

STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAGA RAKYAT (KUR) DI BANK

BRI UNIT AIR Haji PESISIR SELATAN

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III

Manajemen Perdagangan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Ahli Madya



OLEH :

LOREN YULPIZA

19134044

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN

PERDAGANGAN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI

PADANG 2023

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

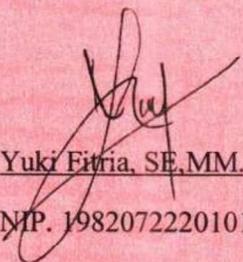
**STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) DI BRI UNIT
AIR HAJI**

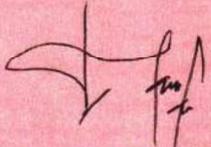
Nama : Loren Yulpiza
NIM : 19134044
Program Studi : Manajemen Perdagangan
(DIII)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 6 November 2023

Diketahui Oleh,
Koordinator Program Studi
Diploma III Manajemen perdagangan

Disetujui Oleh,
Pembimbing Tugas Akhir


Yuki Fitria, SE,MM.
NIP. 198207222010122002

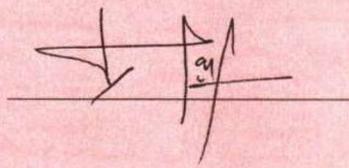
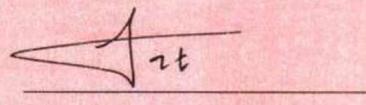
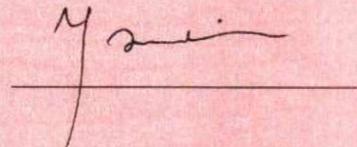

Muthia Roza Linda, SE, MM
NIP. 198003252008122002

PENGESAHAN TUGAS AKHIR
STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) DI
BRI UNIT AIR HAJI

Nama : Loren Yulpiza
NIM : 19134044
Program Studi : Diploma III Manajemen
Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang

Padang, 6 November 2023

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Muthia Roza Linda, SE, M.M	(Ketua)	
2. Yunita Engraini, SE, M.M	(Anggota 1)	
3. Abel Tasman, SE, M.M	(Anggota 2)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Loren Yulpiza
NIM / Tahun Masuk : 19134044/2019
Tempat / Tanggal Lahir : Koto panjang, 3
Mei 2000 Program Studi : DIII Manajemen
Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Koto panjang punggasan
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Kredit Usaha
Rakyat (KUR) Di Bank BRI Unit
Air Haji

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang di tulis atau di terbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau

kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

4. Tugas Akhir ini sah apabila telah di tanda tangani asli oleh pembimbing tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang telah berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri

Padang , 10 November 2023

yang Menyatakan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Loren Yulpiza', written over two horizontal lines.

Loren Yulpiza

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) DI BRI

UNIT AIR HAJI

Oleh : Loren Yulpiza 19134044

Di bawah Bimbingan : Muthia roza Linda ,SE , M .M

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui **strategi pemasaran produk KUR pada Bank BRI Unit Air Haji**. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara , study pustaka dan participant observer (observasi lapangan) dan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian Bank BRI Unit Air Haji menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) 7P yang terdiri dari product, price, place, promotion people, physical evidance dan process. Hambatan yang dihadapi Bank BRI Unit Air Haji adalah tidak semua nasabah menggunakan BRI Mobile yang lebih dominan karena setiap transaksi yang diselesaikan langsung dikantor, pemahaman masyarakat yang masih rendah, jangkauan pelayanan yang terbatas.

