

**IMPLEMENTASI STRATEGI *MARKETING* DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN JUMLAH DEBITUR DAN PORTOFOLIO  
KREDIT DI BANK PEREKONOMIAN RAKYAT  
ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
Oleh:  
UDZUNAINIL MUSTAMIAH  
NIM : E20191026

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2023**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *MARKETING* DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN JUMLAH DEBITUR DAN PORTOFOLIO  
KREDIT DI BANK PEREKONOMIAN RAKYAT  
ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

**UDZUNAINIL MUSTAMIAH**  
**NIM : E20191026**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Dosen Pembimbing

**Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I, M.Pd.I**  
**NIP. 19760812 200801 1 015**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *MARKETING* DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN JUMLAH DEBITUR DAN PORTOFOLIO  
KREDIT DI BANK PEREKONOMIAN RAKYAT  
ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER**

**SKRIPSI**


Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis  
Tanggal : 22 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

  
Dr. H. Saihan, S.Ag., M.Pd.I  
NIP. 19720217 200501 1 001

  
Sofiah, M.E  
NIP. 19910515 201903 2 005

Anggota

1. Dr. Hj. Khairunnisa M, M.MT  
2. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I, M.Pd.I

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa:29).<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam, 2019), 118.

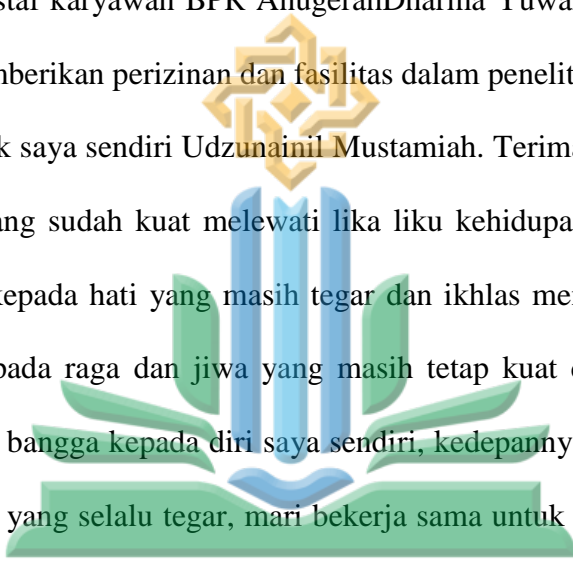
## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wa syukurillah wa ni'matillah, Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat yang tiada batas sehingga kita masih bisa merasakan nikmat yang telah Allah SWT berikan hingga saat ini, Sholawat serta salam semoga senantiasa tetap tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW, khususnya bagi peneliti sehingga dapat menyelesaikan kegiatan dan tugas perkuliahan akhir dengan terselesaikannya penelitian skripsi ini.

Terselesaikannya Skripsi ini tidak terlepas dari peran beberapa pihak yang telah memberikan dukungan. Oleh karena itu Peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kepada Orang tua saya, Bapak Jafar Shodiq dan Ibu Riyani tercinta dan tersayang yang selalu memberikan kasih sayang dan doa yang tulus untuk anaknya. Yang selalu memberi semangat dan selalu mengingatkan agar menjadi anak yang mandiri yang mampu meraih kesuksesan dengan segala perjuangan yang telah dilakukan. Terimakasih atas pengorbanan yang telah kalian berikan yang tidak mungkin dapat dibalas dengan apapun, semoga kalian diberikan barokah umur, sehat walafiat, dan semoga surga kelak menjadi balasan atas kasih sayang, cinta dan pengorbanan kalian, Aamiin.
2. Keluarga besar, Kakak Helman Al-Farisi dan adik Afifah Alfina yang tersayang dan selalu memberi semangat, motivasi dan doanya.
3. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I, M.Pd.I dosen pembimbing skripsi yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

4. Untuk sahabat-sahabati PS1 2019 yang telah menemani dan membimbing penulis mulai dari pengajuan judul hingga selesainya tugas akhir ini. Khususnya terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Huriyatil Ainiyah Arifin, Fajriyatul Lailiyah, Jahrani, Tasniatil Hilwa, dan Irodah yang telah menjadi penyemangat dan memberi bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Pimpinan dan staf karyawan BPR AnugerahDharma Yuwana (ADY) Jember yang telah memberikan perizinan dan fasilitas dalam penelitian ini.
6. Terakhir, Untuk saya sendiri Udzunainil Mustamiah. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga saat ini. Terima kasih kepada hati yang masih tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terima kasih pada raga dan jiwa yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga kepada diri saya sendiri, kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang baik dari hari ke hari.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunianya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M. Selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syari'ah.
4. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., M.Pd.I. Selaku Dosen Pembimbing skripsi penulis yang telah dengan sabar membimbing hingga selesainya skripsi ini
5. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah mengajarkan ilmu selama penulis menuntut ilmu. Dan juga kepada para staf Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah senantiasa memberikan pelayanan dengan baik.

6. Pimpinan BPR AnugerahDharma Yuwana (ADY) Jember yang telah memberikan izin penelitian.
7. Seluruh staff BPR AnugerahDharma Yuwana (ADY) Jember yang telah meluangkan waktunya untuk penelitian yang dilaksanakan oleh penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dunia ini tidak ada yang sempurna karena kesempurnaan semata-mata hanya milik Allah SWT, begitu juga dalam penulisan skripsi ini yang tidak luput dari kekurangan dan kesalahan, Oleh karena itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi penulis dan pembaca sekalian. Dan semoga amal baik yang telah bapak dan ibu berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang jauh lebih baik dari Allah S.W.T. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis dan pembaca.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Jember, 22 Juni 2023

Penulis

**Udzunainil Mustamiah**  
**E20191026**



## ABSTRAK

**Udzunainil Mustamiah, 2023:** Implementasi Strategi *Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Debitur Dan Portofolio Kredit Di Bank Perekonomian Rakyat AnugerahDharma Yuwana Jember

**Kata Kunci:** Strategi *Marketing*, Jumlah Debitur, Portofolio Kredit

BPR AnugerahDharma Yuwana merupakan Bank yang terletak di Kota Jember, yang melayani kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPR AnugerahDharma Yuwana Jember menawarkan layanan simpanan deposito berjangka atau tabungan, kredit dan pinjaman, pembiayaan dan penempatan dana.

Berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti memfokuskan penelitiannya dengan lingkup, yaitu: 1) Bagaimana Implementasi strategi *marketing* yang dilakukan oleh BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dalam meningkatkan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit? 2) Bagaimana hasil peningkatan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit setelah menerapkan strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

Tujuan penelitian adalah: Untuk mengetahui Implementasi strategi *marketing* yang dilakukan BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dalam meningkatkan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit. 2) Untuk mengetahui hasil peningkatan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit setelah menerapkan strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dengan menentukan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pertimbangan dalam memilih informan yang dianggap mengetahui informasi mengenai permasalahan yang akan diteliti dan *snowball sampling* yaitu subjek yang diperoleh dari informasi responden/informan pertama. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) BPR AnugerahDharma Yuwana Jember mengimplementasikan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) pada jasa kredit yang ditawarkan dengan menerapkan seluruh komponen strategi *marketing* 7P, sesuai dengan teori Buchari Alma. Khususnya pada strategi *Product* (Produk), *Physical Evidence* (Bukti fisik), dan *Process* (Proses) yang sangat optimal, karena pihak BPR AnugerahDharma Yuwana mempunyai produk dan fasilitas yang menarik minat masyarakat serta proses pencairan kredit yang cepat. Meskipun ada beberapa penerapan strategi yang kurang optimal di antaranya adalah strategi *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang). 2) Berdasarkan hasil pengimplementasian strategi *marketing* BPR AnugerahDharma Yuwana Jember membuahkan hasil yang baik dan berdampak positif untuk peningkatan jumlah debitur di bulan Januari-Maret tahun 2023. Akan tetapi pada portofolio kredit kurang optimal karena pada bulan Desember 2022-Januari 2023 mengalami sedikit penurunan.

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah .....	8
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	11
B. Kajian Teori .....	26
1. Strategi <i>Marketing</i> .....	27
2. Nasabah Debitur .....	34

3. Portofolio Kredit .....	36
----------------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	40
C. Subjek Penelitian.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Analisis Data .....	43
F. Keabsahan Data.....	45
G. Tahap-tahap Penelitian.....	46

### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

A. Gambaran Objek Penelitian .....	48
B. Penyajian Data dan Analisis.....	55
C. Pembahasan Temuan.....	71

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	85
B. Saran-Saran .....	86

DAFTAR PUSTAKA 88

LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Pernyataan Keaslian Tulisan
3. Pedoman Penelitian
4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan Penelitian
7. Dokumentasi
8. Surat Keterangan Screening Turnitin
9. Surat Keterangan Selesai Bimbingan
10. Biodata Penulis

## DAFTAR TABEL

No Uraian	Hal.
1.1 Data Perkembangan Jumlah Nasabah Debitur dan Portofolio Kredit di BPR ADY Jember Tahun 2019-2022 .....	4
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	23
4.1 Simulasi perhitungan kredit BPR ADY Jember.....	54
4.2 Data Peningkatan Jumlah Nasabah Debitur di BPR ADY Jember Desember 2022-Maret 2023 .....	70
4.3 Data Peningkatan Jumlah Portofolio Kredit di BPR ADY Jember Desember 2022-Maret 2023 .....	70



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

No Uraian	Hal.
4.1 Logo BPR AnugerahDharma Yuwana Jember .....	50
4.2 Struktur Organisasi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember .....	51



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Dalam kemajuan perekonomian saat ini persaingan terjadi di segala bidang kehidupan salah satunya di dalam bidang perbankan, dengan itu mayoritas perusahaan berlomba-lomba dan bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga persaingan ini terus membuat industri perbankan untuk memperbaiki bisnisnya. Salah satu cara dalam memperbaiki bisnis perusahaan dalam menghadapi persaingan ekonomi dunia yaitu dengan mengimplementasikan strategi *marketing*.

Strategi *marketing* itu sendiri sangat berperan penting dalam suatu industri atau bisnis, karena fungsinya untuk menentukan tingkat ekonomi perusahaan, baik itu dari segi produk, harga ataupun jasa. Definisi strategi *marketing* (pemasaran) juga dapat diartikan suatu susunan usaha yang diterapkan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.<sup>2</sup>

Lembaga keuangan bank terbagi menjadi tiga jenis bank, yaitu bank sentral, bank umum, dan bank perkreditan rakyat. Kehadiran bank perkreditan rakyat atau yang sering disingkat dengan BPR tujuan awalnya ditujukan kepada masyarakat di desa-desa terpencil yang belum secara maksimal terjangkau oleh layanan bank umum. Dari segi lingkup kegiatan usahanya,

---

<sup>2</sup> Marissa Grace Haque-fawzi, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi* et. al.(Banten: Pascal Books, 2021), 9.

BPR menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa tabungan, deposito berjangka, dan kredit. BPR ini lebih terbatas dalam proses bisnisnya karena tidak melayani jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>3</sup>

Akan tetapi pada tanggal 12 Januari 2023 BPR berganti nama panjang dengan bank perekonomian rakyat. Hal ini ditunjukkan oleh Sri Mulyani Menteri Keuangan yang mengubah nama BPR melalui Undang-Undang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (UU P2SK) yang disetujui oleh pihak DPR RI untuk menjadi UU dalam rapat Paripurna DPR RI ke-13 dalam masa persidangan II tahun 2022-2023. Dimana fungsi RUU P2SK mendominasi fungsi dari BPR dengan perubahan nama menjadi bank perekonomian rakyat, selain itu fungsi BPR juga untuk memperluas bidang usahanya ke arah penukaran valuta asing dan transfer dana sehingga lebih berkembang. Perubahan nama BPR ini juga berfungsi agar BPR semakin berperan dalam menaungi bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menopang perekonomian Indonesia.<sup>4</sup>

Berbicara mengenai BPR tentu didalamnya ada jasa kredit yang ditawarkan. Menurut UU Perbankan No.10 Tahun 1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan, berdasarkan kesepakatan mengenai pinjam-meminjam antara kedua belah pihak, dimana pihak nasabah diwajibkan melunasi pinjamannya setelah jangka waktu yang telah ditentukan dengan pemberian bunga. Dan juga pastinya tiap bank mempunyai target dan tujuan

---

<sup>3</sup> Syafril, *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2020), 7.

<sup>4</sup> Rika Angraeni, "UU PPSK Disahkan, Sri Mulyani Ungkap Nama Dan Fungsi Baru BPR," *FINANSIAL*, 15 Desember 2022, <https://finansial.bisnis.com/read/20221215/90/1608822/uu-ppsk-disahkan-sri-mulyani-ungkap-nama-dan-fungsi-baru-bpr>.

masing-masing untuk meningkatkan citra perusahaan salah satunya yaitu dengan adanya strategi *marketing* untuk meningkatkan jasa/produk yang dimilikinya.

Di Kabupaten Jember, terdapat 27 kantor pusat BPR, salah satunya adalah BPR AnugerahDharma Yuwana Jember yang biasanya disebut BPR ADY Jember salah satu BPR yang mengimplementasikan strategi *marketing* pada produk maupun jasa yang di dimilikinya. BPR AnugerahDharma Yuwana Jember Jember juga banyak memberi manfaat dan maju pesat karena BPR AnugerahDharma Yuwana Jember Jember masuk peringkat ketiga kantor terbesar BPR yang ada di Jember.<sup>5</sup>

Hal ini terbukti dengan pembangunan kantor baru yang ada di jalan Kh. Shiddiq No. 88 Kelurahan Jember Kidul, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, dimana kantor BPR AnugerahDharma Yuwana Jember sebelumnya masih mengontrak dan sekarang bisa membeli dan meresmikan kantor baru. Dengan peresmian kantor baru tersebut, pelayanan, fasilitas pastinya akan lebih ditingkatkan sesuai dengan visi misi perusahaan.

Penyaluran kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember merupakan salah satu produk yang menyediakan pembiayaan mikro di Kota Jember. Kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana ditujukan untuk untuk masyarakat yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi maupun produksinya seperti misalnya pertanian, perdagangan, industri atau lain sebagainya. Tidak ada spesifikasi dalam penyaluran kredit di BPR

<sup>5</sup> Hengky Kurniawan, "BPR ADY Bangkitkan Ekonomi Warga," Radar Jember, 11 September 2021, <https://radarJember.jawapos.com/ekoran-Jember/11/09/2021/pt-bpr-ady-bangkitkan-ekonomi-warga/>.



AnugerahDharma Yuwana Jember, namun jenis kredit yang diberikan dibedakan berdasarkan penggunaannya yakni untuk kegiatan konsumsi atau produksi di dalam sistem yang disebut dengan Sistem Informasi Analisa Kredit (SIAK).

**Tabel 1.1**  
**Data Perkembangan Jumlah Nasabah Debitur dan Portofolio Kredit**  
**di BPR AnugerahDharma Yuwana Tahun 2019-2022**

Tahun	Bulan	Jumlah Nasabah Debitur	Portofolio Kredit
2019	Desember	2.405	Rp 54.607.098.367
2020	Desember	1.837	Rp 58.775.908.887
2021	Desember	1.745	Rp 65.148.434.368
2022	Oktober	1.706	Rp 64.015.663.359

*Sumber : Komite Kredit I BPR AnugerahDharma Yuwana Jember*

Berdasarkan hasil dari rekapitulasi diatas dapat diketahui bahwa perkembangan jumlah nasabah debitur periode 2019-2022 pada BPR AnugerahDharma Yuwana Jember mengalami penurunan. Pada tahun 2019 jumlah nasabah debitur sebanyak 2.405 nasabah sedangkan pada tahun 2020 jumlah nasabah debitur mengalami penurunan yaitu menjadi 1.837 nasabah. Pada tahun 2021 dari data diatas jumlah nasabah debitur turun kembali menjadi 1.745 nasabah dan tahun 2022 pada bulan Oktober kemarin pun juga mengalami penurunan yaitu 1.706 nasabah. Namun total dari jumlah kredit yang diberikan oleh BPR ADY Jember mengalami kenaikan, sedangkan jumlah debiturnya menurun. Dengan jumlah nasabah debitur yang hanya 1.706 pada tahun 2022 bulan Oktober, sedangkan total nominal kredit yang diberikan itu naik menjadi Rp 65.148.434.368 pada tahun 2021 dan sedikit menurun pada tahun 2022 menjadi Rp 64.015.663.359.

Penurunan jumlah debitur tersebut bisa terjadi karena adanya kebijakan dari pihak pimpinan BPR ADY Jember dimana beliau menetapkan penyaluran kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember hanya kepada pinjaman kisaran besar saja yaitu di atas Rp 15.000.000 juta. Hal tersebut ditetapkan karena melihat kondisi masyarakat Jember pada tahun 2020 banyak yang terdampak dari krisisnya ekonomi dari dampak pandemi Covid19 dan bertujuan untuk meminimalisir kredit macet serta mengutamakan pendapatan.

Akan tetapi pada bulan Januari tahun 2023 BPR AnugerahDharma Yuwana Jember memprogres kembali pinjaman kisaran kecil, hal ini dibuktikan dengan adanya penambahan *Account Office* (AO) baru di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember tersebut, dimana AO ini difokuskan kepada penyaluran kredit kepada masyarakat yang membutuhkan. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Komite Kredit I BPR AnugerahDharma Yuwana Jember Bapak Samsul Arifin, beliau mengatakan bahwa:

### UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

“Salah satu kebijakan pimpinan mbak, untuk Nasabah dikurangi, akan tetapi jumlah kredit yang diberikan meningkat. Karena persentase pendapatan berdasarkan Jumlah kredit yang diberikan bukan dari jumlah debitur. Sehingga BPR ADY Jember, beberapa tahun terakhir hanya menerima kredit diatas Rp 15.000.000 juta, meskipun mulai tahun ini, kembali menerima pengajuan kredit kecil. Dan juga bulan ini kita sudah mempunyai AO baru untuk penyaluran kredit kecil ke masyarakat lagi seperti program kita sebelumnya, jadi sangat mungkin nasabah debitur kita akan bertambah di tahun 2023 ini”<sup>6</sup>

Hal ini bisa menjadi perkembangan pada pertumbuhan jumlah nasabah debitur di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember untuk tahun 2023 dari bulan Januari. Oleh karena itu, berdasarkan uraian dalam pemaparan peneliti

<sup>6</sup> Bapak Samsul Arifin, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 10 November 2022.

diatas, peneliti ingin menindaklanjuti dengan membahas lebih dalam yang berkaitan tentang bagaimana pengimplementasian strategi *marketing* yang digunakan BPR AnugerahDharma Yuwana Jember untuk meningkatkan jumlah debitur dan portofolio kreditnya yang akan dituangkan dalam Tugas Akhir yang berjudul, “IMPLEMENTASI STRATEGI *MARKETING* DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH DEBITUR DAN PORTOFOLIO KREDIT DI BANK PEREKONOMIAN RAKYAT ANUGERAHDHARMA YUWANA JEMBER”.

### B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan konteks penelitian diatas maka fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi strategi *marketing* yang dilakukan BPR AugerahDharma Yuwana Jember dalam meningkatkan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit?
2. Bagaimana hasil peningkatan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit setelah menerapkan strategi *marketing* di BPR AugerahDharma Yuwana Jember?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini ialah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui Implementasi strategi *marketing* yang dilakukan BPR AugerahDharma Yuwana Jember dalam meningkatkan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit.
2. Untuk mengetahui hasil peningkatan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit setelah menerapkan strategi *marketing* BPR AugerahDharma Yuwana Jember.

## D. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoretis

- a. Sebagai pedoman teori yang telah di dapat oleh peneliti selama masa kuliah sampai ke dunia kerja.
- b. Sebagai bahan pijakan dan referensi dalam teori untuk penelitian berikutnya yang membahas tentang hasil Implementasi strategi *marketing* terhadap peningkatan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi peneliti

Penelitian ini digunakan sebagai bagian dari studi untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah. Diharapkan penelitian ini sebagai media untuk menambah wawasan dan khazanah keilmuan bagi peneliti tentang bagaimana menulis karya ilmiah yang baik dan benar, guna memberikan wawasan terhadap disiplin ilmu yang berhubungan dengan pendidikan.

