Denpasar Main Branch exceeded the set target of Rp.36,164,000,000, with a total of 231 debtors. Entering 2021, the realization of KUR began to be unrealized with the target set with an income of Rp.33,836,000,000. A total of 259 registered debtors. This study aims to determine the marketing mix strategy in optimizing people's business credit (KUR) at PT Bank Pembangunan Daerah Bali Denpasar Main Branch. Data were collected through interview, observation, and documentation methods. The results of this study by applying 7p, product (product), price (price), place (place), promotion (promotion), people (people), physical evidence (physical facilities), and process (process). shows that the SUMI and Small KUR products still have not exceeded the specified target with the percentages of -82% and -26%, respectively. The KUR Price Variable has an interest rate of 6% without any other administrative costs. How to do promotions BPD Bali Denpasar Main Branch conducts promotions by door to door, referrals and social media. In the variable Place BPD Bali, Denpasar Main Branch is located in the middle of Denpasar city. In improving the quality of human resources, namely by participating in seminar activities, training organized by bank BPD Bali head office. Bank BPD Bali, the main branch of Denpasar, has implemented its process strategy in accordance with the existing standard procedure for implementing activities. This physical evidence strategy is about the financing products offered by the BPD Bali main branch Denpasar in the form of tangible and intangible services.

Kata Kunci: Marketing Mix, Kredit Usaha Rakyat, 7p (Product, Price, Promotion, Place, process, people, physical evidence).

PRAKATA

“Om Swastyastu”

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Ida Sang Hyang Widhi Wasa, Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan karunia-Nya penelitian skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Adapun judul yang diangkat dalam penelitian skripsi ini adalah “Strategi *Marketing Mix* dalam Mengoptimalkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar”.

Telah menjadi kewajiban bagi setiap mahasiswa untuk membuat skripsi sebagai persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma IV, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali. Dalam proses pembuatan skripsi ini penulis telah banyak mendapat motivasi dan saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Nyoman Abdi, SE, M.eCOM, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memebrikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Politeknik Negeri Bali.

2. Bapak Dr. Ketut Santra, M.Si. Selaku ketua Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali yang telah memberi pengarahan dan kesempatan melakukan penelitian dalam upaya memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma IV, Jurusan Administrasi Niaga.
3. Bapak Dr. Ketut Santra, M.Si. Selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia memeberikan waktu untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi hingga selesai.
4. Bapak Drs. I Made Ardana Putra, M.Si Selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia memeberikan waktu untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi hingga selesai.
5. Seluruh manajemen dan pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar, khususnya bagian Devisi Kredit yang telah memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman selama penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan.
6. Kepada seluruh keluarga, terutama kedua orang tua, I Ketut Maduyasa, Ni Nyoman Rastini dan 3 adik kecil saya yang telah memberikan segala doa dan dukungan kepada penulis.
7. Kepada Aan, Nando, Yansu, Gung bisma, Yoga, serta teman – teman kelas C MBI yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala dukungan, bantuan dan motivasinya untuk penulis selama proses penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi Terapan ini jauh dari sempurna, maka penulis mohon masukan untuk sempurnanya Skripsi Terapan ini. Penulis berharap Skripsi Terapan ini bermanfaat bagi semua pihak dan peneliti selanjutnya. Terimakasih.

“Om Shanti,Shanti,Shanti, Om”

Badung, 26 Juli 2022

Penulis

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASILAAN KARYA SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat praktis bagi perusahaan:	8
1.4.2 Manfaat teoritis, bagi pembaca dan penulis.....	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan teori	11
2.1.1 Strategi	11
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	12
2.1.3 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	15
2.1.4 Kredit	19
2.1.5 Kredit Usaha Rakyat.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Teoritis	35

BAB III METODE PENELITIAN	37
3.3 Jenis Data dan Sumber data	37
3.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.2.1 Wawancara.....	36
3.2.2 Observasi	37
3.2.3 Dokumentasi	38
3.3 Metode Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan	40
4.1.2 Bidang Usaha	42
4.1.3 Struktur Organisasi	49
4.2 Hasil Analisis Dan Pembahasan	50
4.2.1 Deskripsi hasil penelitian	50
a. Product / Produk	52
b. Price / Harga	55
c. Place / Tempat	57
d. Promotion / Promosi	59
e. People / Orang	62
f. Process / Proses	64
g. Physical evidence / Bukti Fisik	66
4.2.2 Pembahasan.....	68
4.3 Implikasi Penelitian	72
4.3.1 Implikasi teoritis	72
4.3.2 Implikasi Praktis	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Simpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

