

ABSTRACT
MARKETING STRATEGY OF WORKING CAPITAL CREDIT AT PD BANK
PERKREDITAN RAKYAT ARTHA GALUNGGUNG TASIKMALAYA

By:

Eva Dwi Gustiani

NIM 193404089

Guidance I : Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si

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

The purpose of this study was to determine the marketing strategy of working capital credit at PD Bank Perkreditan Rakyat Artha Galunggung. The research method used is descriptive qualitative method, the types of data sources used are primary data and secondary data. With in-depth interview data collection techniques, direct observation and literature study. Based on the results of the discussion, Bank Perkreditan Rakyat is a bank that has limited main tasks, but has many advantages for the company as a supporter of community economic growth. The marketing strategy of working capital loans carried out by PD Bank Perkreditan Rakyat Artha Galunggung is in accordance with the proper procedures. The working capital credit marketing strategy used is the 7P marketing mix, namely product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process. In carrying out the marketing strategy, PD Bank Perkreditan Rakyat Artha Galunggung faces several obstacles in terms of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process. Thus PD Bank Perkreditan Rakyat Artha Galunggung has an effort to minimize the risk from the obstacles experienced. The author suggests that the implementation of marketing every certain period must coordinate related to the marketing strategy.

Keywords: strategy, bank, marketing, credit

ABSTRAK
STRATEGI PEMASARAN KREDIT MODAL KERJA PADA PD BANK
PERKREDITAN RAKYAT ARTHA GALUNGGUNG TASIKMALAYA

Oleh :

Eva Dwi Gustiani

NIM 193404089

Pembimbing I : Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si.

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

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran kredit modal kerja pada PD Bank Perkreditan Rakyat Artha Galunggung. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode dekriptif kualitatif, jenis sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi langsung dan studi pustaka. Berdasarkan hasil pembahasan, Bank Perkreditan Rakyat merupakan bank yang memiliki tugas pokok terbatas, tetapi memiliki banyak keuntungan bagi perusahaannya sebagai penunjang pertumbuhan ekonomi masyarakat. Strategi pemasaran kredit modal kerja yang dijalankan oleh PD Bank Perkreditan Rakyat Artha Galunggung sudah sesuai dengan prosedur yang seharusnya. Strategi pemasaran kredit modal kerja yang digunakan adalah bauran pemasaran 7P yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *phisycal evidence*, dan *process*. Dalam menjalankan strategi pemasaran PD Bank Perkreditan Rakyat Artha Galunggung menghadapi beberapa hambatan dari segi *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *phisycal evidence*, dan *process*. Dengan demikian, PD Bank Perkreditan Rakyat Artha Galunggung memiliki upaya untuk meminimalisir risiko dari hambatan yang dialami. Penulis menyarankan pada pelaksanaan pemasaran setiap periode tertentu harus melakukan koordinasi terkait strategi pemasaran tersebut.

Kata Kunci : strategi, bank, pemasaran, kredit