Kendala lain yang sesungguhnya merupakan masalah klasik adalah prosedur pemberian pinjaman yang masih dianggap memberatkan.

menunjukkan bahwa kelompok miskin yang sebagian berpendidikan rendah khususnya di perdesaan masih sulit dilayani, Pembayaran yang didasarkan pada pokok pinjaman (bunga) dalam ini juga memberatkan masyarakat karena tidak selalu baik dari segi ekonomi masyarakat.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Bank BRI, Air Haji

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, tiada rangkaian kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, ridho, dan karunia- Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BANK BRI Unit Air Haji”** Shalawat beriring salam tidak lupa penulis hadiahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sebagai suri teladan bagi kita semua. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada program studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universita Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, doa, dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kepada penulis kemampuan berfikir sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Teristimewa untuk kedua orang tua dan adik kandungku RENGKI

TIO yang selalu mendoankan memotifasi dan memberi dukungang dorongan kepada penulis, baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Muthia Roza Linda, SE, M .M selaku dosen Pembimbing Akademik sekali gus dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan nasehat selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir.
4. Kepala unit dan marketing BANK BRI Unit Air Haji yang telah memberikan waktu dan kesediaannya kepada penulis untuk memperoleh data dalam menyelesaikan Tugas Akhir penulis.
5. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
7. Bapak dan Ibu dosen, staf pengajar dan karyawan progran studi DIII FE UNP yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
8. Teruntuk DIAN RAHMA PUTRA yang selalu sabar menemani, membantu dan memberikan semangat dan agar penulis cepat menyelesaikan Tugas Akhir.

9. Teman-teman program studi DIII FE UNP khususnya Manajemen Perdagangan angkatan 2019 yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran, serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.
10. Teruntuk sahabatku FEBRIANTO dan NADILA PUTRI ALAINI yang selalu memberikan semangat agar penulis cepat menyelesaikan Tugas Akhir.
11. BG ADI SANTOSO selaku orang yang paling baik yang telah membantu, mengarahkan, mensupport, mengoreksi, memperbaiki kesalahan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

Dengan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan penelitian tugas akhir dimasa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Padang, 10 November 2023



Loren Yulpiza

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Konsep Strategi Pemasaran.....	11
1. Defenisi Strategi.....	11
2. Macam-macam Strategi	13
3. Pengertian Pemasaran.....	16
4. Sistem Informasi Pemasaran	19
5. Strategi Pemasaran.....	20
6. Strategi Bauran Pemasaran.....	22

B. Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat(KUR)	25
1. Definsi Pembiayaan	25
2. Kredit Usaha Rakyat(KUR).....	26
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Bentuk Penelitian.....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
C. Rancangan Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Tahap Penelitian.....	31
3. Teknik Pengumpulan Data.....	32
4. Sumber Data.....	32
5. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	34
A. Temuan Umum Penelitian.....	34
1. Sejarah Berdirinya Bank Rakyat Indonesia.....	34
2. Profil Bri Unit Air Haji.....	36
3. Sejarah Berdirinya BRI Unit Air Haji.....	37
4. Visi dan Misi.....	39
5. Struktur Organisasi BRI Unit Air Haji.....	41
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	44
1. Strategi Pemasaran KUR BRI Unit Air Haji.....	44
2. Hambatan KUR BRI Unit Air Haji.....	58

BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	63
Daftar Pustaka.....	64
Lampiran.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data KUR Per Kecamatan di Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2022....4

Tabel 1.2 Jumlah Debitur KUR Mikro di BRI Unit Air Haji Tahun 2018-2022.....6

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Cikal Bri di Puwekerto zaman dulu	35
Gambar 4.2 Profil NRI Unit Air Haji.....	36
Gambar 4.3 Dena Lokasi BRI Unit Air Haji.....	37
Gambar 4.4 Dena Lokasi BRI Unit Air Haji Tampak Depan	38
Gambar 4.5 Dena Lokasi BRI Unit Air Haji Tampak Samping	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Observasi.....	70
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara	71
Lampiran 3. Photo dokumentasi	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam pembicaraan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkan. Disamping itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran.

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan secara lebih luas lagi bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan.

Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan menghimpun dana (*funding*). Pengertian menghimpun dana maksudnya adalah mengumpulkan atau mencari dana dari masyarakat luas. Hal ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan.