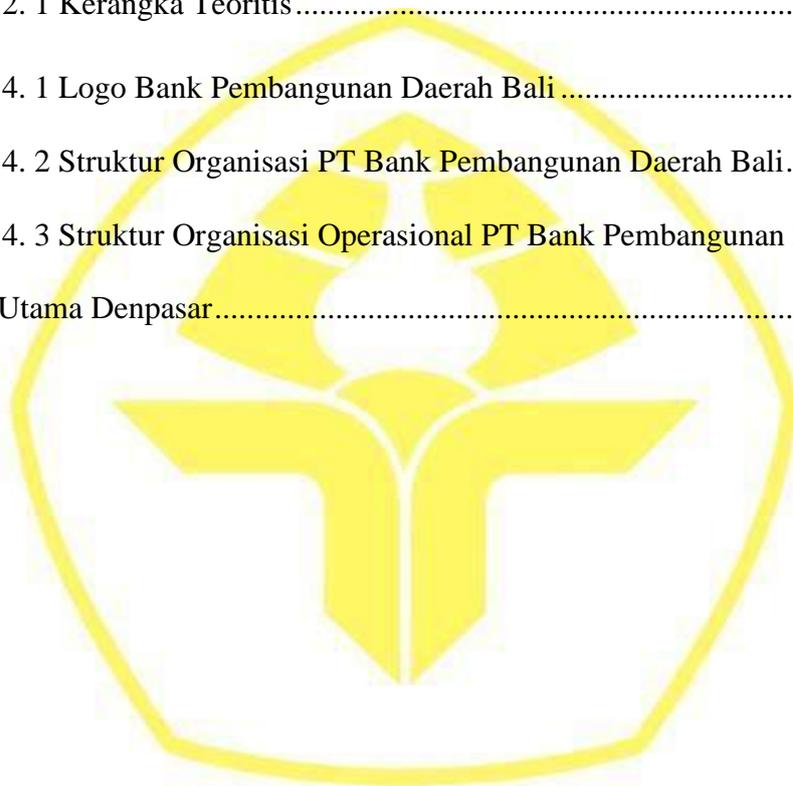
Tabel 1. 1 Jumlah Debitur, Target KUR, Realisasi KUR PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar dari tahun 2019-2021	4
Tabel 4. 1 pencapaian dan Target KUR bulan Januari - Januari 2022.....	54



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

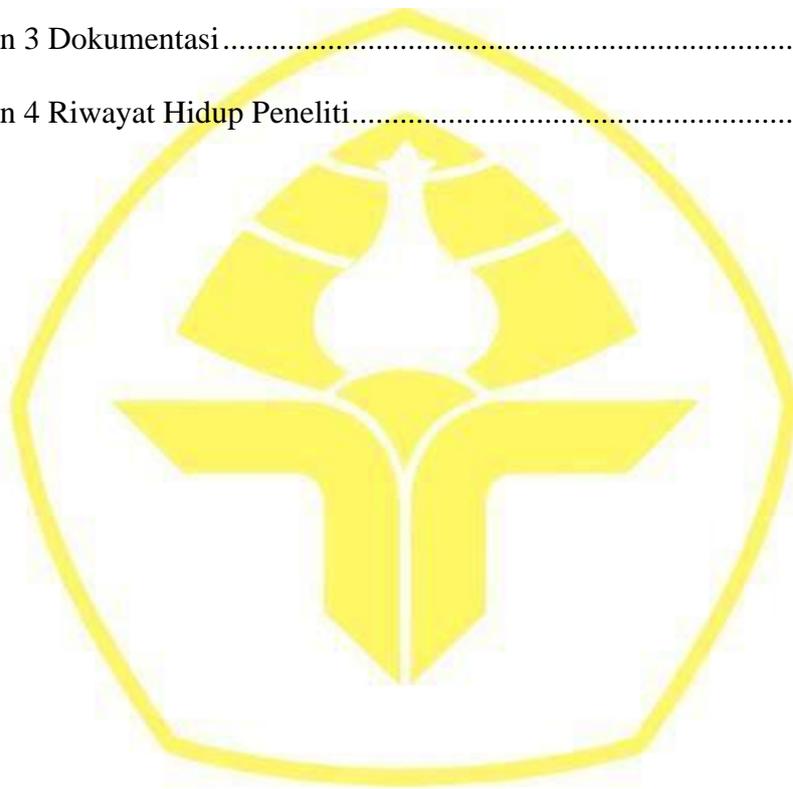
Gambar 1. 1 Statistik Perkembangan Kredit Indonesia	3
Gambar 2. 1 Kerangka Teoritis	35
Gambar 4. 1 Logo Bank Pembangunan Daerah Bali	42
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Bali.....	49
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Operasional PT Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar.....	50