#### b. Bagi akademik

Diharapkan Penelitian ini bisa memberikan manfaat secara akademis yaitu mampu menjelaskan bagaimana hasil dari pengimplementasian strategi *marketing* terhadap peningkatan jumlah debitur dan portofolio kredit dan penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman untuk kepentingan akademis dan penelitian selanjutnya.

c. Bagi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember

Penelitian ini diharapkan dapat memperkenalkan eksistensi kantor BPR AnugerahDharma Yuwana Jember pada khalayak umum, serta memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan usaha.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah mengandung arti beberapa istilah penting yang menjadi fokus perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.<sup>7</sup>

### 1. Definisi Strategi *Marketing* (Pemasaran)

Strategi adalah suatu taktik yang fundamental guna mencapai tujuan suatu perusahaan. Sedangkan pengertian dari *marketing* yaitu suatu kegiatan dengan tujuan agar konsumen mengenali produk yang akan dipromosikan. Kegiatan dalam *marketing* (pemasaran) ialah penyerahan produk, baik jasa atau barang dari perusahaan kepada konsumen atau kepada perusahaan lain yang akan membeli produk.<sup>8</sup>

Jadi strategi *marketing* (pemasaran) yaitu upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang maupun jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu kepada khalayak umum sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi *marketing* (pemasaran) juga dapat diartikan sebagai suatu rangkaian upaya yang dilakukan oleh suatu

<sup>7</sup> Tim Penyusun, *Pendoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: Institut Agama Islam Negeri Jember, 2019), 45-46.

<sup>8</sup> Yusuf Saleh, dan Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV Sah Media, 2019), 1.

perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.<sup>9</sup>

## 2. Nasabah Debitur

Nasabah sangat penting dalam perbankan karena berfungsi sebagai kelangsungan hidup suatu Bank. Menurut kamus besar bahasa Indonesia menjelaskan nasabah debitur adalah nasabah atau lembaga yang berutang atau menempatkan dananya di Bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian Bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>10</sup>

Dari penjelasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah debitur ialah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit dalam suatu perbankan yang dimana nasabah tersebut wajib melunasi pinjamannya setelah jangka waktu yang ditetapkan.

## 3. Portofolio Kredit

Portofolio merupakan kumpulan atau kombinasi dari banyak instrumen atau aset investasi yang berbeda. Tujuan dari pembentukan portofolio yaitu meminimalisirkan risiko dengan cara diversifikasi.<sup>11</sup>

Sedangkan pengertian dari kredit dari segi etimologis berasal dari bahasa latin "*Credere*", yang berarti kepercayaan. Di dalam pasal 1 butir 11 undang-undang perbankan, disebutkan bahwa kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan

<sup>9</sup> Haque, 9.

<sup>10</sup> Pengertian Nasabah Debitur, dalam <https://kbbi.web.id/debitur>, Diakses pada tanggal 20 Oktober 2022, Pukul 12.45.

<sup>11</sup> I Made Adnyana, *Manajemen Investasi Dan Portofolio* (Pejaten: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 2020), 32.

persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.<sup>12</sup>

Jadi, Portofolio kredit atau peminjaman dapat diartikan beberapa aset Bank yang harus terdiri dari pinjaman, dimana hal tersebut merupakan suatu kebijakan Bank secara keseluruhan dan juga merupakan unsur penuntun dalam kebijakan peminjaman atau penyaluran kredit.<sup>13</sup>

#### 4. BPR AnugerahDharma Yuwana (ADY) Jember

Definisi Bank Perkreditan Rakyat (BPR) berdasarkan UU No. 7 tahun 1992 merupakan Bank yang melayani secara konvensional dan berdasarkan prinsip syariah, dimana dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Perkreditan Rakyat juga merupakan lembaga keuangan yang berfungsi melayani perkreditan dan tabungan bagi nasabah.<sup>14</sup>

BPR ADY Jember merupakan salah satu Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang ada di Kabupaten Jember. BPR ADY merupakan Bank yang melayani kegiatan usahanya secara konvensional dan tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPR ADY Jember menawarkan layanan simpanan deposito berjangka atau tabungan, kredit dan pinjaman, pembiayaan dan penempatan dana.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> Aili Papang Hartono, *Pemberian Kredit Dengan Jaminan Fidusia Hak Paten* (Bandung: PT Alumni, 2020), 3-4.

<sup>13</sup> Ahmad Rifqi Zuhdi, "Analisis Portofolio Kredit Perbankan Umum Dan Syariah Berdasarkan Sektor Ekonomi," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 12, no. 1 (Maret, 2013): 3.

<sup>14</sup> Mohammad Sofyan, *Bank Perkreditan Rakyat: Kumpulan Hasil Penelitian* (Magetan: CV Odis, 2021), 30-31.

<sup>15</sup> <https://idalamat.com/alamat/347054/pt-bpr-ady-jember-jember-jawa-timur> Di Akses Pada Tanggal 29 Oktober 2022 Pukul 22.45 WIB.

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memuat berbagai hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian dibuat ringkasannya, baik penelitian yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.<sup>16</sup>

1. Joni Anwar, (2022),” Strategi Pemasaran Dan Segmentasi Pasar Dalam Rangka Peningkatan Portofolio Kredit Di PT BPR AnugerahDharma Yuwana Banyuwangi Kantor Cabang Pesanggaran”.<sup>17</sup>

Penelitian ini menggunakan penelitian Eksplanatori (*Explanatory Research*) dengan sumber data menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melalui wawancara, metode kepustakaan, dan metode kuesioner.

Dari hasil penelitian diatas adalah strategi *marketing* yang dilakukan oleh BPR ADY Banyuwangi untuk meningkatkan jumlah portofolio kredit menggunakan strategi *marketing* 4P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi). Untuk strategi produk BPR ADY Banyuwangi menawarkan kredit pinjaman angsuran dan pinjaman tetap, sehingga nasabah dapat memilih produk

---

<sup>16</sup> Tim Penyusun, 46.

<sup>17</sup> Joni Anwar, ”Strategi Pemasaran Dan Segmentasi Pasar Dalam Rangka Peningkatan Portofolio Kredit Di PT BPR AnugerahDharma Yuwana Banyuwangi Kantor Cabang Pesanggaran” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Jember, 2021).



mana yang sesuai dengan kebutuhannya. Untuk strategi harga mereka menetapkan harga yang bersaing yaitu dengan adanya bunga pinjaman yang terjangkau. Dari segi strategi *place* mereka juga memilih tempat dimana kredit akan dijual dan akan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Dan yang terakhir strategi promosi BPR ADY Banyuwangi menerapkan promosi melalui media cetak dan elektronik.

Persamaan dengan penelitian ini adalah dari segi pembahasan mengenai strategi *marketing* dan sama membahas mengenai kredit PT BPR AnugerahDharma Yuwana untuk meningkatkan jumlah portofolio kredit. Perbedaan dengan penelitian ini terletak di jenis penelitian dan objek penelitian yang dilakukan, serta berbeda pada teknik pengumpulan datanya.

2. Cahyo Permata, (2022), "Analisis Strategi Pemasaran Kredit Menggunakan *Game Theory* untuk Meningkatkan Jumlah Debitur Pada Multi Channel."<sup>18</sup>

Pendekatan penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, dan penyebaran kuesioner. Pengolahan data hasil kuesioner dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas serta uji kecukupan data.

Hasil dari penelitian ini adalah penelitian ini bertujuan untuk menganalisa beberapa strategi yang diterapkan oleh beberapa bank dalam

<sup>18</sup> Cahyo Permata, Lukmandono, "Analisis Strategi Pemasaran Kredit Menggunakan *Game Theory* Untuk Meningkatkan Jumlah Debitur Pada Multi Channel" (Makalah disajikan pada Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNIPMA, Institut Teknologi Adhi Tama, Surabaya, 2022).

lingkup Multi Channel yaitu persaingan yang melibatkan lebih dari dua pesaing, dalam penelitian ini meliputi Bank W, Bank X, Bank Y dan Bank Z. Dari hasil penelitian ini strategi pemasaran antara Bank W dengan Bank X dimenangkan oleh Bank X dengan mengandalkan strategi pelayanan prima, sedangkan strategi pemasaran antara Bank W dengan Bank Y dimenangkan oleh Bank Y dengan mengandalkan strategi promosi yang bagus, sedangkan Bank W melawan Bank Z dimenangkan oleh Bank W karena mengandalkan strategi pembiayaan yang terjangkau.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama dari segi pembahasan mengenai strategi pemasaran di perbankan dengan tujuan yang sama yaitu untuk meningkatkan jumlah nasabah debitur. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dari segi metode penelitiannya, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif, dalam penelitian ini membahas tentang perbandingan masing-masing strategi pemasaran pada Bank yang ada di Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan. Sedangkan peneliti hanya mengambil satu objek penelitian dan tidak melakukan perbandingan.

3. Abdul Jalal, (2022), "Implementasi Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro".<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Abdul Jalal, Mustapa Khamal Rokan, "Implementasi Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro," *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* 2, no. 2 (Maret, 2022): 96-111.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian langsung ke lapangan atau tempat yang menjadi bagian dari penelitian.

Hasil penelitian ini adalah strategi *marketing* yang diterapkan oleh pihak BSI KCP Medan Pulo Brayan adalah strategi *marketing* 7P, dimana dari strategi produknya Bank tersebut menawarkan produk yang sangat menarik minat nasabah salah satunya produk mikro 75iB, produk mikro 200iB, produk mikro 25iB, dimana dari hasil wawancaranya bahwa Produk ini bisa digunakan oleh wirausaha minimal 2 tahun untuk produk pembiayaan mikro, dan untuk pembiayaan KUR minimal berpengalaman memiliki usaha selama 6 bulan.

Dari segi harga Bank tersebut menetapkan harga termurah di produk mikro KUR. Dari segi tempat, Bank tersebut terletak di lokasi yang strategis yaitu dekat pasar dan rumah warga sehingga dengan penetapan strategi ini Bank BSI KCP Medan bisa memasarkan produknya dengan mudah dan luas. Dari strategi promosi Bank tersebut melakukan grebek pasar, *channeling* (mencari nasabah dari nasabah), serta promosi melalui *social media* seperti forum jual beli dan sebar brosur. Sedangkan dari segi *people* Bank tersebut mengadakan dalam *on the job training* untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawannya dengan tujuan memiliki *public speaking* yang bagus. Yang artinya karyawan harus berpenampilan yang bagus, rapi, dan juga ramah dalam melayani para nasabah, Serta proses dan bukti fisik yang nyata.

Persamaan dengan penelitian ini dapat dilihat dari segi metode penelitian yang dilakukan yaitu penelitian Kualitatif, sama-sama membahas mengenai strategi *marketing* yang dimana penerapannya sama-sama menggunakan metode strategi *marketing* 7P. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dari segi objek penelitian, yaitu Bank BSI KCP Medan sedangkan peneliti mengambil objek di BPR ADY Jember.

4. Made Semadi, (2022), “Analisis Pengaruh *Price, Promotion, People* Dalam Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Kredit Konsumtif Pada PT BPR Hasa Mitra Makassar”<sup>20</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif asosiatif. Variabel dalam penelitian ini meliputi pengaruh *price, promotion, dan people* dalam strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran kredit konsumtif. Populasi penelitian ini yaitu seluruh karyawan BPR Hasa Mitra Kantor Cabang Utama Makassar berjumlah 51 orang.

Hasil penelitian ini adalah terdapat dampak positif dan signifikan secara langsung pada strategi pemasaran antara *price, promotion dan people* terhadap kinerja pemasaran kredit konsumtif pada PT BPR Hasa Mitra Makassar. Akan tetapi dari segi *promotion* tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan, penyebab hal ini dikarenakan terbatasnya sampel penelitian sehingga menghasilkan pengaruh yang negatif terhadap kinerja

<sup>20</sup> Made Semadi, Rustan DM, Fitriany, “Analisis Pengaruh *Price, Promotion, People* Dalam Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Kredit Konsumtif Pada PT BPR Hasa Mitra Makassar,” *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan Massaro* 4, no.1 (Februari, 2022): 39-52.

pemasaran dan menyebabkan hasil penelitian khususnya mengenai *promotion* menjadi sedikit bias.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu bisa dilihat dari segi pemasaran jasa yang di gunakan dimana sama-sama menerapkan salah satu strategi pemasaran jasa *price, promotion, people*. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada pendekatan dan jenis penelitiannya yang menggunakan penelitian kuantitatif, dan pembahasan dalam penelitian ini hanya berfokus pada salah satu strategi pemasaran jasa *price, promotion, people*, sedangkan peneliti akan membahas semua mengenai strategi pemasaran jasa 7P.

5. Fahmi Hakim, (2021), “Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Abdul Muis”. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah.<sup>21</sup>

Metode penelitian skripsi ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi, wawancara serta dokumentasi.

Studi kasus penelitian ini terjadi di PT Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Abdul Muis. Hasil kesimpulan dari penelitian ini strategi yang digunakan dalam memasarkan kredit pemilikan rumah (KPR) sesuai dengan teori Kotler dan Amstrong mengenai strategi pemasaran yaitu 7P. Dimana dari segi *product* (produk) mereka bertujuan untuk masyarakat berpenghasilan rendah ataupun menengah untuk mendapatkan tempat

<sup>21</sup> Fahmi Hakim, “Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Abdul Muis” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2021).

tinggal yang layak sesuai yang diinginkan. Dari segi *price* (harga) memberikan uang muka sebesar 5% bagi masyarakat yang ingin mengambil KPR agar menjadi jaminan untuk nasabah tersebut. Dari segi *place* (tempat) lokasi kantor tersebut sangat strategis sehingga sangat mudah bagi nasabah untuk menemukan alamat kantor tersebut.

Dari segi *promotion* (promosi) mereka melalui media cetak dan media digital, dari segi strategi *people* (Orang) Bank Syariah Indonesia melakukan pelatihan kepada karyawannya. Dari segi *physical evidence* (bukti fisik) adanya fasilitas gedung dan ruangan yang dapat digunakan karyawan ataupun nasabah. Terakhir dari segi *process* (proses) karyawan maupun nasabah harus mengikuti alur yang berlaku di instansi manapun terutama pada PT BSI KC Jakarta Abdul Muis.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama dari segi pembahasan yaitu tentang strategi *marketing* (pemasaran) mengenai kredit yang menggunakan teori 7P dan metode penelitiannya juga sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini hanya memfokuskan pada strategi *marketing* (pemasaran) kredit pemilikan rumah (KPR).

6. Yulfi Tyastutik, (2021), "Strategi *Marketing Mix* Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mikro di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Yulfi Tyastutik, (2021), "Strategi *Marketing Mix* Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mikro di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri, Ponorogo, 2021).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang pencarian dan pengumpulan datanya dilakukan di lapangan.

Hasil dalam penelitian ini adalah strategi *marketing mix* yang digunakan oleh pihak BSI KCP Magetan sudah senada dengan strategi yang ada dalam buku karangan Ali Hasan. Dimana strategi yang digunakan menggunakan unsur 7P. Akan tetapi ada beberapa strategi yang belum optimal diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Magetan sehingga hal ini menyebabkan penurunan minat nasabah pada pembiayaan musyarakah mikro, yaitu strategi *promotion* dan strategi *physical evidence*. Dimana dalam strategi *promotion* pihak Bank Syariah Indonesia KCP Magetan hanya menggunakan jasa karyawannya saja untuk menerapkan *promotion* tidak menyewa salesman. Sedangkan dari strategi *physical evidence* yaitu dari segi bangunannya dimana bangunan Bank ini memang cukup sempit, dan memiliki parkir yang hanya muat 3 mobil.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama melakukan kegiatan promosi sebagai salah satu penerapan dari strategi *marketing*. Serta juga sama dalam hal metode penelitian yaitu penelitian kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini adalah dari segi produknya, penelitian ini membahas mengenai produk pembiayaan sedangkan peneliti akan membahas strategi meningkatkan debitur dan kredit.

7. Susy Lestianingsih, (2021), "Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kredit Pemilikan Rumah Pada BNI Sinjai".<sup>23</sup>

Pendekatan penelitian ini menggunakan Penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan angket/kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah nasabah yang menggunakan kredit pemilikan rumah pada BNI Sinjai sebanyak 334 nasabah. Instrumen penelitian ini menggunakan alat dokumentasi dan kuesioner untuk memperoleh datanya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji analisis data statistik, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini adalah efektivitas strategi pemasaran yang dilakukan pada penelitian ini efektif terhadap peningkatan KPR. Hal tersebut dapat dilihat dengan Uji T parsial tabel *output* SPSS "Coefficients" dengan total 0,992. Berdasarkan pengukuran Analisis efektivitas strategi pemasaran terhadap peningkatan KPR di BNI Sinjai, dikategorikan sangat efektif dengan skor 2887.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu dari segi pembahasan yang membahas tentang strategi *marketing* mengenai kredit. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakannya, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti akan menggunakan metode kualitatif, objek dan produk yang dikaji, penelitian ini membahas tentang kredit pemilikan

---

<sup>23</sup> Susy Lestianingsih, "Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kredit Pemilikan Rumah Pada BNI Sinjai" (Skripsi, Institut Agama Islam Muhammadiyah, Sinjai, 2021).



rumah saja, sedangkan penelitian yang akan diteliti akan membahas mengenai kredit-kredit yang ada di BPR ADY Jember.

8. Indah Nur Anisa, Renny Oktafia (2021), “Penerapan Strategi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Jumlah Funding Dan Lending Di BMT Harapan Umat Sidoarjo”.<sup>24</sup>

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan Jenis data primer dan data sekunder dari hasil wawancara secara *online* serta *Website* BMT.

Hasil dalam penelitian ini yaitu, BMT Harapan Umat Sidoarjo menerapkan Strategi *Marketing 7P* dalam meningkatkan jumlah funding dan lendingnya, dimana strategi yang dijalannya sudah terlaksana dengan baik, meskipun ada beberapa strategi yang belum optimal yakni strategi *promotion* dan *physical evidence* dimana belum terdapat simbol nama/plakat BMT Harapan Umat Sidoarjo sehingga masyarakat masih banyak yang belum mengetahui keberadaan BMT Harapan Umat.

Namun dilihat dari jumlah penghimpunan dan penyaluran dana pada bulan April-September tahun 2019-2020 di BMT Harapan Umat mengalami peningkatan namun tidak setiap bulan dan pada tahun 2020 setiap bulannya mengalami penurunan akibat Covid-19 sehingga nasabah semakin berkurang dan pihak BMT Harapan Umat juga mengurangi dan memilah secara ketat penyaluran pembiayaan di masa pandemi.

<sup>24</sup> Indah Nur Anisa, Renny Oktafia (2021), “Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Funding Dan Lending Di BMT Harapan Umat Sidoarjo,” *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 4, no. 1 (Mei, 2021): 113-126.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas mengenai implementasi strategi *marketing* yang salah satunya membahas mengenai *lending* (pembiayaan). Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian, penelitian ini mengambil objek di Bank Syariah yaitu di BMT sedangkan peneliti mengambil objek di BPR dimana dari segi perhitungan atau pembiayaannya menggunakan konvensional.

9. Reny Karlina, (2020), “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro di BRI Syariah KCP Mojoagung”<sup>25</sup>

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah implementasi strategi *marketing mix* pada pembiayaan kredit usaha rakyat mikro yang dilakukan oleh BRI Syariah KCP Mojoagung menggunakan 7P. Dari penerapan 7P tersebut, terdapat penerapan yang belum sempurna, yaitu pada strategi *place* (tempat) karena minimnya variasi tempat pendistribusian yang dituju sehingga produk menjadi kurang diketahui oleh masyarakat. Sedangkan untuk penerapan strategi promosi yang kurang maksimal yaitu promosi melalui sosial media yang hanya dilakukan oleh salah satu *marketing* saja.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian Kualitatif, dan strategi yang diterapkan sama-sama

---

<sup>25</sup> Reny Karlina, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro Di BRI Syariah KCP Mojoagung” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo, 2020).

menggunakan strategi *marketing* 7P hanya saja dalam penelitian ini untuk strategi promosi disendirikan. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada teori pengambilan strategi *marketing*nya saja serta ada beberapa penerapan strategi promosinya yang berbeda.

10. Amalia Yunita, (2020), “Analisis Strategi *Marketing Credit Executive* Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Konsumen pada PT Fifgroup Cabang Banjarmasin”.<sup>26</sup>

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah PT Fifgroup Cabang Banjarmasin melakukan strategi *marketing* dengan tujuan untuk meningkatkan minat nasabah mereka. PT Fifgroup menerapkan dua strategi *marketing* yaitu strategi harga pasar dan strategi promosi. Untuk strategi harga pasar mereka berdasarkan prinsip syariah harga, hal ini berkaitan dengan tingkat besaran pinjaman serta *margin* yang ditentukan perusahaan. *Margin* dapat digunakan untuk menciptakan strategi pemasaran agresif. Sedangkan untuk strategi promosi mereka melakukan periklanan, mendatangi toko pedagang di pasar Banjarmasin serta memberikan *souvenir* kepada konsumen yang loyal. Sehingga dengan penerapan tersebut banyak masyarakat Banjarmasin yang mengenal PT Fifgroup dan berminat menjadi nasabah mereka.