Setelah memperoleh dana dalam bentuk simpanan dari masyarakat, maka oleh perbankan dana tersebut diputar kembali ke masyarakat dalam bentuk pinjaman atau lebih dikenal dengan istilah kredit (*Lending*).

Disamping itu perbankan juga melakukan kegiatan jasa-jasa pendukung lainnya. Jasa-jasa ini diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dan, baik yang berhubungan langsung dengan kegiatan simpanan dan kredit maupun tidak langsung (Kasmir, 2005).

Bank Indonesia adalah bank sentral Negara Republik Indonesia yang mempunyai status sebagai suatu lembaga negara yang independen dalam melaksanakan tugas dan wewenang, bebas dari campur tangan Pemerintah dan atau pihak lain, kecuali untuk hal-hal yang secara tegas diatur dalam undang-undang. Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang berada dibawah nanungan BI dan terbesar di Indonesia didirikan di Purwokerto tanggal 16 Desember 1895 (Halim, 2015).

Ruang lingkup Bank Rakyat Indonesia (BRI) menyangkut tentang segmen, target, dan posisi produk. Dimana Ruang lingkup kegiatan BRI adalah melakukan usaha di bidang perbankan. BRI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia selaku pemegang saham mayoritas dengan Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat (Anggraini, & Nasution, (2013).

BRI juga sebagai salah satu bank pemerintah yang memiliki fasilitas kredit yang bisa mendukung para pengusaha mikro, kecil, menengah dan koperasi yang penyalurannya dilaksanakan melalui BRI unit yang tersebar di tingkat Kecamatan di seluruh Indonesia agar pelaku usaha mikro, kecil, menengah dan

koperasi dapat lebih mudah memperoleh KUR untuk menambah modal usahanya (Pontoh, Kawet, & Tumbuan, 2014).

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah kredit modal kerja atau kredit investasi dengan plafon kredit sampai dengan Rp 500 juta yang diberikan kepada usaha mikro, kecil dan koperasi yang memiliki usaha produktif yang akan mendapat penjaminan dari perusahaan penjamin dengan kriteria 5C yaitu *Character* (karakter), *Capacity* (kemampuan mengembalikan utang), *Collateral* (jaminan), *Capital* (modal), dan *Condition* (situasi dankondisi). Jika calon debitur memenuhi kriteria 5C tersebut maka dianggap layak untuk mendapatkan fasilitas kredit (PT. Bank BRI Tbk, 2022).

Agar perusahaan berhasil dalam memasarkan produknya baik barang ataupun jasa maka diperlukan adanya strategi pemasaran. Strategi pemasaran memiliki peran besar dalam berbagai bidang usaha dalam dunia bisnis. Strategi dalam memasarkan suatu produk juga bermanfaat agar perusahaan memiliki suatu pengetahuan yang lebih mendalam mengenai suatu pasar yang akan dimasukinya sehingga apabila strategi dijalankan dengan baik maka perusahaan dapat meningkatkan jumlah penjualannya (Halim, 2005).

Persaingan dalam dunia bisnis menurut setiap pemasar untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien, kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Secara umum, pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan

menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Secara definitif dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Bisnis dalam dunia perbankan merupakan salah satu sektor usaha yang juga membutuhkan strategi pemasaran terutama pada jasa penyaluran dana. Fasilitas penyaluran danayang diberikan oleh bank merupakan sumber asset terbesar bagi bank. Dapat dibayangkan jika suatu bank tidak mampu menyalurkan pembiayaan, sementara dana yang terhimpun disimpan jumlahnya besar maka sudah dapat dipastikan bank tersebut akan mengalami kerugian karena harus membayar bunga atas simpanan para nasabahnya. Maka dari itu strategi pemasaran pada jasa penkreditan sangat dibutuhkan mengingat masih banyak para pelaku usaha kecil yang masih belum memiliki pengetahuan tentang kredit sehingga mereka belum mau untuk menggunakan kredit.