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Bimbingan Skripsi	82
Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara.....	84
Lampiran 3 Dokumentasi.....	87
Lampiran 4 Riwayat Hidup Peneliti.....	89



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bali merupakan salah satu pulau yang berada di Indonesia, banyak wisatawan domestik maupun mancanegara ingin berlibur di pulau dewata ini, kunjungan wisatawan tentunya akan memberikan dampak positif bagi pelaku usaha khususnya UMKM, UMKM tersendiri memiliki peran penting dalam memutar roda perekonomian di Indonesia. Namun pengembangan UMKM masih menghadapi beberapa kendala salah satunya dari sisi Keuangan. Perlu ditekankan kembali Bank merupakan salah satu akses mudah untuk mendapatkan modal bagi pengusaha UMKM salah satunya yaitu Bank Pembangunan daerah Bali.

Bank merupakan perusahaan yang memberikan produk berupa jasa, Bank juga merupakan Lembaga keuangan yang membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak dengan dana yang di himpun sebelumnya. Menurut Undang-undang RI Nomor 10 tahun 1998, yang di artikan dengan bank ialah “Badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan juga menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau juga bentuk-bentuk lainya dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”

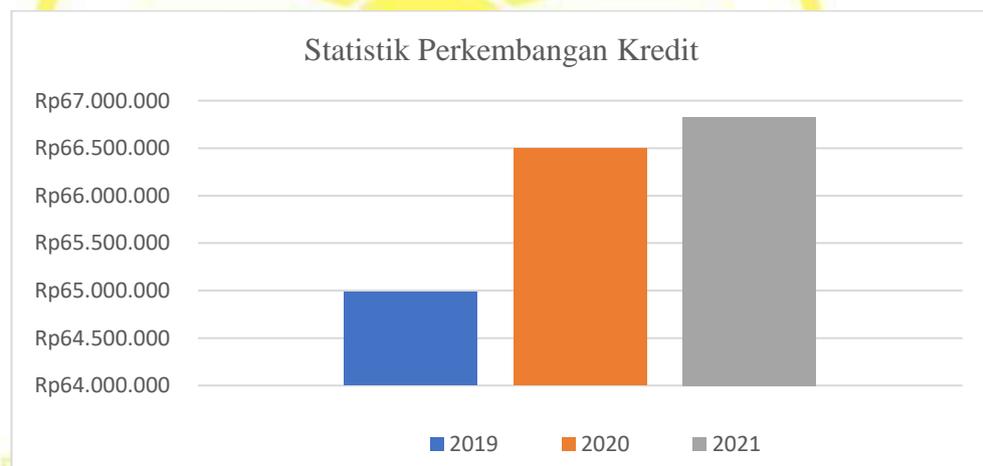
PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang utama Denpasar (BPD Bali Cabang Utama Denpasar) merupakan salah satu Lembaga keuangan yang bertempat daerah bali yang berperan sebagai pendorong ekonomi dan pembangunan daerah di segala bidang dalam rangka meningkatkan kemakmuran dan taraf hidup masyarakat. Letak yang strategis di tengah kota Denpasar yang merupakan daerah mobilitas pegawai tinggi dan tentunya terdapat banyak usaha mikro kecil menengah. Sebagai Bank umum BPD Bali memiliki kewajiban dalam memberikan pelayanan kepada seluruh masyarakat.

Lembaga keuangan khususnya Bank ini juga memiliki persaingan yang cukup ketat, Bank BPD Bali Cabang Utama Denpasar harus bisa memperhatikan beberapa hal agar tetap berkembang dalam persaingan usaha, dengan demikian maka perusahaan berusaha berbagai cara agar usaha yang didirikan mampu bersaing. Salah satu produk jasa yang ditawarkan dari Bank BPD bali yaitu kredit. kredit menurut Undang-Undang perbankan nomor 10 tahun 1998 adalah Penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Produk jasa salah satunya kredit yang ditawarkan dari BPD Bali memiliki beberapa produk salah satunya yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan bagian dari rancangan pemerintah yang ditunjukkan untuk mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang layak usahanya untuk mendapatkan sarana kredit

ataupun pembiayaan dari dana perbankan atau Lembaga keuangan yang merupakan penyalur KUR.