<sup>26</sup> Amalia Yunita, “Analisis Strategi *Marketing Credit Executive* Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Konsumen pada PT Fifgroup Cabang Banjarmasin” (Skripsi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Kalimantan, 2020).

Persamaan dengan penelitian ini yaitu dari segi metode penelitian yang digunakan, serta sama-sama membahas mengenai strategi *marketing* kredit untuk meningkatkan jumlah konsumen/ debitur. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada penerapan strategi *marketing* yang dilakukan. Penelitian ini hanya memfokuskan kepada strategi *marketing* harga dan promosi.

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Joni Anwar, (2022).	Strategi Pemasaran Dan Segmentasi Pasar Dalam Rangka Peningkatan Portofolio Kredit Di PT Bpr AnugerahDharma Yuwana (ADY) Banyuwangi Kantor Cabang Pesanggaran	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan segi pembahasan sama-sama mengenai strategi marketing dan sama membahas mengenai kredit PT BPR AnugerahDharma Yuwana (ADY) untuk meningkatkan jumlah portofolio kredit.	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada jenis penelitian dan objek penelitian yang dilakukan, serta berbeda dalam teknik pengumpulan datanya.
2	Cahyo Permata, (2022).	Analisis Strategi Pemasaran Kredit Menggunakan <i>Game Theory</i> untuk Meningkatkan Jumlah Debitur pada Multi Channel	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama untuk mengetahui bagaimana strategi <i>marketing</i> untuk meningkatkan jumlah nasabah debitur	Perbedaan dengan penelitian ini adalah metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. penelitian ini membahas tentang perbandingan masing-masing strategi pemasaran pada Bank yang ada

NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
				di kecamatan Brondong kabupaten Lamongan, sedangkan peneliti hanya mengambil satu objek penelitian dan tidak melakukan perbandingan.
3	Abdul Jalal, (2022).	Implementasi Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro	Persamaan dengan penelitian ini yaitu bisa dilihat dari segi pemasaran jasa yang di gunakan dimana sama-sama menerapkan salah satu strategi pemasaran jasa <i>Price, Promotion, People.</i>	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada pendekatan dan jenis penelitiannya yang menggunakan penelitian kuantitatif, dan pembahasan dalam penelitian ini hanya berfokus pada salah satu strategi pemasaran jasa <i>Price, Promotion, People</i> , sedangkan peneliti akan membahas semua mengenai strategi pemasaran jasa 7P.
4	Made Semadi, (2022),	Analisis Pengaruh <i>Price, Promotion, People</i> Dalam Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Kredit Konsumtif Pada PT BPR Hasa Mitra Makassar	Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran mengenai produk kredit serta metode yang digunakan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif bersifat deskriptif	perbedaan dengan penelitian ini adalah berbeda dari segi kredit yang dibahas penelitian ini hanya memfokuskan pada kredit pemilikan rumah (KPR)
5	Fahmi Hakim, (2021)	Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Abdul Muis	Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran mengenai produk kredit serta metode yang digunakan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan	perbedaan dengan penelitian ini adalah berbeda dari segi kredit yang dibahas penelitian ini hanya memfokuskan pada kredit pemilikan rumah (KPR)

NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
			penelitian kualitatif bersifat deskriptif	
6	Yulfi Tyastutik, (2021)	Strategi Marketing Mix Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mikro Di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama membahas tentang strategi <i>marketing</i>	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada produk yang dibahas, penelitian ini membahas tentang strategi marketing dalam pembiayaan musyarakah sedangkan peneliti akan membahas mengenai kredit serta objek yang diteliti juga berbeda
7	Susy Lestianingsih, (2021),	Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kredit Pemilikan Rumah Pada BNI Sinjai	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu dari segi pembahasan sama-sama membahas tentang strategi <i>marketing</i> mengenai kredit.	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakannya, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, objek dan produk yang dikaji, penelitian ini membahas tentang kredit pemilikan rumah saja, sedangkan penelitian yang akan diteliti akan membahas mengenai kredit-kredit yang ada di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember
8	Indah Nur Anisa, Renny Oktafia (2021),	Penerapan Strategi Marketing Mix dalam meningkatkan jumlah Funding dan Lending Di BMT Harapan Umat Sidoarjo	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas tentang implementasi strategi <i>marketing</i>	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian, penelitian ini mengambil objek di Bank syariah yaitu di BMT sedangkan peneliti mengambil objek di BPR dimana

NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
			(pemasaran) yang salah satunya membahas mengenai <i>Lending</i> (pembiayaan).	dari segi perhitungan atau pembiayaannya menggunakan konvensional.
9	Reni Karlina, (2020),	Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro Di BRI Syariah KCP Mojoagung	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian Kualitatif, dan strategi yang diterapkan sama-sama menggunakan strategi <i>marketing</i> 7P hanya saja dalam penelitian ini untuk strategi promosi disendirikan.	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada teori pengambilan strategi <i>marketingnya</i> saja serta ada beberapa penerapan strategi promosinya yang berbeda.
10	Amalia Yunita, (2020)	Analisis Strategi Marketing Credit Exeutive Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Konsumen Pada PT Flifgroup Cabang Banjarmasin	Persamaan dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan, serta sama-sama membahas mengenai strategi <i>marketing</i> kredit untuk meningkatkan jumlah konsumen/debitur.	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada penerapan strategi <i>marketing</i> yang dilakukan. Penelitian ini hanya memfokuskan kepada strategi <i>marketing</i> harga dan promosi

Sumber : Data diolah oleh peneliti

## B. Kajian Teori

Kajian Teori berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai bahan perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas akan semakin memperdalam pengetahuan peneliti dalam menganalisa

permasalahan yang akan dipecahkan sesuai dengan fokus penelitian dan tujuan penelitian.<sup>27</sup>

## 1. Strategi *Marketing* (Pemasaran)

### a. Definisi Strategi *Marketing* (Pemasaran)

Marrus mendefinisikan strategi sebagai sebuah jalan penentuan rencana para manajemen puncak yang memfokuskan terhadap tujuan jangka panjang organisasi, diselingi dengan penyusunan suatu metode atau taktik bagaimana cara untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>28</sup>

Sedangkan definisi *marketing* menurut Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management* edisi terbaru *The Millennium Edition 2000* berpendapat mengenai pengertian *marketing* dapat dilihat dari dua sudut pandang. Jika dilihat dari sudut pandang *societal* (masyarakat) *marketing* merupakan suatu proses dimana seseorang bisa memenuhi kebutuhan dan mewujudkan keinginannya melalui penawaran, penciptaan, dan pertukaran barang dan jasa. Sedangkan dari sudut manajerial *marketing* merupakan suatu proses rencana yang terkonsep, baik dari segi harga, promosi, menciptakan peluang yang mampu menarik minat khalayak umum sesuai dengan tujuan organisasi.<sup>29</sup>

Sedangkan menurut Stanton, Etzel, Walker, Baez dan Martinez pemasaran merupakan keseluruhan dari sistem aktivitas bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan,

<sup>27</sup> Tim Penyusun, 46.

<sup>28</sup> Eris Juliansyah, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi," *Jurnal Ekonomak* 3, no. 2 (Agustus, 2017): 21.

<sup>29</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), 4-5.



dan mendistribusikan barang dan jasa yang mampu memuaskan kebutuhan baik konsumen.<sup>30</sup>

Dari pengertian *marketing* (pemasaran) menurut para pakar di atas dapat disimpulkan bahwa *marketing* (pemasaran) adalah suatu proses manajerial yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan keinginan dan kebutuhan dengan cara memasarkan suatu barang dagangan dan juga upaya mendistribusikan entitas untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Dari dua kata strategi dan pemasaran terbentuk istilah strategi pemasaran. Strategi *marketing* (pemasaran) adalah pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenalkan bagaimana suatu merek lini produk untuk mencapai tujuannya. Sementara itu, definisi strategi *marketing* (pemasaran) menurut Tull dan Kahle menyatakan bahwa strategi *marketing* (pemasaran) sebagai alat fundamental yang direncanakan perusahaan yang memiliki tujuan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui program yang digunakan untuk pasar sasarannya.<sup>31</sup>

#### b. Faktor Strategi *Marketing*

Untuk mengetahui perubahan kondisi pasar serta faktor biaya dalam strategi *marketing* haruslah disertai dengan merumuskan

<sup>30</sup> M. Mursid. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 20.

<sup>31</sup> Effendi M. Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran+Membangun Citra Negara* (Jakarta: CV Sagung Seto, 2010), 37.

pendekatan-pendekatan analitis. Berikut beberapa faktor analisis dalam strategi *marketing*::<sup>32</sup>

### 1) Faktor Lingkungan

Analisis terhadap faktor lingkungan contohnya seperti pertumbuhan penduduk dan kebijakan pemerintah yang berperan penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkannya pada bisnis perusahaan. Selain itu, beberapa faktor seperti perkembangan teknologi, tingkat inflasi dan gaya hidup juga tidak boleh diabaikan. Hal tersebut merupakan faktor lingkungan yang harus diperhitungkan tergantung pada produk/ jasa dan pasar perusahaan.

### 2) Faktor Pasar

Setiap industri bisnis harus memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor, contoh seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, perkembangan *trend* saat ini, segmen pasar baik hari ini atau hari kedepannya, serta hal-hal yang belum direalisasikan.

### 3) Faktor Persaingan

Setiap industri bisnis atau perusahaan harus mengetahui siapa pesaingnya, bagaimana tingkat produk atau pasar pesaing tersebut, serta bagaimana strateginya, kekuatan juga kelemahan yang dimiliki pesaing, biaya, dan kapasitas produksi para pesaing.

---

<sup>32</sup> Guntur, 38-40.

#### 4) Faktor Analisis Kemampuan Internal

Setiap industri bisnis atau perusahaan harus memastikan dan menilai kekuatan dan kelemahannya dengan para pesaingnya. Evaluasi tersebut dapat diketahui melalui beberapa faktor seperti teknologi, kemampuan pemasaran, serta basis para konsumen yang dimiliki

#### 5) Faktor Perilaku Konsumen

Memperhatikan Perilaku konsumen sangat berguna bagi pengembangan produk, penetapan harga, desain produk, dan penentuan strategi promosi, analisis ini dapat diterapkan melalui penelitian (riset pasar), baik melalui observasi ataupun metode survei.

#### 6) Faktor Analisis Ekonomi

Dalam analisis ini sebuah industri bisnis mampu memperkirakan bagaimana pengaruh setiap peluang pemasaran yang menghasilkan keuntungan. Analisis ekonomi terdiri dari analisis BEP (*Break Even Point*), analisis terhadap komitmen yang dibutuhkan, serta penilaian risiko atau laba.

#### c. Fungsi dan Tujuan Strategi *Marketing* (pemasaran)

Strategi *Marketing* memiliki ada 4 fungsi diantaranya yaitu:<sup>33</sup>

- 1) Meningkatkan motivasi untuk melihat ke arah masa depan
- 2) Mampu mengkoordinasi pemasaran yang lebih efektif

---

<sup>33</sup> Haque, 11-12.

- 3) Merumuskan dan memfokuskan tujuan dari perusahaan
- 4) Mampu mengawasi aktivitas pemasaran

Sedangkan dari segi tujuan strategi pemasaran juga ada 4, diantaranya yaitu:

- 1) Mengembangkan kualitas suatu koordinasi antar individu dalam tim pemasaran.
- 2) Sebagai alat ukur hasil pemasaran yang didasarkan pada standar kinerja yang telah ditentukan
- 3) Sebagai dasar panutan yang logis dalam mengambil sebuah keputusan pemasaran
- 4) Mengembangkan kemampuan dalam beradaptasi apabila terjadi perubahan dalam pemasaran

d. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Jika mendengar kata pemasaran pastinya kita telah mengenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran), yaitu berupa 4P: *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Sedangkan untuk usaha perbankan sebagai produsen jasa, dilengkapi dengan 3P yaitu: *People*, *Physical Evidence*, dan *Process*.<sup>34</sup>

1) *Product* (Produk)

Strategi inovasi produk diperlukan agar konsumen tidak merasa jenuh dan bosan dengan produk yang ditawarkan. Penyebab kejenuhan nasabah terjadi saat produk yang ditawarkan sudah

---

<sup>34</sup> Alma, 340.

banyak digunakan dalam segi manfaatnya. Dimana penggunaan produk secara berulang membuat nasabah menjadi bosan dan akan mencari produk lain yang sejenis dengan tidak menggunakan kembali produk yang sudah digunakan.<sup>35</sup>

## 2) *Price* (Harga)

Secara umum harga dapat didefinisikan sebagai suatu nilai berdasarkan permintaan dan penawaran. Tapi dalam pasar monopoli dan monopsoni harga ditentukan oleh produsen atau pihak yang memiliki hak penuh dalam produk. Harga sebagai sejumlah uang yang dibelanjakan oleh pembeli kepada penjual sebagai imbalan atas produk dan layanan apa pun.<sup>36</sup>

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk produk atau layanan yang telah ditetapkan sebagai manfaat dari pertukaran antara pembeli dan penjual. Dengan kata lain penetapan harga mempengaruhi kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.

## 3) *Place* (Tempat) E M B E R

*Place* (Tempat) salah satu unsur yang termasuk ke dalam *marketing mix* (bauran pemasaran) tidak hanya didefinisikan sebagai tempat dimana bisnis dioperasionalkan, tetapi secara lebih

<sup>35</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus* (Yogyakarta: CAPS, 2014), 86.

<sup>36</sup> Riane Johnly Pio, Christoffel Kojo, dan Johny Revo Elia Tampi, "Tinjauan Bauran Pemasaran Dari Perspektif Pelaku Usaha Mikro," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 12, no. 1 (2022): 12.

luas tempat (*place*) adalah semua aktivitas penyaluran produk berupa barang atau jasa dari produsen ke konsumen (distribusi).

Penentuan lokasi Bank merupakan salah satu kebijakan terpenting. Bank yang terletak di lokasi yang strategis sangat mempermudah *nasabah* untuk bertransaksi dengan baik. Selain lokasi yang mudah dijangkau, hal lain yang mendukung lokasi ini adalah tata letak bangunan dan tata letak ruangan Bank tersebut.

#### 4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu unsur dalam *marketing mix* (bauran pemasaran) industri bisnis yang diterapkan untuk memberitahukan, membujuk dan mengingatkan tentang produk perusahaan kepada khalayak umum.<sup>37</sup>

#### 5) *People* (Orang)

*People* (Orang) merupakan aset utama dalam sebuah industri jasa, dimana dalam hal ini perusahaan harus merekrut pegawai yang kreatif dan juga ahli dalam bidangnya. Elemen dari *people* (orang) adalah pegawai perusahaan dan konsumen, dengan memiliki kemampuan yang baik memberi citra baik bagi perusahaan.

#### 6) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bangunan atau gedung merupakan bagian dari *physical evidence*, karakteristik yang termasuk ke dalam *physical evidence*

<sup>37</sup> Roni Mohamad, dan Endang Rahim, "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah," *Mutawazin Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (April, 2021): 21.

yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan yaitu dari segi interior, perlengkapan bangunan, tata ruang serta fasilitas yang memberikan kenyamanan terhadap nasabah.

#### 7) *Process* (Proses)

Proses terdiri dari kombinasi dari semua aktivitas yang umumnya terdiri dari prosedur, jadwal dan mekanisme, dimana jasa diproduksi dan disampaikan kepada nasabah. Proses tersebut juga menjamin kualitas pelayanan perusahaan jasa, mengingat penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri. Untuk menjaga kualitas pelayanan, seluruh operasional perusahaan harus dilakukan sesuai dengan proses yang telah ditetapkan oleh karyawan yang kompeten, berkomitmen dan loyal terhadap perusahaan.

## 2. Nasabah Debitur

Ada beberapa definisi nasabah menurut para ahli yang bisa kita ketahui, yaitu:<sup>38</sup>

- a. Menurut Tjiptono definisi nasabah ialah setiap individu yang membeli dan menggunakan produk maupun jasa perusahaan.
- b. Menurut Saladin nasabah adalah seseorang yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dalam Bank.
- c. Menurut Komaruddin nasabah merupakan seseorang atau suatu perusahaan yang memiliki kaitan pada lingkup kegiatan Bank tersebut.

<sup>38</sup> Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, "Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH 14*, no. 2 (November, 2016): 50.

Dari pengertian bisa disimpulkan bahwa nasabah ialah seseorang atau badan usaha yang memiliki keterkaitan dengan suatu Bank dalam lingkup kegiatan usahanya seperti transaksi simpanan dan pinjaman.

Sedangkan definisi nasabah debitur menurut UU Nomor 10 Tahun 1998 bahwa nasabah debitur merupakan seorang nasabah yang mendapatkan fasilitas keuangan atau kredit berdasarkan prinsip syariah ataupun konvensional berdasarkan perjanjian antara keduanya.<sup>39</sup>

Dilihat dari realitasnya nasabah perbankan terbagi menjadi tiga, yaitu: Pertama, deposan, yaitu nasabah yang menyimpan uang/dananya di Bank, misalnya dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito. Kedua, nasabah yang mendapat manfaat dari fasilitas kredit atau pembiayaan Bank, misalnya KPR. Ketiga, nasabah bertransaksi dengan pihak lain melalui Bank (*Walk In Customer*), seperti transaksi antara importir sebagai pembeli dengan eksportir di luar negeri dengan menggunakan fasilitas *Letter of Credit (L/C)*.

Debitur dalam perjanjian kredit Bank merupakan salah satu nasabah dalam Bank tersebut, dimana dalam UUPK debitur diidentikkan dengan konsumen, hal ini dapat dilihat dari Pasal 1 ayat (2) yang menekankan bahwa konsumen merupakan setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang disediakan kepada masyarakat, baik dari segi kepentingan diri

---

<sup>39</sup> Rinda Hesti Kusumaningtyas, dan Elsy Rahajeng, "Persepsi Nasabah Akan Layanan Atm Dan E-Banking Dengan Metode TAM," *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi* 10, no. 2 (2017): 91.



sendiri, keluarga, maupun makhluk hidup lainnya, dan tidak untuk diperjualbelikan.<sup>40</sup>

### 3. Portofolio Kredit

#### a. Definisi Portofolio Kredit

Kredit atau pembiayaan biasanya berupa uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang, dan adanya kesepakatan antara Bank dengan nasabah penerima kredit (debitur).<sup>41</sup> Sedangkan pengertian portofolio menurut Bobenhausen dan Salzman, portofolio adalah penggabungan dari berbagai aset sekuritas yang dimiliki oleh investor dengan tingkat resiko dan tingkat pengembalian yang berbeda dimana investor berupaya meminimalisir resiko dan memperoleh tingkat pengembalian yang tinggi atas investasinya.<sup>42</sup>

Portofolio kredit dapat didefinisikan sebagai beberapa aset Bank yang harus terdiri dari pinjaman. Dimana hal ini merupakan suatu persoalan kebijakan suatu Bank secara keseluruhan dan juga merupakan unsur penuntun dalam kebijakan peminjaman atau penyaluran kredit. Kredit atau pinjaman umumnya merupakan aset yang paling menguntungkan yang dimiliki Bank, tetapi pinjaman seringkali kurang

<sup>40</sup> Mohammad Wisno Hamin, "Perlindungan Hukum Bagi Nasabah (DEBITUR) Bank Sebagai Konsumen Pengguna Jasa Bank Terhadap Risiko dalam Perjanjian Kredit Bank," *Lex Crimen* 6, no. 1 (Jan-Feb, 2017): 47.

<sup>41</sup> Ade Onny Siagian, *Lembaga-Lembaga Keuangan Dan Perbankan* (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 33.

<sup>42</sup> Syaiful Bahri, *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi et. al.* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022), 65.

likuid dan membawa risiko kredit yang lebih tinggi dari pada sekuritas yang dibeli Bank, sehingga ukuran portofolio pinjaman harus dibatasi.<sup>43</sup>

Analisis portofolio kredit tidak pasti memberikan perkiraan yang akurat, yang mana bisa jadi debitur pada portofolio tersebut akan mengalami penurunan. Perhitungan kerugian berguna untuk mengetahui perubahan kerugian dan kepastian tingkat kerugian. Hal ini menunjukkan berapa banyak modal yang diperlukan untuk mendukung portofolio tersebut guna memberikan jaminan untuk melunasi semua hutangnya.<sup>44</sup>

Portofolio kredit tersebut dapat dikelompokkan berdasarkan kelompok debitur, geografis, jenis produk, jenis pembiayaan, lapangan usaha dan sektor ekonomi. Komposisi dalam portofolio tersebut berperan penting sebagai indikator profil risiko yang dihadapi Bank.

