

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR)
PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA PERSERO TBK**

**Oleh :
Sabrina Azzahra**

ABSTRAK

Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank BRI merupakan produk yang sangat dibutuhkan untuk UMKM yang sekarang merupakan pusat perekonomian di suatu daerah, Bank BRI menjadi salah satu Bank yang menawarkan Produk KUR dengan alokasi terbesar. Maka dengan itu studi ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank BRI dalam menaikkan jumlah nasabah KUR. Study ini menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif berdasarkan data primer yang dikumpulkan melalui tahap wawancara.

Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank BRI memakai teknik Analisis SWOT Marketing MIX dimana dengan mengetahui 7p yang dimiliki oleh Bank BRI, Bank BRI dapat dengan mudah menganalisis SWOT (*Strengths, Weakness, Oppurtunities, Threaths*) untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Kata Kunci : KUR, Bank BRI, 7p, Analisis SWOT Marketing Mix

ANALYSIS OF PEOPLE'S BUSINESS CREDIT (KUR) MARKETING STRATEGIES AT BANK RAKYAT INDONESIA PERSERO TBK

By :
Sabrina Azzahra

ABSTRACT

Bank BRI's People's Business Credit (KUR) product is a product that is really needed for MSMEs which are now the center of the economy in a region, Bank BRI is one of the banks that offers KUR products with the largest allocation. Therefore, this research intends to determine the marketing tactics employed by Bank BRI to increase the number of KUR clients. This research uses a qualitative descriptive research method based on primary data obtained through the interview stage.

Based on the research results, it shows that Bank BRI uses the SWOT Marketing MIX analysis technique where by knowing the 7p owned by Bank BRI, Bank BRI can easily analyze SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) to increase the number of customers.

Keywords: KUR, Bank BRI, 7p, Marketing Mix SWOT Analysis