Pada tanggal 5 November 2007, Presiden meluncurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) kepada para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Berdasarkan pasal 1 Peraturan Menteri Koordinator Bidang Ekonomi No 8 Tahun 2015 yaitu kredit atau pembiayaan modal kerja atau investasi kepada debitur usaha yang produktif atau UMKM (usaha mikro kecil menengah) dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup dan usaha tersebut minimal sudah berjalan selama 6 (enam) bulan.



Gambar 1. 1 Statistik Perkembangan Kredit Indonesia

Sumber : Website Otoritas Jasa Keuangan, Data diolah

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa perkembangan Kredit di Indonesia dari Tahun 2019 hingga Tahun 2021. Pada tahun 2019 hingga tahun 2020 kredit di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Lain halnya pada tahun 2021 statistik kredit perkembangan kredit di industri

perbankan meningkat lebih sedikit dari tahun 2020. Dengan demikian perbandingan Kredit yang sudah tersebar pada industri perbankan Indonesia sangat mempengaruhi kualitas dari perbankan tersendiri, Khususnya pada Bank BPD Bali yang terkhususkan pada produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) mengalami grafik naik turun sehingga perlu di analisis lebih dalam.

Kredit khususnya KUR yang ditawarkan oleh BPD Bali yaitu terdiri atas 2 jenis yaitu KUR Mikro dan KUR kecil, KUR Mikro dimana rentang plafon pinjamannya sampai dengan Rp.25,000,000,00, dan KUR Kecil dengan rentang plafon pinjamannya sampai dengan >25 juta – 500 juta, suku bunga yang diberikan juga lumayan rendah yaitu sebesar 6% pertahun. Setiap tahunnya Bank BPD Bali Cabang Utama Denpasar memiliki target yang berbeda beda tiap tahunnya. Target tersebut sudah di tetapkan langsung oleh BPD Bali kantor pusat.

Tabel 1. 1 Jumlah Debitur, Target KUR, Realisasi KUR PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar dari tahun 2019-2021

No	Tahun	Jumlah Debitur	Target KUR (Dalam Jutaan rupiah)	Realisasi KUR (Dalam Jutaan Rupiah)
1	2019	131	45,050,000,000	28,288,000,000
2	2020	231	32,728,000,000	36,164,000,000
3	2021	259	35,520,000,000	33,836,000,000

Sumber: PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar, Data

diolah

Dilihat pada tabel, pada tahun 2019, KUR belum terealisasi semaksimal mungkin dan jauh dari target yang telah ditentukan dengan pendapatan sebesar Rp.28,288,000,000, dengan total jumlah 131 debitur, Pada tahun 2020 KUR pada Bank Bpd Bali Cabang Utama Denpasar naik dengan sangat signifikan dan melampaui target yang telah ditetapkan sebesar Rp.36,164,000,000, dengan total 231 debitur, Masuk ditahun 2021 realisasi KUR mulai tidak terealisasi dengan target yang di tetapkan dengan pendapatan sebesar Rp.33,836,000,000. Total 259 debitur yang terdaftar.

Fenomena yang terjadi seperti tabel diatas Bank BPD bali Cabang Utama Denpasar harus memperhatikan manajemen perusahaan yang mampu mengoperasikan perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan lain yang menawarkan layanan sejenis. Ketatnya persaingan bisnis di masa sekarang membuat perusahaan harus memiliki strategi baru.

Marketing ini sangat diperlukan perbankan maupun badan usaha yang lain, kegiatan marketing dilaksanakan mulai pada perencanaan, penentuan produk, harga, distribusi, dan cara mempromosikannya dengan maksud memuaskan kepentingan nasabah. Dalam kegiatan marketing sangat diperlukan konsep strategi. Strategi inilah yang kemudian digunakan untuk memenuhi tujuan bank, baik jangka pendek maupun jangka Panjang.