#### b. Jenis Kredit

Pada umumnya ada tiga jenis kredit berdasarkan jumlah kredit yaitu:<sup>45</sup>

##### 1) Kredit UMKMJ E M B E R

Kredit UMKM adalah jasa kredit yang ditawarkan untuk seseorang yang memiliki usaha dengan kisaran skala usaha sangat kecil, contoh pengusaha warteg, dimana usahanya masih tergolong sangat kecil.

<sup>43</sup> Edward W. Reed, dan Edward K. Gill, *Bank Umum Edisi 4* (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), 220.

<sup>44</sup> Ahmad Rifqi Zuhdi, "Analisis Portofolio Kredit Perbankan Umum Dan Syariah Berdasarkan Sektor Ekonomi," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 12, no. 01 (Maret, 2013): 3.

<sup>45</sup> M.Anwar Syadad, "Analisis Prosedur Pembiayaan Mikro Pada PT BPR ADY Jember" (Skripsi, IAIN Jember, 2020), 19-20.

## 2) Kredit UKM

Kredit UKM merupakan kredit yang ditawarkan terhadap seorang pengusaha dengan minimal modal Rp 50.000.000,- dan maksimal Rp 350.000.000,-. Yang dimaksud UKM disini yaitu telah mempunyai modal yang cukup dan administrasi yang lebih baik dibandingkan dengan UMKM, sehingga Bank bisa memenuhi pengajuan kreditnya. Contoh koperasi dan pedagang.

## 3) Kredit Korporasi

Kredit korporasi adalah kredit yang ditawarkan terhadap debitur dengan skala besar dan ditujukan kepada debitur besar (korporasi). Dimana dalam hal ini Bank lebih mudah untuk melakukan analisis terhadap debitur korporasi, karena data keuangannya lebih lengkap, administrasi lebih baik, dan struktur permodalannya kuat.

## c. Alokasi Kredit

Dalam Otoritas Jasa Keuangan, Alokasi kredit dikelompokkan berdasarkan jenis kredit, skala usaha, dan sektor ekonomi. alokasi kredit berdasarkan skala usaha dikelompokkan menjadi dua:

- 1) Penerima kredit lapangan usaha merupakan pengalokasian kredit ke berbagai sektor ekonomi.
- 2) Penerima kredit bukan lapangan usaha, yaitu mengalokasikan kredit ke kebutuhan pokok rumah tangga.

Alokasi kredit berdasarkan sektor ekonomi dibagi menjadi 18 kategori ekonomi, yaitu: industri pengolahan, perikanan, pertanian, pertambangan, listrik, gas, dan air, konstruksi, perdagangan, transportasi, perantara keuangan, penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum, jasa pendidikan, administrasi pemerintahan, jasa kesehatan dan kegiatan sosial, jasa kemasyarakatan, jasa perorangan yang melayani rumah tangga, kegiatan yang belum jelas batasnya. Semakin besar alokasi kredit pada sektor-sektor tertentu, menunjukkan bahwa strategi portofolio Bank berfokus pada sektor tersebut.<sup>46</sup>



---

<sup>46</sup> Yosua Sopater Siregar, Apriani Dorkas Rambu Atahau, dan Imanuel Madea Sakti, "Analisis Portofolio Kredit, Risiko, Dan Return Bank Umum Konvensional," *Jurnal Manajemen* 19, no. 1 (Mei, 2022): 18-38.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam hal ini pendapat dari Bogalan Taylor yang dikutip Moleong, metode kualitatif adalah proses jalannya suatu *research* dimana data yang dihasilkan data deskriptif atau kata-kata atau pernyataan dari beberapa informan serta perilakunya yang dapat diamati.<sup>47</sup>

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Mahmud menyatakan bahwa, jenis penelitian ini merupakan suatu *research* yang dilakukan dengan tujuan untuk mengamati dan mengidentifikasi problematika secara sistematis dan akurat mengenai realita dan sifat objek tertentu yang ditunjukkan untuk menggambarkan beberapa fakta berdasarkan cara pandang maupun kerangka berpikir tertentu.<sup>48</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat dimana penelitian akan dilakukan. Supaya penelitian kualitatif mendapatkan hasil maksimal, dengan itu penelitian kualitatif ini hanya menentukan satu objek atau lokasi penelitian.<sup>49</sup>

Penelitian ini akan dilakukan BPR AnugerahDharma Yuwana Jember yang bertempat di jalan Kh. Shiddiq No. 88 Kelurahan Jember Kidul,

---

<sup>47</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda Karya, 2002), 3.

<sup>48</sup> Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktek* (Yogyakarta: Calpulis, 2015), 11.

<sup>49</sup> Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), 74.

Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena terdapat problematika yang masih ramai dibincangkan yaitu mengenai strategi *marketing* dalam peningkatan jumlah debitur dan portofolio kredit. Serta BPR AnugerahDharma Yuwana juga merupakan salah satu BPR di Kota Jember yang cukup dikenali oleh masyarakat, karena BPR ini merupakan kantor BPR terbesar ketiga di Kabupaten Jember.<sup>50</sup>

Dengan itu peneliti ingin mengetahui bagaimana implementasi strategi *marketing* antara teori dengan yang ada di lapangan. Dengan begitu dapat mengetahui strategi *marketing* secara teori dan yang diterapkan di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

### C. Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan subjek penelitian. Dalam teknik ini peneliti dapat menentukan dan berfokus terhadap pemilihan subjek yang sesuai dengan kebutuhan penelitian yang bertujuan agar data yang didapat nantinya lebih representatif.<sup>51</sup> Dengan kata lain informan yang dipilih adalah informasi kunci yang baik pengetahuan serta keterlibatan mereka dengan permasalahan yang akan diteliti tidak diragukan lagi.<sup>52</sup>

Adapun informan yang menjadi subjek penelitian ini adalah *customer service*, komite kredit, dan nasabah debitur BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, dalam hal ini pemilihan untuk kriteria nasabah debitur peneliti

<sup>50</sup> Hengky Kurniawan, "BPR ADY Bangkitkan Ekonomi Warga", Radar Jember, 11 September 2021, <https://radarJember.jawapos.com/ekoran-Jember/11/09/2021/pt-bpr-ady-bangkitkanekonomi-warga/>.

<sup>51</sup> Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 53.

<sup>52</sup> Rukin, 75.

melalui teknik *snowball sampling*, yang mana menurut Sugiyono subjek yang diperoleh dari informasi responden/informan pertama.<sup>53</sup> Berikut merupakan informan dalam penelitian ini. :

1. Ibu Novinda Selaku *Customer Service* BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.
2. Bapak Samsul Arifin selaku Komite Kredit I BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.
3. Bapak Yudiyanto Komite Kredit II BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.
4. Ibu Ningsih selaku salah satu Nasabah Debitur BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Pada bagian ini salah satu proses yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian ini yaitu dengan memperoleh data. Jika melakukan teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan memperoleh data yang diinginkan.<sup>54</sup>

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang spesifik jika dibandingkan dengan teknik lainnya. Observasi adalah proses yang akurat dan tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.

<sup>53</sup> Mamik, 54.

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 224.

Teknik observasi ini dilakukan jika, penelitian berkaitan dengan perilaku seseorang, proses kerja, perubahan kondisi alam serta informan yang diamati tidak terlalu besar.<sup>55</sup>

Dengan menggunakan teknik observasi ini peneliti akan mendapatkan informasi atau data mengenai:

- a. Penerapan strategi *marketing* yang bagaimana dalam meningkatkan jumlah debitur serta portofolio kredit
- b. Bagaimana hasil peningkatan jumlah debitur dan portofolio kredit setelah mengimplementasikan strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara perolehan data yang dilakukan melalui aktivitas komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tak terstruktur.<sup>56</sup>

Dengan menggunakan teknik wawancara peneliti akan mendapatkan informasi/data mengenai :

- a. Penerapan strategi *marketing* yang bagaimana dalam meningkatkan jumlah debitur serta portofolio kredit
- b. Bagaimana hasil peningkatan jumlah debitur dan portofolio kredit setelah mengimplementasikan strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

<sup>55</sup> Sugiyono, 145.

<sup>56</sup> Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan: Wal ashri Publishing, 2020), 78.



### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan setiap langkah pembuktian yang berdasarkan jenis sumber apapun, baik itu dari segi tulisan, desain, gambaran, atau arkeologis.<sup>57</sup>

Cara pengambilan dokumentasi tersebut dapat berupa dokumen publik, buku, foto kegiatan, dan rekaman yang berhubungan dengan judul yang akan peneliti kaji. Sehingga dengan observasi ini berguna untuk keabsahan dari penelitian.<sup>58</sup>

Tujuan menggunakan teknik ini untuk memperoleh data mengenai :

- a. Penerapan strategi *marketing* yang bagaimana dalam meningkatkan jumlah debitur serta portofolio kredit.
- b. Bagaimana hasil peningkatan jumlah debitur dan portofolio kredit setelah menerapkan strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.
- c. Data perkembangan nasabah debitur dan portofolio kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember seperti buku rekapan arsip yang bersifat umum dan brosur-brosur/ pamflet yang mereka implementasikan pada strategi *marketing*.

#### E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilaksanakan sebelum dan sesudah lapangan. Dalam teori Miles dan Huberman berpendapat bahwa

<sup>57</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2022), 175.

<sup>58</sup> Sandu Siyoto, dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 77.

aktivitas dalam analisis data ini dilaksanakan secara interaktif, sistematis, dan berlangsung secara terus-menerus sampai data yang ingin diperoleh tuntas, sehingga datanya jenuh (tidak ada data atau informasi baru lagi).<sup>59</sup>

Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan cara menjabarkan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang sudah dilakukan sebelumnya. Sehingga data yang diperoleh mudah dipahami lalu ditarik kesimpulan. Adapun langkah-langkah dalam analisis data yaitu :<sup>60</sup>

#### 1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data merupakan proses langkah yang sistematis dan standar agar mendapatkan data yang diinginkan. Data yang telah didapat berupa kata-kata dan bukan dari rangkaian angka. Dengan beraneka macam cara dalam pengumpulannya (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya sebelum digunakan akan diproses lebih lanjut (melalui pencatatan, pengetikan, dan penyuntingan).

Pada tahap awal peneliti melakukan pengumpulan data yang berkaitan dengan fokus dan tujuan peneliti yaitu implementasi strategi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah debitur dan portofolio kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember. Peneliti melakukan Pengumpulan data dengan membuat catatan, rekaman serta penyuntingan.

<sup>59</sup> Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017), 101-103.

<sup>60</sup> Sugiyono, 245-253

## 2. Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai merangkum, memilih hal-hal yang penting, mencari tema serta polanya. Dengan itu, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih detail, dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan dan mencari lebih banyak data jika diperlukan.

## 3. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam metode penelitian kualitatif, penyajian data bisa berbentuk kata-kata singkat, referensi, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi.

## 4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk menjawab fokus penelitian yang dirumuskan sejak awal penelitian, akan tetapi, kesimpulan pada tahap awal penelitian masih bersifat sementara karena sebelum peneliti melakukan penyelidikan lapangan data yang diperoleh bisa saja berubah, kecuali mendapat bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengembangan data selanjutnya.

## F. Keabsahan Data

Penelitian ini menguji keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber, yakni menguji kembali kredibilitas data yang diperoleh dengan cara mengecek kembali data yang diperoleh melalui sumber-sumber sebelumnya.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 103.

Untuk menguji kredibilitas data tentang “Implementasi Strategi *Marketing* dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Debitur dan Portofolio Kredit di Bank Perekonomian Rakyat AnugerahDharma Yuwana Jember” peneliti akan melakukan pengumpulan dan pengujian data kepada Komite Kredit I dan II, *Customer Service*, serta salah satu debitur di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember. Dari keempat sumber tersebut peneliti akan mendeskripsikan data dan menguraikan, serta mengkategorisasikan data yang diperoleh. Sehingga dapat ditemukan mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari keempat sumber diatas.

#### **G. Tahap–tahap Penelitian**

Pada bagian ini peneliti merencanakan pelaksanaan penelitian yang akan dimulai dari pendahuluan, pengembangan pola, penelitian sebenarnya, dan terakhir penulisan laporan.

##### **1. Tahap Pra Lapangan**

- a. Menyusun sistematika penelitian.
- b. Memilih objek penelitian.
- c. Mendatangi atau mengobservasi objek yang sebelumnya telah dipilih
- d. Melakukan pengajuan judul kepada koordinator prodi Perbankan Syariah dengan membuat proposal pengajuan judul.
- e. Mencari penelitian terdahulu yang relevan sebagai rujukan penelitian.
- f. Mengurus surat izin penelitian.
- g. Mempersiapkan penelitian lapangan.

## 2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti akan mendatangi objek yang telah ditentukan, lalu mengumpulkan data dengan teknik yang sudah direncanakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan Implementasi strategi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah debitur dan portofolio kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

## 3. Tahap Penyelesaian

Setelah tahap kedua selesai, peneliti akan menyusun laporan dari hasil penelitiannya lalu berkonsultasi kepada Dosen Pembimbing agar memperoleh hasil penelitian yang maksimal. Setelah laporan diterima dan di setujui oleh pembimbing maka hal tersebut bisa membuktikan bahwa penelitian ini sudah siap dipertanggungjawabkan di depan penguji, setelah itu penelitian ini akan diserahkan kepada pihak-pihak yang bersangkutan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat BPR AnugerahDharma Yuwana Jember**

Bank Perekonomian Rakyat AnugerahDharma Yuwana Jember atau lebih sering disebut dengan BPR ADY Jember merupakan BPR hasil perkumpulan dari tiga BPR yang ada di Kota Jember. Yang pertama BPR Delta Ambulu yang didirikan pada tanggal 21 September 2001 yang berada di jalan Suyitman No. 89 Ambulu, yang kedua BPR Puji Raharja Rambipuji yang didirikan pada tanggal 14 Oktober 1996 yang berada di Stand Ruko Pasar Rambipuji No 9-11 Jember, yang ketiga yaitu BPR Arta Tunas Mukti Tanggul yang didirikan pada tanggal 21 Oktober 1996, beralamatkan di jalan PB. Sudirman No 106 Tanggul Jember.<sup>62</sup>

Sejak saat penggabungan ketiga BPR tersebut, maka bergantilah nama menjadi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember sesuai dengan surat keputusan sebagai berikut:

- a. Keputusan dari Deputi Gubernur Bank Indonesia No.14/9/KEP.DpG/2012, yang ditetapkan pada 21 Desember 2012 mengenai perizinan penggabungan usaha (Merger) PT BPR Puji Raharja dan PT BPR Delta Jember ke dalam PT BPR Artha Tunasmukti dan Surat Pemberitahuan dari Kantor Perwakilan Bank Indonesia Jember No. 15/22/DKBU/IDAd/Jr.

---

<sup>62</sup> BPR ADY Jember, "Sejarah Singkat BPR ADY Jember," 08 Maret 2023

- b. Tanggal 5 Maret 2013 Anggaran Dasar No. 35 yaitu rapat mengenai perubahan anggaran dasar BPR AnugerahDharma Yuwana Jember
- c. Tanggal 25 Maret 2013 tentang persetujuan perubahan anggaran dasar perseroan. Keputusan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-15200.AH.01.02.
- d. Salinan Keputusan Deputi Kepala Perwakilan Bank Indonesia No. 15/2/KEP.KPwBI/Jr/2013, Tanggal 3 Mei 2013 tentang perubahan nama PT BPR ARTHA TUNAS MUKTI menjadi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.<sup>63</sup>

BPR AnugerahDharma Yuwana Jember berkantor pusat di jalan Kh. Shiddiq No. 88 Kelurahan Jember Kidul, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember dan memiliki dua kantor cabang yang terletak di Rambipuji yang lokasinya berada di Stand Ruko Pasar No. 9-11 dan di Ambulu yang beralamatkan di jalan Suyitman No. 89.

Selain itu BPR AnugerahDharma Yuwana Jember juga memiliki empat kantor operasional kas yang berada di Tanggul bertempat di jalan PB. Sudirman No. 106, kedua bertempat di Arjasa yaitu di jalan Supriyadi No. 26 Patemon Arjasa, ketiga bertempat di Jenggawah yang beralamatkan di jalan A. Yani No. 13, keempat yaitu di Mumbulsari yang berada di jalan Budi Utomo No.2.

---

<sup>63</sup> BPR ADY Jember, "Profil BPR ADY Jember," [adyJember.co.id](http://www.adyJember.co.id), diakses 08 Maret 2023, <http://www.adyJember.co.id/index.php/visi-misi/>

## 2. Visi Misi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember

### Visi

Menjadi Bank yang profesional dan terpercaya.

### Misi

Misi dari BPR Anugrah Dharma Yuwana adalah sebagai berikut:

- a. Menjalankan usaha yang sehat
- b. Taat regulasi
- c. Penguatan tata kelola dan manajemen resiko
- d. Menjalankan budaya kerja dengan sungguh-sungguh.<sup>64</sup>

## 3. Logo BPR Anugerah Dharma Yuwana Jember



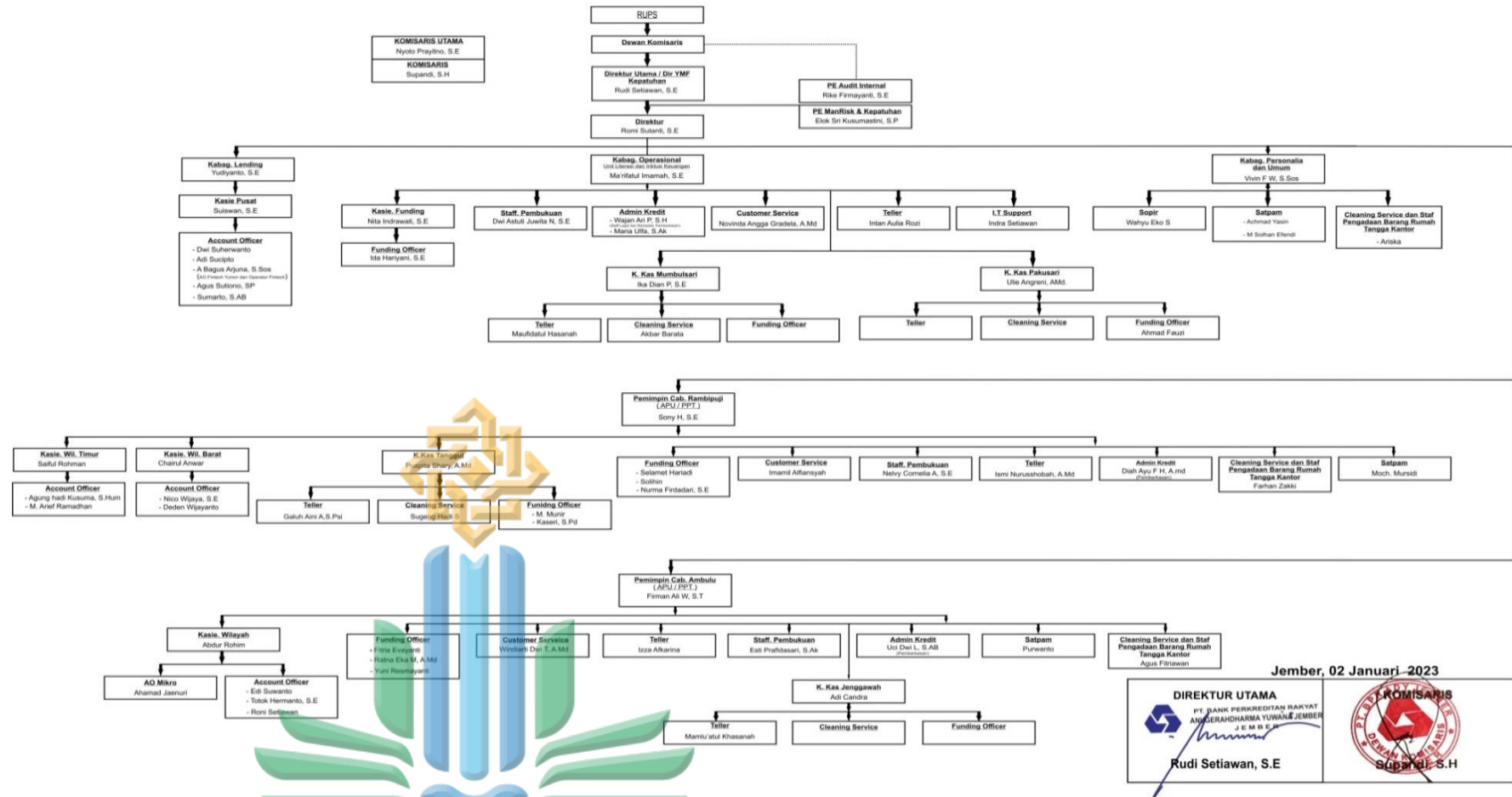
## 4. Struktur Organisasi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember

Berikut merupakan struktur pengorganisasian BPR AnugerahDharma Yuwana Jember yang peneliti dapat dari hasil observasi serta wawancara dan juga dokumentasi, sebagaimana berikut:

<sup>64</sup> BPR ADY Jember, "Visi Misi BPR ADY Jember," [adyJember.co.id](http://www.adyJember.co.id), diakses 08 Maret 2023, <http://www.adyJember.co.id/index.php/visi-misi/>



Gambar 4.2  
Struktur Organisasi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember<sup>65</sup>



Sumber: Dokumentasi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember

<sup>65</sup> Observasi, di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, 08 Maret 2023.

