



**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DAN VOLUME KREDIT PADA
PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) NUSAMBA GENTENG,
BANYUWANGI**

*(Implementation of the Marketing Mix in Order to Increase the Number of
Customers and Volume of Credit at Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusamba
Genteng, Banyuwangi)*

SKRIPSI

Oleh
Irma Farida
NIM 080910202022

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, MM
Dosen Pembimbing Anggota : Ika Sisbintari, S.Sos, M.AB

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DAN VOLUME KREDIT PADA
PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) NUSAMBA GENTENG,
BANYUWANGI**

(Implementation of the Marketing Mix in Order to Increase the Number of
Customers and Volume of Credit at Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusamba
Genteng, Banyuwangi)

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

Irma Farida
NIM 080910202022

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Drs. H. Moh. Mubron, M.Pd dan Ibu Tutik Mulyani yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat dan dukungan agar tetap terus belajar.
2. Kakak-kakakku Rully Faisal dan Marvin Mulya yang selalu memberikan keceriaan dalam hidupku.
3. Guru-guruku mulai taman kanak-kanak sampai perguruan tinggi, terima kasih atas semua ilmu yang telah diberikan kepadaku.
4. Almamater, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

Inti pokok dari pemasaran jasa adalah layanan.*)

*) Kertajaya, H. 2009. Service Operation. Jakarta: Erlangga.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Irma Farida

NIM : 080910202022

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Volume Kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusamba Genteng, Banyuwangi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Januari 2013
Yang menyatakan,

Irma Farida
NIM 080910202022

SKRIPSI

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DAN VOLUME KREDIT PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) NUSAMBA GENTENG, BANYUWANGI

(Implementation of the Marketing Mix in Order to Increase the Number of
Customers and Volume of Credit at Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusamba
Genteng, Banyuwangi)

Oleh

Irma Farida
NIM 080910202022

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos. M.M
Dosen Pembimbing Anggota : Ika Sisbintari, S.Sos, M.AB

PENGESAHAN

Skripsi berjudul Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Volume Kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusamba Genteng, Banyuwangi“” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Selasa, 29 Januari 2013

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19560409 198702 2 001

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM
NIP. 19750825 200212 1 002

Ika Sisbintari, S.Sos, M.AB
NIP. 19740207 200512 2 001

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Totok Supriyanto, M.Si
NIP. 19501004 197702 1 001

Drs. Sutrisno, M.Si
NIP. 19580705 198503 1 002

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP 195207271981031003

RINGKASAN

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DAN VOLUME KREDIT PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) NUSAMBA GENTENG, BANYUWANGI; Irma Farida; 080910202022; 2013; 84halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah salah satu lembaga keuangan yang menawarkan pinjaman kredit bagi para UMKM. PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusamba Genteng merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan sejenis yang terdapat di wilayah Kecamatan Genteng. BPR Nusamba Genteng bergerak dalam bidang jasa perbankan melayani penghimpunan dana berupa Tabungan dan Deposito serta melayani penyaluran dana berupa kredit. PT. BPR Nusamba Genteng adalah salah satu yang senantiasa ikut berperan dalam memberikan kredit kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat tersebut agar mampu mengatasi ketimpangan ekonomi dan kesenjangan sosial.

Dalam persaingannya setiap lembaga keuangan harus mengimplementasikan bauran pemasaran secara baik untuk merebut pangsa pasar. Persaingan merebut pasar antara BPR dan Bank Umum semakin ketat ditambah lagi lembaga-lembaga pembiayaan lain dan koperasi. Strategi yang dilakukan PT. BPR Nusamba Genteng dalam merebut pangsa pasar adalah suku bunga yang fleksibel dan kompetitif, Pelayanan yang prima, cepat, tepat dan manfaat. Promosi yang berkesinambungan dan menyentuh langsung kepada masyarakat, Perluasan daerah jangkauan dengan membuka kantor kas dan kantor cabang. Membiayai sektor-sektor usaha yang produktif perdagangan, industri dan pertanian dan Pelayanan 3T (Tepat waktu, Tepat tempat dan Tepat jumlah). Selain itu dalam mengimplementasikan bauran pemasaran, PT. BPR Nusamba juga menggunakan unsur-unsur yang terdapat pada

bauran pemasaran jasa yaitu, produk, harga, lokasi, promosi, karyawan, bukti-bukti fisik, proses dan customer service.

Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Volume Kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusamba Genteng. Penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode wawancara secara in depth interview dalam pengambilan data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis domain dan taksonomi. Penggunaan domain dan taksonomi dalam penelitian ini bertujuan untuk memperjelas dan membatasi permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

Dalam implementasi bauran pemasaran dalam penelitian ini PT. BPR Nusamba Genteng mengimplementasikan bauran pemasaran jasa yaitu menggunakan 7P 1C yang terdiri dari product, pricing, promotion, place, people, physical evidence, process, customer service. Penerapan bauran pemasaran jasa pada produk kredit PT. BPR Nusamba Genteng berhasil dengan dibuktikan dengan peningkatan jumlah nasabah dan jumlah dana yang dikeluarkan setiap tahunnya.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Volume Kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusamba Genteng, Banyuwangi“. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia memberikan masukan dan bimbingan selama kuliah
4. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, M.M, selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Dra. Ika Sisbintari, S.Sos, M.AB, selaku dosen pembimbing dua yang juga memberikan pengarahan dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Direktur dan seluruh staf PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusamba Genteng, Banyuwangi yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

7. Rekan-rekan serta sahabat-sahabatku di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	8
2.1.1 Bauran Pemasaran	9
2.1.2 Pemasaran Jasa	9

2.2 Implementasi	12
2.3 Kredit	13
2.4 Manajemen Perkreditan	18
2.5 Perbankan	18
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe dan Jenis Penelitian	23
3.2 Tahap Persiapan	23
3.3 Tahap Pengumpulan Data	27
3.4 Tahap Analisis Data	28
3.5 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	31
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	31
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah singkat PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusamba Genteng.....	34
4.1.1 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan.....	37
4.1.2 Ketenagakerjaan.....	37
4.1.3 Struktur Organisasi.....	39
4.2 Aktivitas PT. Bank Perkreditan (BPR) Nusamba Genteng	55
4.2.1 Produk Tabungan	55
4.2.2 Produk Deposito Berjangka	57
4.2.3 Kegiatan Pelemparan Kredit	58
4.2.4 Produk Layanan Lainnya	59
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	
4.3.1 Implementasi Perusahaan Mengenai Kredit Terkait Dengan Bauran Pemasaran	59
4.3.2 Metode Taksonomi Strategi Pemasaran Kredit	65
4.4 Interpretasi	78

BAB 5. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR BACAAN	85
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Data BPR di Kecamatan Genteng, Banyuwangi.....	4
1.2	Data Jumlah Nasabah dan Jumlah Pinjaman	6
2.1	Perbandingan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang	21
3.1	Model Analisis Domain.....	29
3.2	Model Analisis Taksonomi.....	30
4.1	Komposisi Saham PT. BPR Nusamba Genteng	35
4.2	Komposisi karyawan menurut jenjang pendidikan per-Desember 2011	38
4.3	Jumlah nasabah berdasarkan kegunaan kredit (tahun 2011).....	68
4.4	Jumlah Nasabah Kredit pada PT. BPR Nusamba Genteng	81
4.5	Jumlah dana yang dikeluarkan PT. BPR Nusamba Genteng.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Struktur Organisasi.....	40