Konsep pemasaran adalah kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektifitas dan efisiensi. Pemasaran modern

memerlukan lebih dari sekedar upaya mengembangkan produk yang baik, menawarkan dengan harga yang menarik, dan membuatnya mudah dijangkau atau diperoleh oleh nasabah, tetapi perusahaan harus berkomunikasi dengan para stakeholder yang ada sekarang dan berpotensi, serta masyarakat umum. Setiap bank tidak dapat menghindari perannya sebagai komunikator dan promotor.

Perlu diperhatikan bahwa strategi pemasaran memiliki istilah Bauran Pemasaran (Marketing Mix), merupakan suatu cara dimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumennya yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari 7 macam, yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.

Pemasaran merupakan kegiatan terpenting yang dilakukan perusahaan atau pebisnis guna mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan juga mendapatkan laba. Menurut Assauri (2014:68), Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan". Berhasil tidaknya dalam mencapai tujuan bisnis tergantung bagaimana cara keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lainnya. Selain itu kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.

Umumnya setiap usaha penjualan yang dijalankan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing, dan tentunya meminimalkan biaya produk yang dikeluarkan untuk mencapai hasil keuntungan maksimal. Keuntungan yang didapat mencerminkan keberhasilan suatu usaha penjualan dalam melaksanakan manajemen, dan menjaga kelangsungan usaha yang dilakukan.

Untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan maka strategi merupakan hal sangat penting bagi perusahaan tersebut karena strategi merupakan suatu cara dalam menguasai sebuah pasar. Menurut Kasmir (2010) Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan. Adapun tujuan dari pemasaran adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa sesuai bagi konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan sendirinya.

Faktor yang ada dalam bauran pemasaran (marketing mix) merupakan variabel-variabel yang diharapkan mampu menciptakan strategi marketing yang baik agar mendapatkan sasaran yang tepat untuk perencanaan kedepannya, atau dengan kata lain variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa pada sebuah perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam tentang marketing mix dalam prakteknya

terkhususnya pada kredit usaha rakyat (KUR) di Bank BPD Bali Cabang Utama Denpasar, yang dituangkan dalam tugas akhir dengan judul: “Strategi *Marketing Mix* dalam mengoptimalkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan, maka dapat dibuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Bauran Pemasaran (*marketing mix*) dalam mengoptimalkan kredit usaha rakyat (KUR) pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi Bauran Pemasaran (*marketing mix*) dalam mengoptimalkan kredit usaha rakyat (KUR) pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini tentu penulis ingin menghasilkan sesuatu yang bermanfaat yang bagi perusahaan yang menjadi subjek penelitian, bagi penulis dan juga bagi pembaca sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat praktis bagi perusahaan:

Apa yang diperoleh dari penelitian ini, penulis dapat merekomendasikan dan memberikan solusi masukan untuk

mengoptimalkan pemasaran kredit usaha rakyat (KUR) maupun produk lainnya.

1.4.2 Manfaat teoritis, bagi pembaca dan penulis

a. Bagi pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah kajian dalam teori kasus yang sama dan juga dijadikan sebagai referensi pembaca.

b. Bagi penulis

Diharapkan agar apa yang diperoleh dari penelitian ini dijadikan sebagai pembelajaran untuk pengembangan ilmu kedepannya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan

pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang telah di bagi menjadi dua yaitu teoritis dan praktis.

BAB II: Kajian Pustaka

Pada bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang meliputi pengertian Pemasaran, pengertian Strategi, pengertian Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran (Marketing Mix), Kredit dan juga Kredit Usaha Rakyat. pada bab ini sub bab membahas mengenai penelitian terdahulu dan juga kerangka teoritis