## 5. Ruang Lingkup Kegiatan Usaha BPR AnugerahDharma Yuwana

BPR AnugerahDharma Yuwana Jember merupakan salah satu bank yang kegiatan usahanya melayani secara konvensional yang dalam lingkup kegiatan operasionalnya BPR AnugerahDharma Yuwana tidak menyediakan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPR AnugerahDharma Yuwana Jember hanya melayani simpanan deposito berjangka atau tabungan, kredit dan pinjaman, pembiayaan dan penempatan dana.

Berikut adalah penjelasan mengenai produk simpanan dan penyaluran dana di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

### a. Produk simpanan tabungan

BPR Anugrah Dharma Yuwana Jember memiliki tiga jenis produk tabungan yang sering diminati oleh para nasabahnya, yaitu:

#### 1) Tabungan Umum

Tabungan umum adalah jenis tabungan yang dapat dilakukan oleh semua masyarakat. Depositan tabungan umum ini akan mendapatkan bunga tiap akhir bulannya, dihitung sesuai dengan peraturan bank.

#### 2) TADYRA (Tabungan ADY Hari Raya)

TADYRA termasuk jenis simpanan yang penarikan dananya dapat berupa uang tunai atau konsumsi sesuai keinginan nasabah. TADYRA (Tabungan ADY Hari Raya) ini dilakukan dalam kurun waktu sepuluh bulan, dan biasanya pengambilan

dana dan barang dilakukan sebelum hari raya Idul Fitri. Dalam hal ini bank tidak memberikan bunga atas produk simpanan ini.

Untuk penarikan dana dalam TADYRA (Tabungan ADY Hari Raya) untuk barang, disini ada tiga jenis paket yaitu yang pertama paket *smile* Rp 550.000,- selama 10 bulan dimana nasabah membayar sebesar Rp. 55.000,-/Bulan nya, yang kedua yaitu paket *ceria* sebesar Rp 600.000,- dan perbulannya yaitu Rp 60.000,- yang ketiga yaitu paket *happy* sebesar Rp 650.000,- dan perbulannya Rp 65.000. Sedangkan untuk paket khusus uang tidak ada batas nominal.

### 3) Tabungan Kredit

Tabungan Kredit merupakan tabungan yang ditujukan kepada nasabah yang ingin mengajukan pinjaman kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember. Bagi nasabah yang mengajukan kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, maka nasabah tersebut wajib mempunyai rekening tabungan kredit yang bisa menjadi tabungan.

#### b. Produk Simpanan Deposito

Produk Simpanan Deposito adalah simpanan jangka panjang dengan jangka waktu pinjaman 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 1 tahun, dalam hal ini nasabah tidak boleh melakukan penarikan dana melebihi waktu yang telah disepakati. Biasanya bunga yang akan didapat

nasabah deposito BPR AnugerahDharma Yuwana Jember lebih tinggi dibandingkan jenis simpanan lainnya.

c. Kredit BPR AnugerahDharma Yuwana Jember

Penyaluran dana dalam bentuk kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember di tunjukkan untuk para calon nasabah yang ingin memenuhi kebutuhan konsumsi ataupun produksinya, contohnya seperti perdagangan dan pertanian. Dalam penyaluran kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember tidak ada spesifikasi, akan tetapi jenis kredit yang ditawarkan akan dibedakan berdasarkan penggunaannya yakni untuk kegiatan konsumsi atau produksi didalam sistem yang disebut dengan SIAK (Sistem Informasi Analisa Kredit). Simulasi perhitungan kredit dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Simulasi Perhitungan Kredit BPR AnugerahDharma Yuwana Jember<sup>66</sup>**

Plafon	Jangka Waktu dan Angsuran Per Bulan			
	12 Bulan	18 Bulan	24 Bulan	36 Bulan
Rp 15.000.000	Rp1.475.000	Rp1.058.333	Rp 850.000	Rp 641.667
Rp 16.000.000	Rp 1.573.333	Rp 1.128.889	Rp 906.667	Rp 684.444
Rp 17.000.000	Rp 1.671.667	Rp 1.199.444	Rp 963.333	Rp 727.222
Rp 18.000.000	Rp 1.770.000	Rp 1.270.000	Rp 1.020.000	Rp 770.000
Rp 19.000.000	Rp 1.868.333	Rp 1.340.556	Rp 1.076.667	Rp 812.778
Rp 20.000.000	Rp 1.966.667	Rp 1.411.111	Rp 1.133.333	Rp 855.556
Rp 25.000.000	Rp 2.458.333	Rp 1.763.889	Rp 1.416.667	Rp1.068.444
Dan Seterusnya...				

*Sumber: Dokumentasi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember*

<sup>66</sup> Sumber: Brosur BPR AnugerahDharma Yuwana Jember (10 November 2022)

## B. Penyajian Data Dan Analisis

Dalam setiap penelitian pasti didalamnya disertai dengan penyajian data, karena pada tahap ini nantinya akan mengetahui hasil analisa, dan dari itu menghasilkan suatu kesimpulan. Peneliti berupaya mendeskripsikan gambaran mengenai implementasi strategi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah debitur dan portofolio kredit di Bank Perekonomian Rakyat AnugerahDharma Yuwana Jember. Berikut adalah fokus penelitian serta penyajian data dan beberapa temuan pada penelitian ini, antara lain:

### 1. Implementasi Strategi *Marketing* BPR AnugerahDharma Yuwana Jember Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Debitur Dan Portofolio Kredit

Implementasi dalam proses kebijakan merupakan aspek penting dan merupakan suatu usaha agar tercapainya suatu tujuan tertentu dengan sarana dan prasarana tertentu dan dalam kurun waktu yang ditentukan. Salah satu konsep yang dapat diimplementasikan pada strategi *marketing* produk perbankan khususnya pada jasa kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember yaitu bauran pemasaran atau biasa disebut dengan *marketing mix* dengan menggunakan strategi pemasaran 7P yang meliputi: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*). Strategi-strategi tersebut akan di jelaskan sebagaimana berikut:

### a. Strategi *Product* (Produk)

Berdasarkan hasil wawancara bersama bapak Samsul Arifin salah seorang pegawai pada bagian Komite Kredit I menyampaikan bahwa BPR AnugerahDharma Yuwana Jember memiliki beberapa produk yang digunakan dalam memasarkan jasa kreditnya, beliau menyampaikan bahwa:

“Kalau dilihat dari segi garis besarnya mbak, sistem pembayaran disini dibagi dua yaitu pinjaman angsuran dan pinjaman pokok tetap. Sedangkan untuk produknya kita banyak, ada kredit umum, kredit karyawan, kredit sertifikasi guru, kredit *back to back* (Jaminan tabungan atau deposito), kredit talangan haji, dan kredit mikro.”<sup>67</sup>

Demikian pula yang disampaikan oleh bapak Yudiyanto selaku Komite Kredit II BPR AnugerahDharma Yuwana Jember terkait strategi produk yang diimplementasikan di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember. Beliau menyampaikan bahwa:

“Untuk kredit disini ini ada kredit angsuran sama kredit pokok tetap jadi debitur bayar bunganya saja dalam waktu 1 tahun, klock angsuran sama kaya sepeda motor itu jadi tiap bulannya ada bunga+pokok yang masuk, dan disini debitur kita banyak yang minat angsuran soalnya tiap bulannya itu pokoknya kan berkurang. Biasanya untuk yang pokok tetap itu buat orang petani jadi pas panen ada yang melunasi kalok yang angsuran kena bunga pinalti kalo kredit tetap nggak.”<sup>68</sup>

Selain bapak Yudiyanto selaku Komite Kredit II BPR AnugerahDharma Yuwana Jember juga mengakui mengenai penyediaan pinjaman *online*, sebagai berikut:

<sup>67</sup> Samsul Arifin, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 10 November 2022.

<sup>68</sup> Yudiyanto, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023.

“Untuk pinjaman *online* disini kita hanya menyediakan dananya saja kita cuma analisa dan ga perlu survei, karena kita bekerja sama dengan *Fintech* atau bisa disebut komunal sama kawan cicil, kebetulan BPR yang ada di Jember cuma kita yang bekerjasama dengan *Fintech*, jadi nasabah nanti pinjam melalui *website* resmi *Fintech* lalu pihak sana yang ngurusin segala macemnya, jadi misalkan hari ini kita sudah menyediakan besok pencairan nasabahnya di pihak *Fintech* sana.”

Berdasarkan dari hasil teknik pengumpulan data yang peneliti dapatkan diatas mengenai strategi produk di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

- 1) BPR AnugerahDharma Yuwana Jember memiliki 2 (dua) jenis sistem pembayaran yaitu, pinjaman angsuran dan pinjaman pokok tetap.
- 2) BPR AnugerahDharma Yuwana Jember menyediakan 6 (enam) kredit yang ditawarkan ke masyarakat.
- 3) Para debitur BPR AnugerahDharma Yuwana Jember lebih minat pada pinjaman angsuran.
- 4) BPR AnugerahDharma Yuwana Jember bekerjasama dengan *Fintech* serta menyediakan dana pinjaman *online*.

#### **b. Strategi *Price* (Harga)**

Bapak Samsul Arifin selaku Komite Kredit I di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember mengungkapkan bahwa:

“Untuk strategi *price* tentunya disini cukup unggul mbak, karena jika dilihat dari segi suku bunganya disini kita tidak menempatkan bunga yang terlalu besar dan tidak melebihi LPS (Lembaga Penjamin Simpanan). Misalnya untuk bunga pinjaman angsuran kita hanya mengambil 1,5% perbulan

sedangkan untuk pinjaman pokok tetap nasabah cuma bayar bunganya aja 2,75%.”<sup>69</sup>

Bapak Samsul Arifin juga menyampaikan mengenai pendistribusian kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, Sebagai berikut:

“Di beberapa tahun kemarin, meskipun jumlah nasabah kita sedikit, akan tetapi jumlah kredit yang kita salurkan meningkat mbak di karenakan kondisi pasar khususnya dampak dari Covid19, jadi kita hanya menerima kredit diatas Rp 15.000.000 juta saja, yang menjadi alasan juga penanganan kredit kecil atau besar hampir sama mulai dari biaya waktu dan lainnya, jadi kami memilih kredit kisaran besaran saja di beberapa tahu kemarin, karena kredit kecil menyita banyak waktu dan menghasilkan lebih sedikit.”

Senada dengan penyampaian Bapak Samsul Arifin diatas, Bapak Yudiyanto juga memberi pengakuan mengenai strategi *price* yang diimplementasikan di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember. Beliau menyatakan bahwa”

“Untuk bunga disini kita terbilang unggul bak soalnya di BPR lainnya itu ngambil bunga diatas kita sedikit, disini saingan kita itu BPR wilis, dan buat nasabah menurun kemarin itu karena debitur kita banyak yang pinjaman kecil nah kemarin karena pandemi Covid jadi ada kebijakan hanya menyediakan pinjaman diatas Rp 15.000.000 juta, karena gini loh kita itu kepinginnya jumlah debitur ga terlalu besar tapi produktif, dari pada banyak tapi banyak yang kredit macet, juga dari segi biaya pendapatan dan waktu juga.”<sup>70</sup>

Pendapat lain juga diungkapkan oleh salah satu nasabah debitur aktif BPR AnugerahDharma Yuwana Jember Ibu Ningsih, beliau menyampaikan bahwa:

<sup>69</sup> Samsul Arifin, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 10 November 2022.

<sup>70</sup> Yudiyanto, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023.



“Saya ini sudah lama ndok jadi nasabah BPR AnugerahDharma Yuwana, baru saja kemaren ini pinjaman kredit saya lunas, saya ngambil kredit angsurannya disana, soalnya enak potongan bunganya sedikit abis itu saya juga dikasik bingkisan sama kalender ini.”<sup>71</sup>

Menurut hasil wawancara serta hasil dokumentasi yang peneliti paparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi *price* (harga) yang diimplementasikan oleh BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, sebagaimana berikut:

- 1) BPR AnugerahDharma Yuwana Jember tidak memberikan bunga melebihi LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).
- 2) BPR AnugerahDharma Yuwana Jember mengambil bunga sebesar 1,5% per bulan untuk pinjaman angsuran.
- 3) Untuk pinjaman pokok tetap BPR AnugerahDharma Yuwana Jember hanya mengambil 2,75% dan nasabah hanya membayar bunganya saja.
- 4) Beberapa tahun sebelumnya BPR AnugerahDharma Yuwana Jember hanya menyediakan kredit diatas Rp 15.000.000,- karena ada kebijakan dan dampak Covid19 dan juga menghasilkan pendapatan lebih banyak dibanding pinjaman kecil.

### c. Strategi *Place* (Tempat)

Menurut Bapak Samsul Arifin selaku Komite Kredit I di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember mengungkapkan bahwa:

“Kalau dari segi lokasi kita emang cukup strategis, tapi kita disini baru pindah kantor awalnya kantor kita ada dijalan

<sup>71</sup> Ningsih, di wawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023.

Gajah Mada No. 6, disana kita masih ngontrak sekitar 7 tahun bak, tapi kita berinisiatif membangun kantor sendiri karena tanggungan biaya kontrak cukup mahal, karena tempatnya disana sangat strategis, jadi tahun 2019 kita punya kantor sendiri kita pindah disini yaitu di jalan Kh. Shiddiq no. 88 kelurahan Jember Kidul Kec. Kaliwates Kab. Jember.”<sup>72</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Novinda selaku *Customer Service* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, beliau menyampaikan bahwa:

“Kantor kita ini lumayan strategis bak karna letaknya pas di pinggir jalan dan juga dekat sama toko Jadi Fashion ini yang membuat nasabah tau kalau disini letak BPR AnugerahDharma Yuwana, tapi karena kita baru pindah disini jadi yang kecantum di *Google Maps* itu BPR AnugerahDharma Yuwana yang dulu”<sup>73</sup>

Pendapat lainnya juga mengatakan hal yang senada dari penyampaian dua informan diatas, yaitu bapak Yudiyanto selaku Komite Kredit II di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, sebagai berikut:

“Di banding kantor sekarang sama yang dulu lebih strategis sekarang mbak, karena kenapa kita memilih lokasi BPR disini soalnya ini dekat sama pondokan, sama umkm juga banyak sekali disini.”<sup>74</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai strategi *place* (tempat) pada BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dapat ditarik kesimpulan bahwa;

- 1) Kantor BPR AnugerahDharma Yuwana dulunya ngontrak di jalan Gajah Mada No. 6.

<sup>72</sup> Samsul Arifin, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 10 November 2022.

<sup>73</sup> Novinda, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 08 Maret 2023

<sup>74</sup> Yudiyanto, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023

- 2) Lokasi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember sekarang berlokasi di jalan Kh. Shiddiq No. 88 Kelurahan Jember Kidul, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur, 68131.
- 3) BPR AnugerahDharma Yuwana Jember memiliki lokasi yang sangat strategi karena ada dipinggir jalan dan mudah dijangkau oleh masyarakat, selain itu dekat dengan pondok dan salah satu *mall* yang terkenal di Jember yaitu Jadi *fashion*.

#### d. Strategi *Promotion* (Promosi)

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Samsul Arifin selaku Komite Kredit I di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, beliau mengatakan:

“Untuk promosi kita melakukan banyak cara baik, salah satunya kita mengadakan kegiatan yang kita sebut *TEBASBRO* (*Tebar Seribu Brosur*), jadi kita menebar brosur yang isinya produk dan jasa yang ada BPR ADY kita turun langsung ke lapangan, kita turun ke pasar-pasar dan *UMKM* yang lokasinya strategis, dan juga kita mempromosikan produk kita melalui media sosial seperti *IG*, *FB* dan *Koran*. Kadang kita juga mengadakan suting iklan tentang produk dan jasa yang kita miliki, selain itu tiap tahun haji kita juga mengadakan acara bagi daging ke *umkm* di pasar tanjung, tiap bulan puasa kita juga membagikan sembako, selain itu kita juga mengunjungi kembali nasabah aktif untuk meminta *referral* (referensi) mungkin ada saudara, tetangga, yang bisa kami prospek untuk di berikan kredit”<sup>75</sup>

Pendapat lain dari Bapak Yudiyanto juga menyampaikan mengenai strategi promosi yang diimplementasikan di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, beliau menyatakan bahwa:

“Kalau promosi yang pertama itu liat di database, ini kita pilahkan yang hampir lunas nanti kita tawarkan lagi, sama

<sup>75</sup> Samsul Arifin, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 10 November 2022.

kunjungan langsung ke nasabah yang punya usaha, ada juga strategi kita disini minta tolong ke debitur bagus, jadi kita minta tolong ke mereka siapa tau ada kenalan yang bisa jadi calon debitur kita disini, ketok tular namanya atau *referral* lah, jadi kita lebih ke strategi itu kalau kaya **TEBASBRO** itu kita biasanya tiap hari jumat, itu kemungkinan hanya 5-10 persen yang ingin jadi nasabah debitur kita.”<sup>76</sup>

Dari hasil wawancara serta observasi di atas dapat disimpulkan bahwa untuk strategi *marketing* yang dilakukan oleh BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, yaitu:

- 1) Menyebar brosur yang disebut **TEBASBRO**) dan difasilitasi kendaraan operasional.
- 2) Mempromosikan produk melalui media sosial.
- 3) Mengadakan syuting pembuatan iklan.
- 4) Membagikan daging ke masyarakat tiap tahun haji.
- 5) Membagikan sembako setiap bulan ramadhan.
- 6) Mengunjungi nasabah aktif untuk meminta *referral* (referensi) atau sering disebut dengan ketok tular.

e. **Strategi People (Orang)**

Dari hasil wawancara, menurut Bapak Samsul Arifin selaku Komite Kredit I di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, beliau mengatakan:

“Semua karyawan disini sama-sama memasarkan produk dan jasa yang kita miliki mbak tapi ya sesuai bidangnya mereka kayak kredit yang memasarkan itu AO sama komite kreditnya yang turun langsung ke lapangan, mereka juga memasarkan produk kita ini lewat media sosial mereka seperti snap IG, *story whatsapp*, dan postingan FB mereka. Jadi banyak

<sup>76</sup> Yudiyanto, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023

nasabah disini mengetahui BPR AnugerahDharma Yuwana juga dari promosi semua karyawan disini”<sup>77</sup>

Bapak Yudiyanto selaku Komite Kredit II BPR AnugerahDharma Yuwana Jember juga menyampaikan terkait strategi *people*, beliau menyampaikan bahwa:

“Yang saya sampaikan di awal mbak, selain strategi promosi, nasabah debitur kita disini banyak yang dari karyawan kita, jadi karyawan kita mengenalkan kredit kita ke orang kenalannya lalu mereka bawa kesini dan membantu mengurusinya, rata-rata semua karyawan disini banyak yang bawa calon debitur baru kesini.”<sup>78</sup>

Pendapat lain juga diungkapkan oleh *Customer Service* BPR AnugerahDharma Yuwana Jember Ibu Novinda, beliau mengatakan:

“Kalok saya memasarkan produk sama jasa kita disini lewat akun media sosial saya mbak kayak *story whatsapp* atau IG, seperti yang mbak tahu ya saya bikin pamflet tentang BPR ADY di *story whatsapp* saya.”<sup>79</sup>

Senada dengan hasil wawancara di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

- 1) Untuk memasarkan produk dan jasa di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember semua karyawan terlibat dalam pemasaran tersebut.
- 2) Rata-rata semua karyawan di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember membawa calon debitur baru dan membantu mengurusinya persyaratannya.

<sup>77</sup> Samsul Arifin, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 10 November 2022.

<sup>78</sup> Yudiyanto, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023

<sup>79</sup> Novinda, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 08 Maret 2023

3) *Customer Service* BPR AnugerahDharma Yuwana Jember juga memasarkan produk dan jasa BPR AnugerahDharma Yuwana melalui akun media sosial.