BRI dijadikan sebagai objek penelitian karena total aset yang dimiliki secara konsolidasi turun 2%. Dari sisi penghimpunan dana pihak ketiga (DPK), BRI secara konsolidasi juga mengalami penurunan tipis, yakni sebesar 1%. Sementara rasio kredit bermasalah atau *non performing loan gross* (NPL) meningkat pada Maret menjadi 3,15% dibandingkan Desember 2021 yang sebesar 3,08%. (PT. Bank BRI Tbk, 2022).

Data perbandingan KUR yang terdapat di Kabupaten Pesisir Selatan akan di jabarkan dalam bentuk tabel per Kecamatan. Dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Data KUR Per Kecamatan di Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2022

No	Nama Kecamatan	Jumlah Nasabah KUR	Persentasi Nasabah Yang Aktif (%)
1	BRI Unit IVJurai	19.385	51,2
2	BRI Unit IV Nagari Bayang Utara	18.685	48,5
3	BRI Unit Air Pura	20.616	48,3
4	BRI Unit Basa Ampek Balai Tapan	18.733	45,4
5	BRI Unit Batang Kapas	15.743	47,5
6	BRI Unit Bayang	17.462	47,4
7	BRI Unit Koto Xi Tarusan	18.733	49,4
8	BRI Unit Linggo Sari Baganti	17.543	40,8
9	BRI Unit Lenggayang	18.616	49,9
10	BRI Unit Lunang	19.672	47,9
11	BRI Unit Pancung Soal	17.516	50,9
12	BRI Unit Ranah Ampek Hulu Tapan	16.706	47,6
13	BRI Unit Ranah Pesisir	18.616	49,9
14	BRI Unit Silaut	14.936	48,6

14	BRI Unit Sutera	14.116	41,7
----	-----------------	--------	------

Sumber: Bank Rakyat Indonesia Unit Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2022(2022)

Berdasarkan tabel data perbandingan BRI Unit Air Haji yang di Kecamatan yang ada di Pesisir selatan pada tahun 2022, maka dapat di pahami KUR BRI Unit Air Haji yang terdapat di Kecamatan Linggo Sari Baganti, yang mana jumlah nasabah KUR 17.543 dengan nasabah yang aktif hanya 40,8%. BRI Unit Air Haji merupakan sebuah perusahaan keunagan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang memberikan pembiayaan kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung oleh fasilitas penjaminan untuk usaha produktif dan layak (*feasible*) namun mempunyai keterbatasan dalam pemenuhan persyaratan yang ditetapkan oleh perbankan.

Bank Rakyat Indonesia Unit Air Haji salah satu bank yang operasionalnya menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana (*surplus*) dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang kekurangan dana (*defisit*). BRI sebagai salah satu bank pemerintah yang memiliki fasilitas kredit yang bisa mendukung para pengusaha mikro, kecil, menengah dan koperasi dapat lebih mudah memperoleh modal usahanya. Dapat dilihta dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.2 Jumlah Debitur KUR Mikro di BRI Unit Air Haji tahun 2018-2022

Tahun	Jumlah Nasabah (Dibitur)
2018	341

2019	371
2020	383
2021	342
2022	341

Sumber: BRI Unit Air Haji tahun 2018-2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari tahun 2018-2022 jumlah dibitur KUR BRI Unit Air Haji menurun. Dari beberapa indikasi penyebab menurunnya realisasi pembiayaan mikro salah satunya adalah karena turunnya dibitur atau nasabah yang dimiliki BRI tidak terkecuali di Bank Rakyat Indonesia Unit Air Haji, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai keberadaan bank dan pembiayaan KUR yang ada di Bank Rakyat Indonesia Unit Air Haji. Serta persaingan yang ketat antara Bank Rakyat Indonesia Unit Air Haji dengan bank konvensional lainnya dan bank daerah yang ada disekitar kantor BRI Air Haji.