BAB III: Metode Penelitian

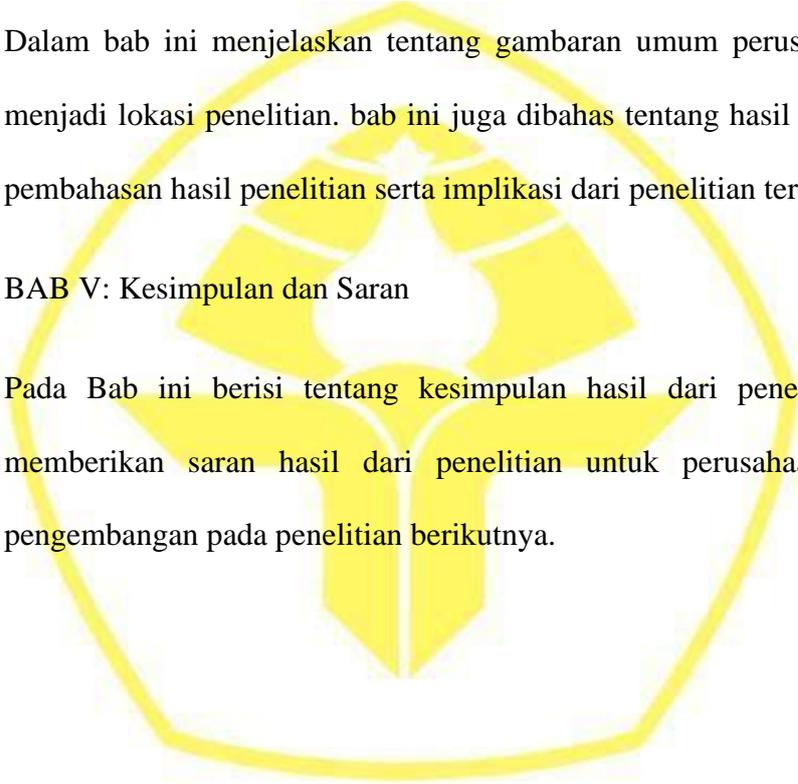
Pada Bab ini menjelaskan mengenai Tempat penelitian, Obyek penelitian, Sumber data, Jenis Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis data, jadwal penelitian, dan juga sistematika penulisan.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan yang menjadi lokasi penelitian. bab ini juga dibahas tentang hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian serta implikasi dari penelitian tersebut.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Pada Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil dari penelitian, serta memberikan saran hasil dari penelitian untuk perusahaan maupun pengembangan pada penelitian berikutnya.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Strategi *Marketing mix* dalam mengoptimalkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar”. Yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil yang ditemukan dalam mengoptimalkan Kredit Usaha Rakyat BPD Bali Cabang Utama Denpasar masih ada produk yang belum optimal. Hal tersebut perlu dianalisis kembali guna mengoptimalkan produk tersebut pada pasar yang tepat. BPD Bali Cabang Utama Denpasar memberikan penawaran khusus kepada *prime* Customer dengan memberikan persentase kredit KUR Bunga menurun. Dengan persentase bunga 6%, maka demikian hampir banyak masyarakat memilih KUR ketimbang Produk kredit lainnya.

Dalam promosi Bank BPD Bali Cabang Utama Denpasar lebih cenderung menawarkan produknya langsung terjun kelapangan guna bertemu langsung kepada calon debitur, seperti pasar tradisional, membuka stand, banjar-banjar dan kampung nelayan. Dengan menggunakan website KURBali.com calon

debitur dipermudah dalam mengakses atau mengajukan KUR tanpa datang langsung ke Bank BPD Bali Cabang Utama Denpasar. Kurangnya pemasaran pada media online bisa mengakibatkan kurang pemahannya akan produk yang ditawarkan oleh BPD Bali cabang Utama Denpasar tersebut. Pada tarif bunga KUR, BPD Bali Cabang Utama Denpasar sudah ditetapkan oleh pemerintah. Dalam perhitungan tarif bunga pada BPD Bali Cabang Utama Denpasar dipastikan menurun. BPD Bali yang bertempat ditengah kota Denpasar membuat akses para calon nasabah menjadi mudah, namun banyaknya pesaing usaha dikota Denpasar membuat BPD Bali harus mampu memberikan pelayanan jasa pada KUR dengan baik. BPD Bali cabang Utama Denpasar dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada, yaitu dengan mengikuti kegiatan-kegiatan seminar yang diadakan oleh kantor pusat.

Setelah melakukan promosi ada beberapa syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon nasabah mengenai pembiayaan KUR tersebut agar dapat diproses lebih lanjut. Hal tersebut didukung dengan adanya bukti fisik mengenai produk yang ditawarkan oleh bank BPD Bali cabang utama Denpasar berupa jasa berwujud dan tidak berwujud, dimana jasa yang berwujud mengarah pada produk pembiayaan salah satunya yaitu pembiayaan KUR dan bukti tidak wujudnya mengarah pada pelayanan jasa.