**f. Strategi *Physical Evidence* (Bukti Fisik)**

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Samsul Arifin selaku Komite Kredit I di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, beliau menyampaikan:

“Kondisi kantor yang kita miliki sekarang cukup luas bak, baik itu dari segi parkir, ruang karyawan, kamar mandi semua bersih dan luas, tapi kalok kantor BPR dulu yang kita ngontrak disana lebih sempit karena berdempetan dengan bangunan lainnya.”<sup>80</sup>

Senada dengan penyampaian bapak Yudiyanto terkait kondisi BPR AnugerahDharma Yuwana Jember yang sekarang dan dulu, beliau mengaku bahwa:

“Kalau di banding sama yang dulu jelas lebih enak yang sekarang mbak, soalnya disini sudah tanah kita sendiri, bangunannya kita desain sendiri, juga kayak ruang AO, dan ruang karyawan lainnya sekarang sudah ada tempatnya sendiri, kamar mandi disini sekarang juga sudah ada 8, ruang *meeting* kita sekarang lebih luas, parkir juga, kalau yang dulu ruang AO dengan yang lain itu jadi 1, kamar mandi cuma satu juga disana kan deket belokan jadi parkirannya sempit banget.”<sup>81</sup>

Demikian pula yang dikatakan oleh Ibu Novinda selaku *Customer Service* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, sebagai berikut:

“Menurut saya kantor kita sekarang lebih nyaman bak, lebih bagus dan megah, kayak ruang tunggu nasabah mbak bisa liat

<sup>80</sup> Samsul Arifin, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 10 November 2022.

<sup>81</sup> Yudiyanto, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023

sendiri disini bersih dan nyaman ber AC juga, perlengkapan di meja *teller* sama *Customer Service* juga lengkap, sama mading kita itu juga selalu update tentang keuangan dan kondisi kantor kita.”<sup>82</sup>

Berdasarkan hasil Dari observasi, wawancara serta dokumentasi diatas dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

- 1) Kantor BPR AnugerahDharma Yuwana sekarang lebih luas dan selalu bersih.
- 2) Memiliki parkir yang cukup luas dan bersih.
- 3) Kamar mandi lebih banyak dibanding yang kantor yang dulu.
- 4) Ruang tunggu nasabah bersih dan berAC serta ruang karyawan selalu bersih.
- 5) Selalu *update* data keuangan dan perihal BPR AnugerahDharma Yuwana di mading.

#### g. Strategi *Process* (Proses)

Berdasarkan hasil wawancara dari Bapak Samsul Arifin selaku Komite Kredit I di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, sebagai berikut:

“untuk proses pencairan pembiayaan maupun pinjaman disini kita termasuk cepat mbak, cuma butuh waktu 2 sampai 3 hari saja dana sudah dapat di cairkan, tapi sebelum itu kita meminta persyaratan dan melakukan survei terlebih dahulu bak kepada nasabah yang akan memproses pencairan, biasanya dari sini minimal 3 orang dari tim *marketing*, kalo pinjaman besar 4 orang sama direksi juga.”<sup>83</sup>

<sup>82</sup> Novinda, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 08 Maret 2023

<sup>83</sup> Samsul Arifin, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 10 November 2022.

Hal yang senada juga disampaikan oleh Bapak Yudiyanto terkait strategi *process* yang diimplementasikan, sebagai berikut:

“Kalau dari survei kita bisa pencairan 2 sampai 3 hari Cuma mbak, ga kaya Bank umum biasanya sampe 2 minggu atau bahkan 1 bulan, jadi gini kalau dari segi bunga kita emang kalah sama bank umum karna dananya itu dari pemerintah kan, kalo kita dananya ini kita puter dari deposito, tabungan jadi bunga lebih sedikit tinggi tapi kalo pelayanan kita juara karena cepet.”<sup>84</sup>

Pengakuan lain disampaikan juga oleh Ibu Ningsih selaku salah satu nasabah debitur BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, sebagai berikut:

“Orang peji sini banyak ndok yang ngambil pinjaman di BPR ADY itu sama juga banyak yang ngambil tabungannya, soalnya saya sendiri juga sudah lama jadi nasabahnya jadi kalok pengajuan kredit itu cepet tapi gitu pastinya masih di survei kesini, pas rumah saya di survei pegawainya baik dan ramah juga.”<sup>85</sup>

Berdasarkan hasil dari observasi, wawancara serta dokumentasi diatas peneliti dapat menarik kesimpulan, sebagai berikut:

- 1) Proses pencairan kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember terbilang sangat cepat jika nasabah bisa bekerja sama dengan BPR dalam melakukan persyaratannya.
- 2) Proses pencairan kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana hanya membutuhkan waktu 2 sampai 3 hari.

<sup>84</sup> Yudiyanto, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023

<sup>85</sup> Ningsih, di wawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023.



- 3) Survei diwakilkan oleh tiga orang karyawan dari tim *marketing*, dan jika pinjaman kisaran besar survei tim dilakukan bersama direksi kredit.

## **2. Hasil peningkatan jumlah Nasabah Debitur dan Portofolio Kredit setelah menerapkan Strategi *Marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember**

Dari implementasi strategi *marketing* yang sudah dipaparkan oleh peneliti, maka dari situlah peneliti pun juga dapat mengetahui bagaimana hasil dari penerapan tersebut. Dimana dalam segi strategi produknya BPR AnugerahDharma Yuwana Jember banyak diminati oleh masyarakat Jember dikarenakan pihak Bank menyediakan dua jenis pembayaran pinjaman yaitu pinjaman angsuran dan pokok tetap, dan delapan jenis macam produk kredit. Selain itu pihak BPR juga mampu bekerjasama dengan perusahaan *fintech* dimana dalam hal ini dapat membangun citra baik kantor BPR AnugerahDharma Yuwana.

Sedangkan dari segi strategi harga BPR AnugerahDharma Yuwana mampu menarik minat para debitur karena mereka mengambil potongan bunga yang lebih sedikit dibanding BPR lainnya. Selanjutnya dari segi promosi juga BPR AnugerahDharma Yuwana lebih unggul dalam strategi *referral* dimana dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa para pegawai BPR AnugerahDharma Yuwana mampu untuk menarik minat nasabah dengan ramah tamahnya, sehingga dengan strategi tersebut jumlah nasabah debitur di BPR AnugerahDharma Yuwana semakin meningkat.

Selain itu yang membuat nasabah tertarik mengambil kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana karena proses pencairannya lebih cepat serta persyaratan yang diperlukan tidak terlalu sulit. Hal ini bisa dibuktikan dari pengakuan ibu Ningsih selaku salah satu debitur di BPR AnugerahDharma Yuwana tersebut, sebagai berikut:

“Enaknya ngambil di BPR AnugerahDharma Yuwana itu ndok, disana cepet pencairannya, awalnya saya gatau BPR ADY itu dimana terus ada anaknya tetangga sini jadi marketingnya BPR ADY yang di Kas Mumbulsari dia nawarin kredit ke saya, dia ngejelasin bunganya itu sedikit sama macem kreditnya, saya tertarik makanya pas waktu itu saya ngambil kredit angsurannya, persyaratannya di bantu sama BPR sana potongan bunganya juga sedikit, sekarang aja banyak yang ngambil di BPR itu ini tetangga saya 1 halaman semua ngambil kredit disana terus dirumahnya pak hendrik itu banyak pokok nasabahnya BPR AnugerahDharma Yuwana sekarang, mbaknya yang survei juga enak diajak ngomong jadi kita kalo pas di tagih tuh ga takut kan ada biasanya orang Bank kalo nagih ga enak mukanya, klok mbak-mbak BPR AnugerahDharma Yuwana ini enak orangnya.”<sup>86</sup>

Dari pengakuan diatas dapat membuktikan bahwa hasil implementasi strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana sudah cukup terlampaui. Selain itu peneliti juga mendapatkan data peningkatan terbaru nasabah debitur dan juga portofolio kredit dari Bapak Yudiyanto selaku Komite Kredit II BPR AnugerahDharma Yuwana Jember. Dimana data peningkatan yang diperoleh peneliti dimulai dari bulan Desember 2022 sampai bulan Maret 2023. Berikut data peningkatan yang peneliti peroleh:

<sup>86</sup> Ningsih, di wawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023.

### a. Peningkatan Jumlah Nasabah Debitur BPR AnugerahDharma Yuwana Jember

Dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, disini peneliti juga mendapatkan data peningkatan jumlah nasabah debitur di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember. Dimana dalam data tersebut jumlah nasabah debitur mengalami peningkatan pada bulan Januari tahun 2023 dengan jumlah total 1.663 nasabah debitur. Peningkatan jumlah nasabah debitur tersebut terus bertambah seiring berjalannya waktu sampai bulan Maret 2023 dimana total jumlah nasabah pada bulan tersebut meningkat drastis yaitu dengan total 1.725 nasabah debitur. Hal ini juga dikuatkan oleh pengakuan dari Bapak Yudiyanto selaku Komite Kredit II di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, sebagai berikut:

“Memang untuk 4 tahun kemarin debitur kita menurun sampai bulan desember itu karna ada kebijakan juga dampak dari pandemi, tapi bulan Januari ini kita sudah memprogres lagi pinjaman kecil, juga kita menambah AO lagi. Nah Alhamdulillah tahun 2023 ini pas bulan kesatu ini debitur kita meningkat sedikit juga kredit yang kita salurkan juga sedikit meningkat. Itu karena kita juga sering mempromosikan juga sambil mencari nasabah selama ini.”<sup>87</sup>

Selain pengakuan di atas, peneliti juga akan melampirkan tabel mengenai data peningkatan jumlah nasabah debitur di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember bulan Desember tahun 2022 sampai bulan Maret tahun 2023, sebagai berikut:

<sup>87</sup> Yudiyanto, diwawancara oleh Udzunainil Mustamiah, Jember, 03 April 2023

**Tabel 4.2**  
**Data Peningkatan Jumlah Debitur di BPR AnugerahDharma**  
**Yuwana Jember Desember 2022-Maret 2023**

<b>Tahun</b>	<b>Bulan</b>	<b>Nasabah Debitur</b>
2022	Desember	1.663 Nasabah Debitur
2023	Januari	1.668 Nasabah Debitur
2023	Februari	1.674 Nasabah Debitur
2023	Maret	1.725 Nasabah Debitur

*Sumber: Komite Kredit II BPR AnugerahDharma Yuwana Jember*

**b. Peningkatan Jumlah Portofolio Kredit di BPR**  
**AnugerahDharma Yuwana Jember**

Setelah melakukan teknik pengumpulan data di lapangan peneliti juga mendapatkan data mengenai peningkatan jumlah portofolio kredit yang disalurkan kepada masyarakat oleh BPR AnugerahDharma Yuwana Jember. Setelah melakukan rekapitulasi mengenai total portofolio kredit peneliti dapat memaparkan bahwa penyaluran kredit terbanyak di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember terjadi pada bulan Maret tahun 2023 dengan jumlah total kredit Rp 66.365.137.475, dimana hal ini juga disebabkan dengan meningkatnya jumlah nasabah debitur di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember tersebut. Berikut data peningkatan portofolio kredit yang peneliti dapatkan semasa dilapangan:

**Tabel 4.3**  
**Data Peningkatan Jumlah Portofolio Kredit di BPR**  
**AnugerahDharma Yuwana Jember Desember 2022-Maret 2023**

<b>Tahun</b>	<b>Bulan</b>	<b>Portofolio Kredit</b>
2022	Desember	Rp 63.809.996.037
2023	Januari	Rp 63.514.446.091
2023	Februari	Rp 64.061.739.629
2023	Maret	Rp 66.365.137.475

*Sumber: Komite Kredit II BPR AnugerahDharma Yuwana Jember*

Berdasarkan hasil wawancara serta data dokumentasi yang peneliti dapatkan diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari implementasi strategi *marketing* pada portofolio kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember membuahakan hasil yang kurang optimal karena pada awal Januari terdapat penurunan pada portofolio kreditnya, hal tersebut disebabkan ada beberapa strategi *marketingnya* yang kurang optimal diimplementasikan. Akan tetapi pada bulan berikutnya mengalami peningkatan.

### C. Pembahasan Temuan

#### 1. Implementasi Strategi *Marketing* BPR AugerahDharma Yuwana Jember Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Debitur Dan Portofolio Kredit

Setiap suatu industri perbankan maupun perusahaan pastinya memiliki strategi *marketing* tersendiri untuk menawarkan produk dan jasa mereka kepada khalayak umum. Dengan mengimplementasi strategi *marketing* ini suatu bank akan dapat mengetahui apa yang diminati oleh masyarakat sekitar. Dimana hal ini berfungsi untuk mencapai suatu tujuan dan keberhasilan suatu perusahaan. Buchari Alma berpendapat dalam karyanya yang berjudul Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa bahwa untuk pemasaran produk/barang berwujud yang terpenting yaitu unsur 4P tradisional, akan tetapi untuk jasa harus dilengkapi dengan 3P lagi.<sup>88</sup>

---

<sup>88</sup> Alma, 341.

Senada dengan teori tersebut, peneliti mendapatkan data yang diperoleh dilapangan, bahwa implementasi strategi *marketing* yang telah diimplementasikan oleh BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dalam memasarkan jasa kreditnya adalah menggunakan teori 7P tersebut.

#### a. Strategi *Product* (produk)

Pada strategi produknya BPR AnugerahDharma Yuwana Jember mempunyai 2 jenis sistem pembayaran yaitu pinjaman angsuran dan pokok tetap, dan enam jenis macam kredit yaitu kredit umum, kredit karyawan, kredit sertifikasi guru, kredit *back to back* (jaminan tabungan atau deposito), kredit talangan haji, dan kredit mikro, dimana kredit yang sering diminati oleh para debitur BPR AnugerahDharma Yuwana yaitu kredit pinjaman angsuran dikarenakan setiap bulannya pokoknya berkurang dibanding dengan pinjaman pokok tetap.

Keunggulan BPR AnugerahDharma Yuwana disini ialah mereka mampu bekerjasama dengan *fintech* dimana BPR AnugerahDharma Yuwana disini menyediakan dana pinjaman *online* untuk masyarakat. Hal tersebut senada dengan penjelasan Kotler dalam buku Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa yang ditulis oleh Buchari Alma bahwa produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan dalam pasar, bertujuan agar memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Alma. 140

### b. Strategi *Price* (harga)

Pada strategi *price* (harga) BPR AnugerahDharma Yuwana menetapkan harga bunga pada pinjaman angsuran 1,5% dan pinjaman pokok tetap 2,75% dimana pemberian bunga tidak melebihi LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) dimana penetapan bunga pada BPR AnugerahDharma Yuwana ini tergolong lebih kecil dari BPR lain yang ada di Jember, serta beberapa tahun kemarin BPR AnugerahDharma Yuwana hanya menyediakan kredit diatas Rp 15.000.000 juta, karena penyediaan kredit diatas Rp 15.000.000 juta ini dilakukan karena ada kebijakan dari pimpinan BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

Selain kebijakan dari pimpinan alasan lainnya yaitu dari segi waktu dan pendapatan lebih banyak kredit kisaran besar daripada kredit kecil yang menyita banyak waktu akan tetapi kredit yang mereka salurkan pada masyarakat semakin bertambah karena pihak BPR AnugerahDharma Yuwana menginginkan nasabah debitur yang produktif dan juga salah satu strategi untuk pencegahan kredit macet.

Akan tetapi di awal bulan tahun 2023 jumlah debitur BPR AnugerahDharma Yuwana mengalami peningkatan karena pihak BPR menyediakan kembali dana pinjaman dibawah Rp 15.000.000 juta. Hal ini senada dengan pendapat Fitria Halim dalam bukunya Manajemen Pemasaran Jasa bahwa harga termasuk komponen yang berperan penting dari rencana *marketing* karena hal tersebut dapat menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan.<sup>90</sup>

<sup>90</sup> Fitria Halim, dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 4.

### c. Strategi *Place* (tempat),

Selanjutnya yaitu strategi *place* (tempat), dalam hal ini BPR AnugerahDharma Yuwana berkembang pesat karena kantor yang mereka tempat dulunya hanya mengontrak di jalan Gajah Mada No. 06 lalu pada tahun 2019 mereka membangun kantor sendiri yang berlokasi di jalan Kh. Shiddiq No. 88 Kelurahan Jember Kidul, Kecamatan Kaliwates. Selain itu letak BPR AnugerahDharma Yuwana saat ini bisa dinyatakan sangat strategis karena letak kantor berada dipinggir jalan raya dan mudah untuk dijangkau selain itu juga berdekatan dengan *Jadi fashion* dimana *mall* ini terkenal oleh masyarakat Jember. Penemuan diatas sesuai dengan teori Kasmir dalam buku Pemasaran Bank bahwa pemilihan dan penentuan lokasi atau tempat usaha perlu diperhatikan, dimana sebisa mungkin yang berdekatan dengan kawasan industri atau UMKM, dan juga berdekatan dengan masyarakat.<sup>91</sup>

### d. Strategi *Promotion* (promosi)

Selanjutnya strategi *promotion* (promosi) Kotler mendefinisikan berfungsi sebagai media yang diterapkan agar dapat mengenalkan serta menginformasikan keberadaan suatu produk ataupun jasa yang memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan.<sup>92</sup> Berdasarkan data yang diperoleh peneliti saat di lapangan strategi promosi yang diterapkan oleh BPR AnugerahDharma Yuwana yaitu dengan

<sup>91</sup> Kasmir, 163.

<sup>92</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Global Edisi Bahasa Indonesia* (Jakarta: Prenhalindo, 2001), 265.



TEBASBRO (Tebar Seribu Brosur), melalui media sosial, mengadakan syuting iklan, membagikan daging tiap tahun haji, dan juga membagikan sembako tiap bulan ramadhan, dan yang paling unggul adalah pemasaran *referral*.

**e. Strategi *People* (orang)**

Pada strategi *people* (orang) pada BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dimana semua karyawan mempromosikan produk dan jasa yang dimiliki BPR AnugerahDharma Yuwana melalui sosial media masing-masing, contohnya seperti *Customer Service* yang selalu *update* di *story whatsapp*, dan akun IG milik BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dan *Account Office* yang selalu mampu merayu calon debitur agar berminat pada BPR AnugerahDharma Yuwana. Hal ini senada dengan pendapat Fitria Halim bahwa *people* adalah penggabungan target pasar dan para karyawan yang berkaitan langsung dengan bisnis tersebut, dimana dalam hal ini karyawan perusahaan berperan penting dalam pemasaran, karena para karyawanlah yang akan memberikan pelayanan.<sup>93</sup>

**f. Strategi *Physical Evidence* (bukti fisik)**

Selanjutnya *strategi physical evidence* (bukti fisik) kantor BPR AnugerahDharma Yuwana sekarang cukup besar dan luas, memiliki parkir cukup luas dan kamar mandi banyak dan selalu bersih dibanding kantor BPR AnugerahDharma Yuwana yang dulu dimana

---

<sup>93</sup> Halim, 6.

parkiran sempit dan kamar mandi hanya satu, serta ruang para pegawai di kantor BPR sekarang sudah terpisah sedangkan dulu menjadi satu ruangan, serta selalu *update* mengenai keuangan di masing, selain itu BPR AnugerahDharma Yuwana sekarang mampu memberikan pelayanan yang baik dan fasilitas yang layak dimana hal itu dapat dilihat oleh para nasabah debitur dan dapat meyakinkan para debitur dalam menerima pelayanan di BPR AnugerahDharma Yuwana.

Dengan temuan di lapangan hal tersebut juga senada dengan teori Rafid didalam buku Manajemen Strategis karangan Ferdinandus bahwa *Physical Evidence* (bukti fisik) adalah suatu layanan yang diberikan dan setiap barang yang disentuh yang memungkinkan pelaksanaannya dan pengiriman layanan. Dimana bukti fisik penting bagi klien atau nasabah karena merupakan indikasi bahwa perusahaan telah berhasil atau gagal memenuhi harapan pelanggannya.<sup>94</sup>

#### g. Strategi *Process* (Proses)

Terakhir yaitu strategi *process* (proses) di BPR AnugerahDharma Yuwana proses pencairan pembiayaan maupun pinjaman terhitung cepat. BPR AnugerahDharma Yuwana Jember hanya membutuhkan 2-3 hari untuk pencairan dananya dan biasanya diwakilkan oleh tiga orang karyawan dari tim *marketing*, akan tetapi jika pinjaman yang diajukan termasuk pinjaman kisaran besar maka survei diwakilkan oleh tiga karyawan dari tim *marketing* dan juga direksi kredit.

<sup>94</sup> Ferdinandus Sampe, *Manajemen Strategis Teori Dan Implementasi et.al.* (Serang Banten: Sada Kurnia Pustaka, 2023),159.