Adanya hal tersebut memperlihatkan kebutuhan akan adanya promosi adalah karena jarak antara produsen dengan konsumen bertambah jauh, jumlah pelanggan (nasabah) potensial bertambah besar masalah komunikasi pasar menjadi sangat penting. Sekalipun suatu produk yang sebenarnya akan mampu memberikan faedah paling besar dan memuaskan kebutuhan paling banyak, produk itu akan mengalami kegagalan pemasaran jika tidak seorangpun mengenal bahwa produk tersebut tersedia.

Sosialisasi mengenai program Kredit Usaha Rakyat (KUR) harusnya sangat penting dilakukan oleh perbankan dalam hal ini karyawan Bank BRI Unit Air Haji agar masyarakat lebih mengenal dan bahkan menggunakan Kredit

Usaha Rakyat (KUR) dalam melancarkan setiap usaha yang dilakukan, mengingat mayoritas masyarakat di Air Haji memiliki mata pencaharian sebagai seorang UMKM.

Strategi pemasaran di Bank BRI Unit Air Haji, dapat juga dilihat dari tulisan bukti-bukti faktual tentang strategi pemasaran Bank BRI yang diteliti oleh: Dewi, (2022) menghasilkan bahwa Bank Rakyat Indonesia Unit Karang Anyar Unit Teluk Betung menggunakan bauran strategi pemasaran 4p(*Product, price, Place, Promotion*) dalam menaikkan omset pemasaran kredit usaha rakyat (KUR).

Penelitian Irawati & Marlina, (2017), Karlina, (2020). dan Tahalua & Dakhri, (2022) sependapat dalam penelitiannya bahwa strategi pemasaran kredit usaha rakyat yang dilakukan di Bank Rakyat Indonesia Unit Rappocini Makassar yaitu melakukan pembauran terhadap strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat. Selanjutnya adalah dengan melakukan strategi pemasaran menggunakan komponen marketing mix 7P yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people*(orang), *process*(proses), dan *physical evidence* (tampilan fisik).

Namun permasalahan yang terjadi yaitu pada Praktik Sosialisasi program pemerintah Kredit Usaha Rakyat (KUR) oleh Bank BRI Unit Air Haji sebagai pelaksana program itu sampai kini dinilai belum maksimal sehingga tidak banyak pelaku usaha mikro dan kecil khususnya para pedagang yang mengetahui program tersebut, belum adanya pemahaman yang seragam tentang biaya KUR bagi masyarakat serta masih banyak penyimpangan dan persepsi yang keliru

tentang Kredit Usaha Rakyat (KUR), misalnya tentang ketentuan anjungan (jaminan) persyaratan administrasi sering terjadikredit macet.

Semakin menurunnya nasabah KUR micro di BRI Unit Air Haji, yang dimiliki BRI maka penting strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank tidak terkecuali Bank BRI Air Haji, karena strategi untuk mencapai pasar sasaran. Strategi yang dilakukan oleh pihak Bri Unit Air Haji meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi iklan, merancang promosi khusus, menentukan saluran distribusi, dan sebagainya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka Bank BRI Unit Air Haji penting untuk diteliti dalam penelitian yang dituangkan dalam judul **“Strategi Pemasaran KUR pada Bank Rakyat Indonesia Unit Air Haji”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis membatasi ruang lingkup karya ilmiah pada:

- a. Bagaimana strategi pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada BRI Unit Air Haji?
- b. Apa hambatan strategi pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada BRI Unit Air Haji?

C. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis, antara lain :

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada

BRI Unit Air Haji.

- b. Untuk Mengetahui Hambatan Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada BRI Unit Air Haji

D. Manfaat penelitian

Pemecahan masalah dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat member pengetahuan dan wawasan yang baru bagi para pembaca dan penulis tentang Strategi Pemasaran KUR pada BRI Unit Air Haji.

- b. Bagi Bank BRI Unit Air Haji

Bagi pihak Bank yang menjadi objek penelitian, akan memberikan masukan tentang Strategi Pemasaran KUR pada BRI Unit Air Haji.

- c. Bagi pembaca

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang sangat berharga bagi berbagai pihak yang terkait dengan Strategi Pemasaran KUR pada BRI Unit Air Haji.