1.2 Saran

Setelah melihat hasil penelitian diatas adapun saran yang akan diberikan sebagai suatu masukan untuk PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Utama Denpasar. Adapun beberapa saran yang disarankan, sebaiknya:

- a. Perusahaan melakukan pembuatan peta wilayah yang ada di Bali sehingga bank mampu melihat potensi wilayah yang belum maksimal disasar guna mendapatkan nasabah baru.
- b. Menyesuaikan produk KUR tersendiri dalam memasarkan produk pada potensi daerah tertentu.
- c. BPD Bali Cabang Utama Depasar harus mampu mengoptimalkan dalam media marketing online dalam memasarkan produk KUR seperti Instagram, dengan membentuk sebuah tim pemasaran khusus secara online.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azhar, H. (2017). Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang Dan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada PT. JNE Express Cabang Utama Kota Bandar Lampung).
- Catur W, H. &. (2012). Analisis pengaruh marketing mix terhadap penjualan keramik (studi kasus pada industri keramik kasongan di kabupaten bantul, jogjakarta). *Journal of Industrial Engineering and Management*.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management*. Jakarta: edisi 12.
- Ginting, N. F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Hariyani, I. (2010). *Restrukturisasi dan Penghapusan Kredit Macet*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ida, F. (2015). Strategi marketing mix untuk mengoptimalkan produk simpanan sukarela (studi kasus di BMT Walisongo Papandayan Semarang).
- Indonesia, I. B. (2015). *Bisnis Kredit Perbankan*. Jakarta: Gramedia.
- Karlina, R. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro Di Bri Syariah Kcp Mojoagung (Doctoral dissertation, Iain Ponorogo).

Kasmir. (2004). *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2010). *Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Khotijah. (2014). *Smart Strategy Of Marketing*. Bandung: ALFABETA.

Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks.

prahalad, H. d. (2018). *management*. new delhi: Tata McGraw Hill.

Sari, S. M. (2018). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 4P TERHADAP PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI PT. BRI SYARIAH.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT alfabet.

Sunyoto. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).

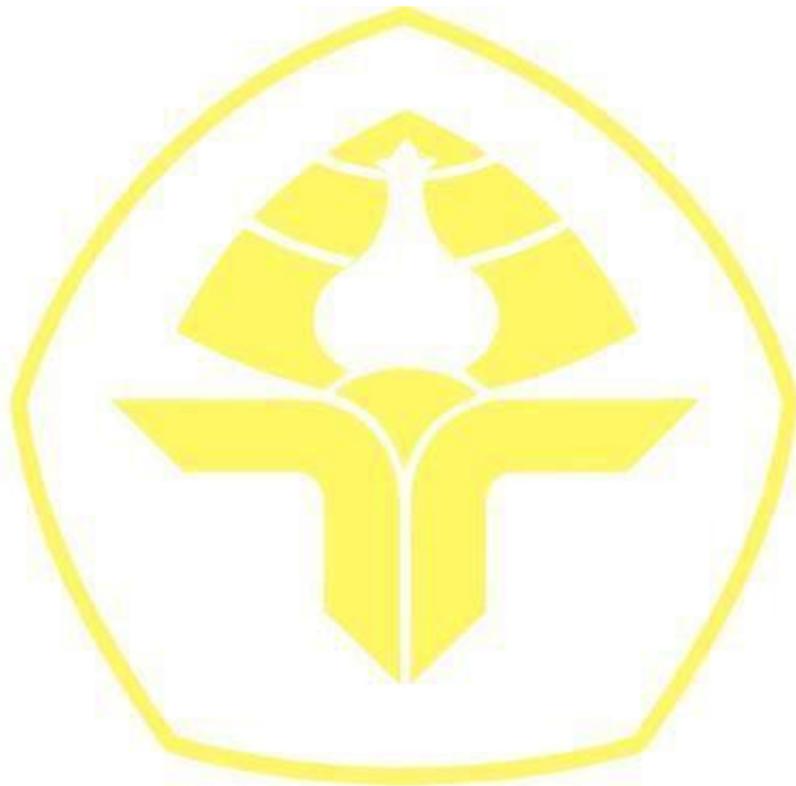
Suwartono. (2014). *Dasar-dasar Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Undang-undang No. 10. 1998. (n.d.). Retrieved from "Undang-undang No. 10

Tahun 1998 Tentang perbankan": [https://id.wikisource.org/wiki/Undang-](https://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang_Republik_Indonesia_Nomor_10_Tahun_1998)

[Undang_Republik_Indonesia_Nomor_10_Tahun_1998](https://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang_Republik_Indonesia_Nomor_10_Tahun_1998)

Vildayanti, R. A. (2019). Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