Hal ini senada dengan pendapat Ferdinandus dalam bukunya bahwa strategi proses ini merupakan suatu proses dimana berupa tugas-tugas berurutan yang dilakukan oleh seorang pegawai atau karyawan sebagai bagian dari pekerjaan mereka. Hal ini dapat menunjukkan perkembangan pegawai saat menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskannya.<sup>95</sup>

Berdasarkan data serta teori yang telah peneliti paparkan diatas melalui hasil dari wawancara dan dokumentasi, maka menurut analisis peneliti, BPR AnugerahDharma Yuwana Jember telah mengimplementasikan strategi *marketing mix* sesuai dengan teori. Akan tetapi ada beberapa implementasi yang kurang optimal di lakukan, sehingga hal ini berdampak pada penurunan jumlah portofolio kredit di bulan Desember tahun 2022 sampai Januari tahun 2023. Dilihat dari segi *price* (harga) pihak BPR AnugerahDharma Yuwana pada 4 tahun kemarin yaitu dari tahun 2019 sampai tahun 2022 hanya memberikan kredit diatas Rp 15.000.000 juta saja, dari hal itu nasabah debitur mengalami penurunan dan portofolio kreditnya mengalami peningkatan, alangkah baiknya pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember lebih konsisten lagi dalam menyediakan kredit kisaran kecil untuk masyarakat untuk kedepannya, karena di tahun sebelumnya banyak masyarakat yang mengalami krisis ekonomi karena dampak dari Covid19.

---

<sup>95</sup> Sampe, 158.

Selain itu, dari segi strategi *promotion* (promosi), pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember tidak menggunakan jasa *sales promotion* dan hanya mempromosikan jasa kreditnya melalui pegawai bank saja. Seharusnya BPR AnugerahDharma Yuwana Jember juga melakukan *sales promotion* yaitu dengan menyewa salesman agar menarik minat debitur serta mengoptimalkan penjualan jasa kreditnya.

Selain itu, pada strategi *people* pegawai BPR AnugerahDharma Yuwana Jember hanya memasarkan produk dan jasa mereka sesuai dengan bidangnya masing-masing, seharusnya pihak bank BPR AnugerahDharma Yuwana lebih mengoptimalkan lagi strategi *people* ini agar semua karyawan di BPR AnugerahDharma Yuwana dapat memasarkan jasa dan produk mereka semua. Berdasarkan dari hasil wawancara dari *Customer Service* BPR AnugerahDharma Yuwana Jember mengaku jika pemasaran yang beliau lakukan hanya melalui akun media sosialnya, seharusnya sebagai *Customer Service* bisa memasarkan produk dan jasa suatu Bank melalui pemasaran *personal selling*/ penjualan langsung kepada nasabah secara *face to face*. Dimana hal ini bertujuan agar penjualan jasa kredit maupun produk yang dimiliki BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dapat dikenali lebih banyak oleh nasabah sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Selain itu, pada strategi *place* (tempat), hasil dari pengamatan serta wawancara yang diperoleh oleh peneliti letak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember masih belum tercantum di Google

Maps, hal itu dapat berdampak kepada nasabah yang belum mengetahui dimana letak kantor BPR AnugerahDharma Yuwana, karena kebanyakan masyarakat menggunakan Google Maps untuk menentukan arah jalan mereka yang tidak diketahui. Hal ini juga peneliti alami saat hendak melakukan observasi pertama ke kantor BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dan mendapatkan pengakuan dari beberapa orang yang hendak ke BPR AnugerahDharma Yuwana tapi tidak mengetahui letak kantor baru BPR saat ini. Seharusnya pihak BPR AnugerahDharma Yuwana lebih bijak lagi dalam mengurus letak kantor mereka di media sosial atau Google Maps agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat dan hal itu tentunya bertujuan untuk meningkatkan nasabah.

## **2. Hasil Peningkatan Jumlah Nasabah Debitur Dan Portofolio Kredit Setelah Menerapkan Strategi *Marketing* Di BPR AugerahDharma Yuwana Jember**

Setelah peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi mengenai hasil peningkatan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit setelah menerapkan strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, peneliti dapat mengetahui bahwa pengimplementasian strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember membuahkan hasil yang cukup baik terhadap peningkatan jumlah nasabah debitur akan tetapi pada peningkatan jumlah portofolio kredit kurang optimal dikarenakan pada bulan Januari jumlah portofolio kredit sedikit menurun.

Diperoleh hasil bahwa semua komponen strategi *marketing mix* yang terdiri dari 7P yaitu *Product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti fisik), dan *Process* (Proses) cukup diterapkan secara baik meskipun ada beberapa strategi yang kurang optimal akan tetapi hal tersebut bisa dilalui oleh pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

Hal ini bisa ditunjukkan dengan adanya pengakuan dari salah satu nasabah debitur BPR AnugerahDharma Yuwana serta Komite Kredit BPR AnugerahDharma Yuwana Jember yang menjelaskan bahwa BPR AnugerahDharma Yuwana cukup dikenal baik oleh masyarakat, dimana mereka mampu mempromosikan produk dan jasanya melalui berbagai acara yang bermanfaat bagi masyarakat dan strategi *product* (produk), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses) yang mereka implementasikan sudah optimal, dan juga dapat dibuktikan dengan adanya tabel peningkatan nasabah debitur dan portofolio kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

**a. Hasil peningkatan jumlah nasabah debitur setelah menerapkan strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember**

Berdasarkan hasil rekapitulasi peningkatan jumlah nasabah debitur di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember yang peneliti dapatkan yakni dari bulan Desember 2022 sampai Maret 2023. Dimana jumlah nasabah debitur di bulan Desember masih menurun karena pada bulan tersebut BPR AnugerahDharma Yuwana Jember masih belum

memprogres pinjaman dibawah Rp 15.000.000 juta, hal tersebut terus berdampak pada penurunan jumlah nasabah dengan total 1.663 nasabah debitur.

Akan tetapi pada bulan Januari tahun 2023 pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember sudah mulai melakukan strategi *marketing* dengan baik dan memprogres pinjaman kecil lagi, hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya perbandingan jumlah nasabah debitur pada bulan Januari dengan bulan sebelumnya, dengan jumlah total 1.668 nasabah debitur di bulan Januari, dan begitu pula dengan bulan Februari total jumlah nasabah debitur yang dimiliki BPR AnugerahDharma Yuwana Jember sebanyak 1.674. lalu pada bulan Maret peningkatan jumlah nasabah debitur meningkat secara drastis dimana pada bulan ini pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember memiliki 1.725 nasabah debitur. Hal ini membuktikan bahwa pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember mampu mengimplementasi strategi *marketing* nya dengan cukup baik.

**b. Hasil peningkatan jumlah portofolio kredit setelah menerapkan strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember**

Selain rekapitulasi hasil jumlah nasabah debitur meningkat, hal ini juga terjadi dengan portofolio kredit yang disalurkan oleh pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember. Dimana tabel tersebut menunjukkan jumlah peningkatan portofolio kredit dalam kurun waktu 3 bulan terakhir tahun 2023. Berdasarkan tabel tersebut di bulan

Desember tahun 2023 jumlah portofolio kredit yang disalurkan Rp 63.809.996.037 dimana yang peneliti jelaskan sebelumnya bahwa pada bulan tersebut masih ada kebijakan dari pimpinan BPR AnugerahDharma Yuwana Jember mengenai pemberian kredit kisaran besaran meskipun jumlah nasabah debitur menurun.

Akan tetap pada tahun 2023 bulan Januari BPR AnugerahDharma Yuwana Jember telah mengimplementasikan strategi *marketing* nya dengan cukup baik yang berdampak pada hasil peningkatan jumlah portofolio kreditnya. Dengan total jumlah Rp 63.514.446.091.-. hal demikian juga terjadi pada bulan berikutnya yakni pada bulan Februari 2023 dengan jumlah portofolio kredit yang disalurkan sebanyak Rp 64.061.739.629.

Lalu dibulan terakhir yaitu di bulan Maret peningkatan jumlah portofolio kredit yang disalurkan mengalami peningkatan yang sangat drastis, dimana pihak BPR AnugerahDharma Yuwana mampu meningkatkan jumlah portofolio kredit sebanyak Rp 66.365.137.475. Pada hasil peningkatan portofolio kredit ini dapat menunjukkan bahwa BPR AnugerahDharma Yuwana Jember masih kurang optimal karena antara bulan Desember sampai Januari terjadi sedikit penurunan portofolio kredit akan tetapi di bulan berikutnya mereka mampu mengimplementasikan strategi *marketing*nya dengan cukup baik.

Peningkatan jumlah debitur dan portofolio kredit ini tentunya tidak terlepas dari berjalannya strategi *marketing* pihak BPR



AnugerahDharma Yuwana Jember yang dimana dalam segi strategi produk mereka cukup diminati oleh masyarakat, dan pengambilan bunga yang tidak melebihi Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dan lebih kecil dari BPR lainnya membuat nasabah tertarik minatnya untuk mengajukan pinjaman di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember.

Selain itu juga pihak BPR mampu mengimplementasikan strategi promosi dengan baik dimana mereka sangat unggul dalam strategi promosi *referral*, hal tersebut menunjukkan bahwa pegawai atau pegawai BPR AnugerahDharma Yuwana Jember memiliki kemampuan yang baik untuk menarik minat calon nasabah. Mereka juga unggul dalam segi proses pencairan kredit dimana hal tersebut membuat nasabah debitur merasa tidak terbuang waktunya untuk menunggu pencairan dana kredit.

Berdasarkan hasil temuan yang peneliti paparkan diatas sesuai dengan pendapat Cravens dalam buku Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa yang disusun oleh Buchari Alma bahwa strategi *marketing* merupakan proses pengembangan strategis yang digerakkan oleh pemasaran, dengan mengevaluasi lingkungan bisnis yang sering terjadi perubahan dan kebutuhan untuk mencapai tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi.<sup>96</sup>

Hasil temuan yang peneliti lakukan juga sesuai dengan temuan Ilvia Lanniza dan Tuti Anggraeni pada *Journal Economy And Currency Study* (JECS) tahun 2021 yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran

---

<sup>96</sup> Alma, 260.

Kredit Pembiayaan Mitraguna Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Ex Bank Syariah Mandiri KCP Stabat” dimana hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa pengimplementasi strategi *marketing* sangat berperan penting bagi peningkatan jumlah nasabah.<sup>97</sup>

Peneliti juga menemukan hasil temuan yang ditulis oleh Joni Anwar dengan judul “Strategi Pemasaran Dan Segmentasi Pasar Dalam Rangka Peningkatan Portofolio Kredit di PT BPR AnugerahDharma Yuwana Banyuwangi Kantor Cabang Pesanggaran” dimana hasil temuan tersebut menjelaskan bahwa strategi *marketing* juga sangat berpengaruh dalam peningkatan portofolio kredit.<sup>98</sup>

Berdasarkan teori dan hasil temuan yang peneliti paparkan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dapat mengimplementasikan strategi *marketing* pada jasa kredit dengan baik pada peningkatan jumlah nasabah dan sedikit kurang maksimal pada peningkatan jumlah portofolio kredit. Dengan membuktikan jumlah peningkatan jumlah nasabah debitur dan portofolio kreditnya setelah tiga bulan terakhir tahun 2023. Meskipun pada 4 tahun sebelumnya jumlah debiturnya mengalami penurunan karena ada kebijakan kredit kisaran besar, akan tetapi setelah memprogres kembali penyediaan kredit kecil BPR AnugerahDharma Yuwana mampu mencapai target untuk peningkatan jumlah debitur sedangkan untuk peningkatan portofolio kredit masih dibidang kurang optimal.

---

<sup>97</sup> Ilvia Lanniza, dan Tuti Angraini, “Analisis Strategi Pemasaran Kredit Pembiayaan Mitraguna Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Ex Bank Syariah Mandiri KCP Stabat,” *Journal Economy And Currency Study (JECS)* 3, no.2 (Juli, 2021): 37-46.

<sup>98</sup> Joni Anwar, ”Strategi Pemasaran Dan Segmentasi Pasar Dalam Rangka Peningkatan Portofolio Kredit Di PT. Bpr Anugerahdharma Yuwana Banyuwangi Kantor Cabang Pesanggaran” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Jember, 2021).

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian di lapangan serta data dan pembahasan yang telah teori paparkan diatas mengenai implementasi strategi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah debitur dan portofolio kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang telah diimplementasikan oleh pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember sudah senada dengan teori yang diungkapkan oleh Buchari Alma dalam bukunya, yaitu dengan implementasi strategi *marketing* jasa 7P yang meliputi *Product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti fisik), dan *Process* (Proses). Khususnya pada strategi *Product* (produk), *Physical Evidence* (Bukti fisik), dan *Process* (Proses) yang sangat optimal, karena pihak BPR AnugerahDharma Yuwana mempunyai produk dan fasilitas yang menarik minat masyarakat serta proses pencairan kredit yang cepat. Akan tetapi ada beberapa strategi *marketing mix* yang penerapannya kurang optimal dimana hal tersebut mengacu pada penurunan jumlah portofolio kredit di bulan Desember tahun 2022. Beberapa strategi yang kurang optimal tersebut meliputi strategi *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), dan *People* (Orang).

2. Hasil setelah menerapkan strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember membuahkan hasil yang cukup baik bagi peningkatan jumlah nasabahnya sedangkan untuk jumlah portofolio kreditnya masih dibidang sedikit kurang optimal. Dimana BPR AnugerahDharma Yuwana mampu mengenalkan produk dan jasa mereka melalui beberapa strategi *marketing* yang mampu menarik minat nasabah untuk menjadi calon debitur baru BPR AnugerahDharma Yuwana. Dengan hal tersebut peningkatan jumlah nasabah debitur di BPR AnugerahDharma Yuwana pada bulan Januari-Maret dapat berkembang pesat meskipun ada penurunan dalam portofolio kreditnya di bulan Desember 2022-Januari 2023.

## B. Saran

Bersumber pada hasil penelitian yang sudah di paparkan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran terkait implementasi strategi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah debitur dan portofolio kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember. Adapun saran dari peneliti ialah, sebagai berikut:

1. Dalam memasarkan jasa kreditnya dengan implementasi strategi *marketing* 7P alangkah baiknya pihak BPR AnugerahDharma Yuwana lebih mengoptimalkan strategi *price* dengan lebih diutamakan lagi pinjaman kredit kecil, agar tidak terjadi penurunan jumlah debitur, lalu pada strategi *promotion* alangkah baiknya pihak BPR menggunakan metode sales *promotion* agar dapat meningkatkan jumlah penjualan kredit. Dan untuk

strategi tempatnya diharapkan pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dapat segera mengurusinya pembenaran letak kantor BPR di Google Maps. Terakhir pada strategi *people* diharapkan *Customer Service* BPR AnugerahDharma Yuwana menerapkan penjualan *personal selling* agar meningkatkan jumlah nasabah dan juga menjaga hubungan baik antar nasabah dan Bank.

2. Diharapkan bagi masyarakat atau calon debitur yang ingin mengajukan kredit/pinjaman di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember agar mencari informasi terlebih dahulu mengenai jasa kredit yang di tawarkan.
3. Hasil penelitian ini hanya mampu menjelaskan peningkatan jumlah debitur dan portofolio kredit hanya dalam bentuk umum saja dan tidak menjelaskan berapa persen peningkatannya, serta peningkatan yang di peroleh hanya dalam kurun waktu tiga bulan saja, Oleh karena itu disarankan bagi penelitian lanjutan untuk menjelaskan lebih rinci dan menambahkan kurun waktu terkait peningkatan keduanya. Sehingga dapat memperoleh hasil temuan yang lebih baik dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta informasi bagi masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I Made. *Manajemen Investasi Dan Portofolio*. Pejaten: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 2020.
- Agustinova, Danu Eko. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktek*. Yogyakarta: Calpulis, 2015.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Anisa, Indah Nur dan Renny Oktafia. "Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Funding Dan Lending Di BMT Harapan Umat Sidoarjo." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 4, no. 1 (Mei, 2021): 113-126.
- Anwar, Joni. "Strategi Pemasaran Dan Segmentasi Pasar Dalam Rangka Peningkatan Portofolio Kredit Di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwangi Kantor Cabang Pesanggaran." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Jember, Jember, 2022.
- Angraeni, Rika. "UU PPSK Disahkan, Sri Mulyani Ungkap Nama dan Fungsi Baru BPR." *Finansial*, 15 Desember 2022, <https://finansial.bisnis.com/read/20221215/90/1608822/uu-ppsk-disahkan-sri-mulyani-ungkap-nama-dan-fungsi-baru-bpr>.
- Bahri, Syaiful. *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi* et. al. Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022.
- BPR ADY Jember, "Sejarah Singkat BPR ADY Jember," 08 Maret 2023
- BPR ADY Jember, "Visi Misi BPR ADY Jember," [adyjember.co.id](http://www.adyjember.co.id), diakses 08 Maret 2023, <http://www.adyjember.co.id/index.php/visi-misi/>
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2022.
- Guntur, Effendi M. *Transformasi Manajemen Pemasaran+Membangun Citra Negara*. Jakarta: CV Sagung Seto, 2010.
- Hakim, Fahmi. "Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Abdul Muis." Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2021.
- Halim, Fitria, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.

- Hamin, Mohammad Wisno. "Perlindungan Hukum Bagi Nasabah (DEBITUR) Bank Sebagai Konsumen Pengguna Jasa Bank Terhadap Risiko Dalam Perjanjian Kredit Bank." *Lex Crimen* 6, no. 1 (Jan-Feb, 2017): 46-53.
- Haque, Marissa Grace-Fawzi. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi* et. al. Banten: Pascal Books, 2021.
- Harahap, Nursapia. *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal ashri Publishing, 2020.
- Hartono, Aili Papang. *Pemberian Kredit Dengan Jaminan Fidusia Hak Paten*. Bandung: PT Alumni, 2020.
- Jalal, Abdul, dan Mustapa Khamal Rokan. "Implementasi Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayon Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro." *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* 2, no. 2 (Maret, 2022): 96-111.
- Juliansyah, Eris. "Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi." *Jurnal Ekonomak* 3, No. 2 (Agustus, 2017): 19-37.
- Karlina, Reny. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro di BRI Syariah KCP Mojoagung." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo, 2020.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2004.
- Kirana, Chandra. "Analisis Prosedur dan Kebijakan Pemberian Kredit Cepat Aman Pada Bank Amar Surabaya." Tugas Akhir, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2018.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Global Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Prenhalindo, 2001.
- Kurniawan, Hengky. "BPR ADY Bangkitkan Ekonomi Warga." Radar Jember. 11 September 2021. <https://radarJember.jawapos.com/ekoran-Jember/11/09/2021/pt-bpr-ady-bangkitkan-ekonomi-warga/>.
- Kusumaningtyas, Rinda Hesti, dan Elsy Rahajeng. "Persepsi Nasabah Akan Layanan Atm Dan E-Banking Dengan Metode TAM." *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi* 10, no. 2 (2017): 81-102.
- Lanniza, Ilvia dan Tuti Angraini. "Analisis Strategi Pemasaran Kredit Pembiayaan Mitraguna Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Ex Bank Syariah Mandiri KCP Stabat." *Journal Economy And Currency Study (JECS)* 3, no.2 (Juli, 2021): 37-46.

- Lestianingsih, Susy. "Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Kredit Pemilikan Rumah pada BNI Sinjai." Skripsi, Institut Agama Islam Muhammadiyah, Sinjai, 2021.
- Mamik, *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Mohamad, Roni dan Endang Rahim. "Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Perspektif Syariah." *Mutawazin Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no.1 (April, 2021): 15-26.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya, 2002.
- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Permata, Cahyo dan Lukmandono. "Analisis Strategi Pemasaran Kredit Menggunakan *GameTheory* Untuk Meningkatkan Jumlah Debitur pada Multi Channel." Makalah disajikan pada Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNIPMA, Institut Teknologi Adhi Tama, Surabaya, 2022.
- Pio, Riane Johnly, Christoffel Kojo, dan Johny Revo Elia Tampi. "Tinjauan Bauran Pemasaran Dari Perspektif Pelaku Usaha Mikro." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 12, no. 1 (2022): 10-19.
- Purhantara, Wahyu. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Reed, Edward W dan Edward K.Gill. *Bank Umum Edisi 4*. Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Anmar Cendekia Indonesia, 2019.
- Saleh, Sirajuddin. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.
- Saleh, Yusuf dan Miah Said. *Konsep Dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media, 2019.
- Sampe, Ferdinandus. *Manajemen Strategis Teori Dan Implementasi et.al*. Serang Banten: Sada Kurnia Pustaka, 2023.
- Semadi, Made, Rustan DM, dan Fitriany. "Analisis Pengaruh Price, Promotion, People Dalam Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Kredit Konsumtif Pada PT BPR Hasa Mitra Makassar." *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan Massaro* 4, no.1 (Februari 2022): 39-52.



