

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY OF MICRO PEOPLE'S BUSINESS CREDIT (KUR) IN THE COVID-19 PANDEMIC AT PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk. KC TASIKMALAYA

By:

Seli Agustiani

193404107

Guidance:

Guidance I : Yuyun Yuniasih, S.E., M.Si.

Guidance II : Agi Rosyadi, S.E., M.M.

The purpose of this study was to determine the marketing strategy of micro KUR products at PT. Bank BTN (Persero) Tbk. Tasikmalaya Branch Office. The research method uses qualitative methods, data collection techniques using the In Depth Interview (in-depth interview), literature study and participant observer (field observations) and conclusions. Based on the research results of Bank BTN KC Tasikmalaya using the 7P marketing mix consisting of product, price, place, promotion people, physical evidence and process. The obstacle faced by Bank BTN KC Tasikmalaya is the difficulty to market micro KUR products directly. This is because the markets are locked down and closed, so that for 2020 until now the micro KUR at Bank BTN KC Tasikmalaya has decreased. The author recommends to be more aggressive in marketing micro KUR by doing more advertising marketing, holding promotions through social media which have great opportunities in line with the current situation.

Keywords: Marketing Strategy, KUR Micro, Bank.

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) MIKRO DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) Tbk. KANTOR CABANG TASIKMALAYA

Oleh:

Seli Agustiani

193404107

Di bawah bimbingan:

Pembimbing I : Yuyun Yuniasih, S.E., M.Si.

Pembimbing II : Agi Rosyadi, S.E., M.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk KUR mikro pada PT. Bank BTN (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan *metode In Depth Interview* (wawancara mendalam), *study* pustaka dan *participant observer* (observasi lapangan) dan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian Bank BTN KC Tasikmalaya menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yang terdiri dari *product, price, place, promotion people, physical evidance* dan *process*. Hambatan yang dihadapi Bank BTN KC Tasikmalaya adalah kesulitan untuk memasarkan produk KUR mikro secara langsung. Hal ini dikarenakan pasar-pasar terkena *lockdown* dan ditutup, sehingga untuk tahun 2020 sampai saat ini KUR mikro di Bank BTN KC Tasikmalaya mengalami penurunan. Penulis merekomendasikan untuk lebih gencar lagi dalam memasarkan KUR mikro dengan memperbanyak melakukan pemasaran pengiklanan, mengadakan promosi melalui media sosial yang memiliki peluang besar seiring dengan keadaan yang dihadapi saat ini.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, KUR Mikro, Bank.