

ABSTRACT

**IMPLEMENTATION OF MARKETING MIX MARKETING STRATEGY IN
INCREASING THE NUMBER OF CREDIT CUSTOMERS AT PD BPR
ARTHA GALUNGGUNG TASIKMALAYA
(Case for Fixed Income Employees for Certification Profession at PD BPR
Artha Galunggung Tasikmalaya)**

By:

HERI MUHAMAD PARHAN

NPM. 183404058

Guidance I : Hj. Noneng Masitoh, Ir., MM

Guidance II : Andri Helmi Munawar, SE, MM.

The purpose of conducting this research is to determine implementation marketing strategy with a marketing mix approach in increasing the number of fixed income employee credit or KPBT customers and analyzing constraints and solutions in implementing the marketing mix in PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya. This study used a qualitative descriptive method dept interview method and participant observer studies. Based on the results of the study, it shows that PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya implemented a marketing mix in increasing the number of KPBT credit customers. 7P marketing strategy includes Product, Pricing, Place, Promotion, People, Physical Evidence and Process. In implementing the marketing strategy, there are two obstacles that need to be solved consisting of internal barriers and external barriers. From the results of the study, the authors suggest that the implementation of marketing should improve the quality of human resources and company operations and improve the concept of sales promotion to provide information in order to increase the number of KPBT credit customers.

Keywords: Implementation; Marketing Strategy Marketing Mix; Credit; Rural banks.

ABSTRAK

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN *MARKETING MIX* DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH KREDIT PADA PD BPR
ARTHA GALUNGGUNG TASIKMALAYA
(Kasus pada Pegawai Pegawai Berpenghasilan Tetap (KPBT) untuk Profesi
Sertifikasi pada PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya)**

Oleh:

HERI MUHAMAD PARHAN

NPM. 183404058

Pembimbing I : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

Pembimbing II : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.

Tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran dengan pendekatan *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah Kredit Pegawai Berpenghasilan Tetap (KPBT) dan menganalisis hambatan serta solusi dalam implementasi *marketing mix* pada PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode *dept interview* dan *participant observer studies*.

Berdasarkan Hasil penelitian, menunjukkan bahwa PD BPR Artha Galunggung Tasikmalaya mengimplementasikan *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah kredit KPBT. Strategi pemasaran 7P meliputi *Product, Pricing, Place, Promotion, People, Physical Evidence* dan *Process*. Dalam penerapan strategi pemasaran terdapat dua hambatan yang perlu dicarikan solusinya yang terdiri dari hambatan internal dan hambatan eksternal. Dari hasil penelitian, penulis menyarankan pada pelaksanaan pemasaran harus meningkatkan kualitas SDM dan operasional perusahaan serta meningkatkan konsep promosi penjualan untuk memberikan informasi guna meningkatkan jumlah nasabah kredit KPBT.

Kata Kunci: Implementasi; Strategi Pemasaran *Marketing Mix*; Kredit; Bank Perkreditan Rakyat.