- Siagian, Ade Onny. *Lembaga-Lembaga Keuangan dan Perbankan*. Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Siregar, Yosua Sopater, Apriani Dorkas Rambu Atahau, dan Imanuel Madea Sakti. "Analisis Portofolio Kredit, Risiko, Dan Return Bank Umum Konvensional." *Jurnal Manajemen* 19, no. 1 (Mei 2022): 18-38.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sofyan, Mohammad. *Bank Perkreditan Rakyat: Kumpulan Hasil Penelitian*. Magetan: CV Odis, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Syadad, M. Anwar. "Analisis Prosedur Pembiayaan Mikro Pada PT BPR ADY Jember." Skripsi, IAIN Jember, 2020.
- Syafril. *Bank Dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Institut Agama Islam Negeri Jember, 2019.
- Tyastutik, Yulfi. "Strategi Marketing Mix Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mikro Di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri, Ponorogo, 2021.
- Wiryaningtyas, Dwi Perwitasari. "Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH* 14, no. 2 (November, 2016): 49-57.
- Yunita, Amalia. "Analisis Strategi Marketing Credit Exeutive Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Konsumen pada PT FIifgroup Cabang Banjarmasin." Skripsi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Kalimantan, 2020.
- Zuhdi, Ahmad Rifqi. "Analisis Portofolio Kredit Perbankan Umum Dan Syariah Berdasarkan Sektor Ekonomi." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 12, no. 01 (Maret, 2013): 1-47.

**MATRIK PENELITIAN**

<b>Judul</b>	<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber Data</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Fokus Penelitian</b>
<b>IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH DEBITUR DAN PORTOFOLIO KREDIT DI BANK PEREKONOMI RAKYAT ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER</b>	1. Strategi <i>Marketing</i>	1. Strategi <i>Marketing</i> Peningkatan Jumlah Debitur dan Portofolio Kredit	1. Definisi Strategi <i>Marketing</i> 2. Faktor Strategi <i>Marketing</i> 3. Tujuan Strategi <i>Marketing</i> 4. <i>Marketing Mix</i>	1. Informan a. Ibu Novinda: <i>Customer Service</i> BPR ADY Jember b. Bapak Samsul Arifin: Komite Kredit I BPR ADY Jember c. Bapak Yudiyanto: Komite Kredit II BPR ADY Jember d. Ibu Ningsih: Debitur BPR ADY Jember	1. Pendekatan dan jenis penelitian Kualitatif deskriptif 2. Penentuan Subjek penelitian: <i>Purposive Sampling</i> dan <i>Snowball Sampling</i> 3. Teknik pengumpulan data a. Wawancara b. Observasi c. Dokumentasi 4. Analisis Data yaitu: a. Pengumpulan data b. Reduksi data c. Penyajian data d. Kesimpulan 5. Keabsahan data: Triangulasi Sumber 6. Tahap-tahap Penelitian: a. Tahap Pra Lapangan b. Tahap Pelaksanaan Penelitian c. Tahap Penyelesaian	a. Bagaimana implementasi strategi <i>marketing</i> yang dilakukan BPR Augerah Dharma Yuwana Jember dalam meningkatkan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit?  b. Bagaimana hasil peningkatan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit setelah menerapkan strategi <i>marketing</i> di BPR Augerah Dharma Yuwana Jember?
	2. Peningkatan Jumlah Debitur dan Portofolio Kredit	2. Nasabah Debitur	1. Definisi Nasabah Debitur	2. Dokumentasi 3. Kepustakaan a. Buku b. Jurnal c. Artikel dll		
	3. Portofolio Kredit			1. Definisi Kredit 2. Jenis Kredit 3. Alokasi Kredit		

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Udzunainil Mustamiah  
NIM : E20191026  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institusi : UIN KHAS Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.  
Demikian surat pernyataan surat ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 05 Mei 2023

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SURI  
JEMBER



Udzunainil Mustamiah  
NIM. E20191026

## PEDOMAN PENELITIAN

### Fokus Penelitian

1. Bagaimana Implementasi strategi *marketing* yang diterapkan BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dalam meningkatkan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit?
2. Bagaimana hasil peningkatan jumlah nasabah debitur dan portofolio kredit setelah menerapkan strategi *marketing* di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember?

### DAFTAR PERTANYAAN

#### Fokus Penelitian I

1. Menurut anda Apa saja strategi *marketing* yang di implementasikan oleh pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember?
2. Bagaimana menurut anda cara BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dalam memasarkan produk dan jasa kreditnya kepada masyarakat?
3. Bagaimana menurut anda BPR AnugerahDharma Yuwana Jember dalam menetapkan bunga kredit kepada nasabah debitur?
4. Bagaimana menurut anda tentang letak geografis kantor BPR AnugerahDharma Yuwana Jember yang dulu dan sekarang?
5. Bagaimana menurut anda strategi promosi yang diterapkan oleh BPR AnugerahDharma Yuwana Jember?
6. Apakah semua pihak di dalam BPR AnugerahDharma Yuwana Jember sama-sama menerapkan strategi *marketing* pada jasa kredit nya?

7. Bagaimana menurut anda kondisi kantor BPR AnugerahDharma Yuwana Jember sekarang dengan yang dulu?
8. Bagaimana menurut anda proses pencairan pada kredit di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember?

### **Fokus Penelitian II**

1. Bagaimana menurut anda hasil dari semua unsur strategi *marketing* yang telah di terapkan oleh pihak BPR AnugerahDharma Yuwana Jember?
2. Apakah ada peningkatan jumlah nasabah debitur pada BPR AnugerahDharma Yuwana Jember setelah menerapkan strategi *marketing* tersebut?
3. Apakah ada peningkatan jumlah portofolio kredit pada BPR AnugerahDharma Yuwana Jember setelah menerapkan strategi *marketing* tersebut?

### **Pertanyaan khusus nasabah debitur BPR AnugerahDharma Yuwana Jember**

1. Bagaimana ibu dapat mengenal BPR AnugerahDharma Yuwana Jember?
2. Menurut ibu apakah kredit yang di miliki BPR AnugerahDharma Yuwana Jember baik?
3. Menurut ibu apakah proses pencairan di BPR AnugerahDharma Yuwana Jember termasuk cepat?



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataran No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-102 | /Un.22/7.a/PP.00.9/09/2022 26 September 2022  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.

Kepala PT. BPR ADY Jember

Jl. KH Shiddiq No. 35, Kelurahan Jember Kidul, Kec Kaliwates, Kab Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Udzunainil Mustamiah  
NIM : E20191026  
Semester : VII (Tujuh)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Implementasi Strategi Marketing Upaya meningkatkan Jumlah Debitur dan Portofolio Kredit PT BPR ADY Jember di lingkungan wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Nurul Widyawati Islami Rahayu



**BPR ADY JEMBER**  
*Profesional dan Terpercaya*

### SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Romi Sutanti, S.E  
Jabatan : Direktur PT. BPR ADY Jember

Dengan ini menyatakan bahwa Mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Udzunainil Mustamiah  
NIM : E20191026  
Semester : VIII / Delapan  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Instansi : UIN Khas Jember

Telah selesai melakukan penelitian di PT.BPR ADY Jember terhitung mulai dari 10 November 2022 sampai dengan 10 April 2023, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"Implementasi Strategi Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Debitur dan Portofolio Kredit di PT. BPR ADY Jember."**

Demikian surat keterangan ini di buat dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Jember, 10 April 2023

Direktur PT. BPR ADY Jember



Romi Sutanti, S.E

## Jurnal Kegiatan Penelitian





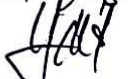
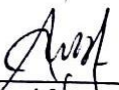
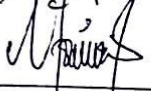
### Judul Penelitian:

Implementasi Strategi Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Debitur dan Portofolio Kredit di PT. BPR ADY Jember.

### Lokasi Penelitian:

PT. BPR ADY Jember

Jl. Kh. Shiddiq No.88 Kel. Jember kidul, Kec. Kaliwates, Kab. Jember.

No	HARI/TANGGAL	JENIS KEGIATAN	TTD
1.	Kamis, 08 September 2022	Observasi Tempat Penelitian	
2.	Jumat, 23 September 2022	Menyerahkan surat izin penelitian kepada PT. BPR ADY Jember	
3.	Kamis, 10 November 2022	Wawancara dengan Komite Kredit I PT. BPR ADY Jember, Bapak Samsul Arifin	
4.	Rabu, 08 Maret 2023	Wawancara dengan Customer Service PT. BPR ADY Jember, Kak Novinda	
5.	Senin, 03 April 2023	Wawancara dengan Komite Kredit II PT. BPR ADY Jember, Bapak Yudiyanto	
6.	Senin, 03 April 2023	Wawancara dengan salah satu nasabah debitur PT. BPR ADY Jember, Ibu Ningsih	
7.	Senin, 10 April 2023	Mengurus surat keterangan selesai penelitian sekaligus berpamitan	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
Jember, 10 April 2023  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
Direktur PT. BPR ADY Jember

J E M B E R  
PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT  
MANGROEN HARMA PURANA JEMBE.  
J E M B E R

  
**Romi Sutanti, S.E**



## DOKUMENTASI



Wawancara dengan Kak Novinda selaku *Customer Service* BPR AnugerahDharma Yuwana Jember



Wawancara dengan Bapak Samsul Arifin selaku Komite Kredit I BPR AnugerahDharma Yuwana Jember



Wawancara dengan Bapak Yudiyanto selaku Komite Kredit ke II BPR AnugerahDharma Yuwana Jember



Wawancara dengan ibu Ningsih selaku nasabah debitur BPR AnugerahDharma Yuwana Jember



Strategi *Product* (Produk) kredit Talangan Haji BPR AnugerahDharma Yuwana Jember

**BPR ADY JEMBER**  
Professional dan Terpercaya

**Ayo Ajukan Segera Kredit anda di BPR ADY JEMBER**

**Syarat - syarat Pengajuan Kredit**  
Foto copy: - BPKB STNK/ Sertifikat, Pajak Tahunan Terbaru  
- KTP Suami dan Istri  
- Surat Nikah & Kartu Keluarga ( KK )  
- FotoKopi Slip Gaji  
- Fotokopi Nomor Pokok Wajib Pajak ( NPWP )  
- Realisasi Pinjaman Baru Minimal Rp. 10.000.000,-

**SOLUSI KEBUTUHAN DAN ANGGARAN**  
Hubungi dan Kunjungi:

- Kantor Pusat**  
Jl. Kh. Shiddiq No.88 Kaliwates  
Tlp. (0331) 486006 - 426350  
Hp. 081338005414
- Cabang Rambipuji**  
Stand Ruko Pasar No. 9-11 Rambipuji  
Tlp. (0331) 712036
- Cabang Ambulu**  
Jl. Suyitman No. 89 Ambulu  
Tlp. (0331) 681166
- Kas. Tanggul**  
Jl. Pk. Sudirman No. 106 Tanggul  
Tlp. (0331) 442202
- Kas. Arjasa**  
Jl. Supriyadi No. 26 Patemon Arjasa  
Tlp. (0331) 540696
- Kas. Jenggawah**  
Jalan A. Yani No. 13 Jenggawah  
Tlp. (0331) 758059
- Kas. Mumbulsari**  
Jl. Budi Utomo No.2 Mumbulsari  
Tlp. (0331) 332189

Plafon	Tabel Angsuran			
	Jangka Waktu dan Angsuran Per Bulan		Angsuran Per Bulan	
	12 Bulan	18 Bulan	24 Bulan	36 Bulan
15.000.000	1.475.000	1.058.333	850.000	641.667
16.000.000	1.573.333	1.128.889	906.667	684.444
17.000.000	1.671.667	1.199.444	963.333	727.222
18.000.000	1.770.000	1.270.000	1.020.000	770.000
19.000.000	1.868.333	1.340.556	1.076.667	812.778
20.000.000	1.966.667	1.411.111	1.133.333	855.556
25.000.000	2.458.333	1.763.889	1.416.667	1.069.444

Dan Seterusnya

**Proses Cepat & Mudah**  
**Pinjaman Tetap\* 2,75%**  
**Pinjaman Angsuran\* 1,5%**

081338005414 | BPR ADY JEMBER | bpradyjember | AYO ke BANK | OK OTORITAS JASA KEUANGAN | LPS | BPR

Strategi *Price* (Harga) penawaran Kredit 2022/Plafon Kredit BPR AnugerahDharma Yuwana Jember



Strategi Place (Tempat) Kantor BPR AnugerahDharma Yuwana Jember



Strategi *Promotion* (Promosi) Penyebaran Brosur Kredit (TEBASBRO) BPR AnugerahDharma Yuwana Jember



**BAGI SEMBAKO:** Rudi Setiawan SE, Dirut BPR ADY Jember saat memberikan sembako pada masyarakat di Kantor Cabang Rambipuji.

## BPR ADY Bagi Sembako dan Takjil

**RAMBIPUJI** – Banyak cara dilakukan untuk mensyukuri datangnya bulan suci Ramadan. Sebagai wujud syukur atas pesatnya perkembangan BPR ADY di wilayah Jember, Jumat lalu (4/7) membagikan paket sembako dan takjil. Sedikitnya 400 paket sembako yang dibagikan warga yang membutuhkan. Rudi Setiawan SE, Dirut BPR ADY Jember merupakan hasil merger tiga BPR. Yakni antara BPR Anum Tanggul, BPR Delta Ambulu, dan BPR Puji Bahaja Rambipuji pada 2012 lalu. Sejak merger, geliat pembanguinan ekonomi melalui bantuan perkeditan semakin luas dikenal masyarakat. "Tahun ini menunjukkan kemajuan yang bagus, dari itu kami ingin bersyukur sambil berbagi dengan kau duafa," tuturnya saat sambutan di kantor

cabang Rambipuji Jumat lalu. Pembagian sembako dan takjil itu disaksikan oleh seluruh jajaran pengurus. Hadir dalam acara itu Komisaris BPR ADY Jember Supandi SE, Direktur Komersial Riadi Christian SE, Direktur Operasional Romi Sutanti SE, Pincab Rambipuji Emi Susiana SE, dan Pincab Ambulu Elok K SE. Seluruh jajaran pengurusan ini turut serta membagikan sembako pada masyarakat. Selain berbagi sembako dan berbagi takjil, BPR ADY Jember juga melakukan santunan anak yatim. Puluhan anak yatim yang ada di sekian-kam hijrah mendapat santunan. Paling tidak kami bisa meringankan beban mereka saat menjelang Lebaran," tutur Rudi. Sementara, Komisaris BPR ADY Jember Supandi SE me-

minta doa kaum duafa dan seluruh karyawan untuk kemajuan BPR ADY Jember ke depan. Kesuksesan selama tiga tahun menancapkan diri di wilayah Jember akan terus berkembang seiring manfaatnya bagi masyarakat luas. "Harapan kami, semoga BPR ADY Jember menjadi BPR yang terbaik dan terpercaya," pintanya. Perlu diketahui, BPR ADY Jember merupakan BPR di Jember yang memiliki kantor pusat di Jalan Gajah Mada Jember. BPR ADY Jember memiliki kantor cabang di Rambipuji dan Ambulu. Sementara kantor kas ada di Tanggul, Pakusari, Gumukmas, dan Jenggawah. "Dalam waktu dekat ini Insya Allah akan dibuka lagi kantor pelayanan kas Mumbulsari dan Noyang, kami minta doanya," imbuh Supandi. (\*/hud/ci/aro)

Strategi *Promotion* (Promosi) bagi sembako dan takjil di bulan Ramadhan BPR AnugerahDharma Yuwana Jember

**Novinda Bpr Ady**  
Hari ini 11.17

**Bank Perkreditan Rakyat**  
**ADY JEMBER**  
- Kredit - Deposito - Tabungan

**A. PAKET SMILE Rp. 530.000,-**  
Selama 10 bulan Rp. 95.000,- /Bulan

- Beras Rajawali 15 Kg
- Minyak Goreng Bimoli 2 Lt (2 Lt 1 bh)
- Mie Goreng Sedap 1 Dos
- Gula 2 Kg
- Sirup ABC 1 Botol
- Teh Rio 1 Dos
- Keranjang Parcel

**B. PAKET CERIA Rp. 600.000,-**  
Selama 10 bulan Rp. 60.000,- /Bulan

- Beras Rajawali 10 Kg
- Minyak Goreng Bimoli 2 Lt (2 Lt 1 bh)
- Mie Goreng Sedap 1 Dos
- Sirup ABC Special 1 Botol
- Gula 2 kg
- Khong Guan Kaleng Kecil
- Goodtime Kaleng Kecil
- Richese Nabati wafer kaleng
- Teh Rio 1 Dos
- Keranjang Parcel

**C. PAKET HAPPY Rp. 650.000,-**  
Selama 10 bulan Rp. 65.000,- /Bulan

- Beras Rajawali 10 Kg
- Minyak Goreng Bimoli 2 Lt (2 Lt 2 bh)
- Mie Goreng Sedap 1 Dos
- Sirup ABC Special 1 Botol
- Gula 1 kg
- Richese Nabati wafer kaleng
- Biskuit Borneo Kaleng
- Emping Malinjo 1 kg
- Teh Rio 1 Dos
- Keranjang Parcel

**D. PAKET HANTARAN Rp. 650.000,-**  
Selama 10 bulan Rp. 65.000,- /Bulan

- Beras Rajawali 10 Kg
- Minyak Goreng 1 Lt 1 Dos (isi 12bh)
- Biskuit Borneo Kaleng
- Biskuit Cream Kokola 1 Dos
- Biskuit Malika Kokola 1 Dos
- Teh Rio 1 Dos
- Keranjang Parcel

**E. PAKET KHUSUS UANG (Nominal Tidak Tetap)**  
Adapun ketentuannya sebagai berikut :

No	Saldo Tabungan	Bingkisan	Saldo Agustus 2023	Saldo Februari 2024
1	Rp. 5.000.000,-	Beras 5 Kg	Min Rp. 5.000.000,-	Rp. 5.000.000,-
2	Rp. 15.000.000,-	Beras 15 Kg	Min Rp. 1.250.000,-	Rp. 15.000.000,-
3	Rp. 25.000.000,-	Kipas Angin	Min Rp. 12.500.000,-	Rp. 25.000.000,-
4	Rp. 35.000.000,-	Magic Com	Min Rp. 17.500.000,-	Rp. 35.000.000,-
5	Rp. 50.000.000,-	Kompor Gas	Min Rp. 25.000.000,-	Rp. 50.000.000,-
6	Diatas Rp. 75.000.000,-	Panci Presto	Min Rp. 30.000.000,-	Min Rp. 75.000.001,-

Apabila saldo pada akhir Agustus 2023 tidak terpotong maka tidak mendapatkan bingkisan pada akhir periode

**Peryaratan :**

- Foto Copy E-KTP 2 Lembar
- Setoran Awal Rp. 10.000,-
- Pendaftaran dibuka mulai Tgl. 16 Maret 2023 dan ditutup tgl. 31 Des 2023
- Perubahan Tabungan Tgl. 16 Februari 2024
- Pengambilan paket Barang dan Uang 1 Minggu sebelum Puasa

**KANTOR PUSAT**  
B. B. N. W. 11111111111111111111  
Telp. (0331) 884000

**CABANG RAMBIPUJI**  
Sembelubus poskot No. 9 - 11 Rambipuji  
Telp. (0331) 712036

**CABANG AMBULU**  
B. N. N. 11111111111111111111  
Telp. (0336) 884005

**BANK SAHABAT ANAK NEGERI**

Strategi *People* (Orang) Pemasaran yang diterapkan oleh *customer service* BPR AnugerahDharma Yuwana Jember



Strategi *Physical Evidence* (Bukti Fisik) Parkiran dan Ruang Tunggu nasabah



Strategi *Process* (Proses) Survei dan Pencairan Nasabah Debitur BPR AnugerahDharma Yuwana Jember



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-02.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/05/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Udzunainil Mustamiah  
NIM : E20191026  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul : Implementasi strategi marketing dalam upaya meningkatkan jumlah debitur dan portofolio kredit di PT BPR ADY Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 04 Mei 2023

An. Dekan  
Kepala Bagian Akademik  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Yanuar Mulyadi





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Udzunainil Mustamiah

NIM : E201026

Semester : VIII / Delapan

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 05 Mei 2023  
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,



Dr. Hj. Nurul Setlaningrum S.E., M.M

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BIODATA PENULIS



Nama : Udzunainil Mustamiah  
Nim : E20191026  
Tempat Tanggal Lahir : Jember, 15 Maret 2002  
Alamat : Dusun Peji, Desa Lengkong RT/RW 003/007 Kec.  
Mumbulsari, Kab. Jember, Jawa Timur  
Agama : Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah  
Telepon : 081515121485  
E-mail : [mustamahudzunainil@gmail.com](mailto:mustamahudzunainil@gmail.com)

### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN Lengkong 02 (2007-2013)
2. Mts Miftahul Ulum (2013-2016)
3. MA Nurul Jadid (2016-2019)
4. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2019-2023)