

## **ABSTRACT**

### ***MARKETING STRATEGY OF PEOPLE'S BUSINESS CREDIT PRODUCTS WITHOUT COLLATERAL (MICRO) ON PT. BANK NEGARA INDONESIA KCP CIKURUBUK TASIKMALAYA***

*By:*

**Dzikri Alipudin**

NIM. 203404102

*Guidance:*

*Guidance I* : Dede Arif Rahmani. S.Pd., M.M.

*Guidance II* : Mira Rahmawati. S.P., M.M.

*This study attempts to determine the marketing approach employed by Bank Negara Indonesia to promote Micro Business People's Credit (KUR), one of the products of People's Business Credit (KUR), which is offered without collateral or guarantees. The study's focus is on Micro Business Credit (KUR). employing descriptive qualitative data analysis as a method of data analysis. utilizing in-depth interviews and direct observation to gather research data. In order to promote items and influence consumers to reach their goals, marketing strategy is crucial. Based on the findings of the study, it was discovered that the Bank Negara Indonesia Cikurubuk Tasikmalaya Sub-branch Office uses a marketing mix that includes the following 7P elements: product (product), price (price), place (place), promotion (promotion), people (people), and tangible evidence (physical appearance), and process (process). The obstacles experienced by Bank BNI KCP Cikurubuk are related to the process components in the 7P marketing mix, with solutions using the 5C analysis principles and educating prospective borrowers.*

*Keyword: Marketing Strategies, Marketing Mix, people's Business Credit, Bank*

## ABSTRAK

### STRATEGI PEMASARAN PRODUK KREDIT USAHA RAKYAT TANPA AGUNAN (KUR MIKRO) PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) KCP CIKURUBUK TASIKMALAYA

Oleh:

**Dzikri Alipudin**

**NIM. 203404102**

Pembimbing I : Dede Arif Rahmani. S.Pd., M.M.

Pembimbing II : Mira Rahmawati. S.P., M.M.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan Bank Negara Indonesia untuk memasarkan salah satu produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro tanpa agunan atau jaminan. Objek penelitiannya yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro. Metode yang digunakan analisis data, yaitu menggunakan analisis data kualitatif deskriptif. Pengumpulan data penelitian ini dengan menggunakan metode wawancara secara mendalam dan observasi secara langsung. Strategi pemasaran merupakan hal yang penting dalam memasarkan produk dan berpengaruh untuk mencapai target yang diinginkan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa Bank Negara Indonesia Kantor cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya dalam strategi pemasaran produk Kredit Usaha rakyat (KUR) Mikro menggunakan strategi STP (*segmenting, targeting, dan positioning*) dan *marketing mix* dengan unsur 7P yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (tampilan fisik), dan *process* (proses). Hambatan yang dialami Bank BNI KCP Cikurubuk berkaitan dengan komponen *process* pada bauran pemasaran 7P, dengan solusi menggunakan prinsip analisis 5C dan mengedukasi calon debitur.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, *Marketing mix*, Kredit Usaha Rakyat, Bank