

ABSTRAK

PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA KREDIT USAHA RAKYAT DI PT. BRI CABANG INDIHIANG KOTA TASIKMALAYA

Oleh:

Rhevo Agustien

NPM 223404143

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

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi bauran pemasaran (7P) yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) di PT. BRI Cabang Indihiang, serta mengidentifikasi hambatan dan solusi yang diterapkan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan kunci melibatkan Pimpinan Unit, Mantri KUR, dan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran (7P) telah berjalan efektif melalui integrasi pendekatan personal dan digital. Elemen yang paling berpengaruh adalah produk yang sesuai kebutuhan UMKM (tanpa agunan tambahan untuk plafon tertentu), harga kompetitif dengan suku bunga subsidi 6% efektif per tahun, serta promosi melalui personal selling oleh Mantri dengan metode "jemput bola". Digitalisasi melalui aplikasi BRISpot dan BRImo terbukti mempercepat proses administrasi dan meningkatkan aksesibilitas layanan.

Hambatan utama yang ditemukan adalah buruknya riwayat kredit calon nasabah di SLIK OJK akibat tunggakan pinjaman online, rendahnya literasi keuangan, serta persaingan dengan lembaga keuangan informal. Solusi yang dilakukan pihak bank meliputi edukasi keuangan komprehensif, pendampingan pembuatan legalitas usaha (NIB), serta optimalisasi peran Agen BRILink sebagai perpanjangan tangan bank di masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran 7P, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Peningkatan Jumlah Nasabah.