

**Tesis**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAAN PRODUK  
PERKREDITAN PT. BPR UKABIMA GRAZIA**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Magister Manajemen



**Oleh :**

**Suwirya Tjandra**

**NPM 2021501010**

**UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM MAGISTER  
PALEMBANG  
2023**



FM-PM-09.5/05

FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM MAGISTER

PENGESAHAN TESIS

JUDUL TESIS

Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Perkreditan PT. BPR Ukabima Grazia

Nama Mahasiswa : Suwirya Tjandra  
NPM : 2021501010  
Program Studi : Magister Manajemen  
Konsentras : Pemasaran

Telah Diuji Dalam Sidang Tesis Pada Tanggal 10 Agustus 2023

No	Komisi Penguji Sidang Tesis,	TandaTangan
01	Dr. Juhaini Alie, MM NIDN 0210067003 Ketua Komisi Penguji / Pembimbing Utama	
02	Dr. Muhammad Wadud, SE.,M.Si NIDN 0007077501 Anggota Komisi Penguji I	
03	Dr Hj. Luis Marmisah, MM, CLMA NIDN 0005096301 Anggota Komisi Penguji II	

Disetujui oleh;  
Dekan Fakultas Ekonomi,  
FAKULTAS EKONOMI  
  
Endah Dewi Purnamasari, SE, MM.,CFP  
NIDN .0204128602

Diketahui oleh;  
Ketua Program Studi Manajemen  
Program Magister,  
  
Dr. Muhammad Wadud, S.E.,M.Si  
NIDN.0007077501



FM-PM-09.5/05

FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM MAGISTER

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Tesis ini diajukan oleh, \ : -

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Perkreditan  
PT. BPR Ukabima Grazia  
Nama Mahasiswa : Suwiryra Tjandra  
NPM : 2021501010  
Program Studi : Magister Manajemen

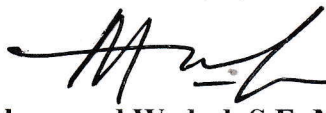
Telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Sidang Tesis, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Komisi Penguji Sidang Tesis,

Ketua Komisi Penguji /  
Pembimbing Utama, .

  
Dr. Juhaini Alie, MM  
NIDN. 0210067003

Anggota Komisi Penguji I


  
Dr. Muhammad Wadud, S.E.,M.Si  
NIDN.0007077501

Anggota Komisi Penguji II


  
Dr. Hj. Luis Marmisah MM, CLMA, CIQnR  
NIDN.0005096301

Disahkan oleh:

Ketua Program Studi Manajemen  
Program Magister,

  
Dr. Muhammad Wadud, S.E.,M.Si  
NIDN.0007077501

Dekan Fakultas Ekonomi,  
FAKULTAS EKONOMI

  
Endah Dewi Purnamasari, SE, MM.,CFP  
NIDN 0204128602



FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM MAGISTER

PERSETUJUAN PERBAIKAN TESIS

JUDUL TESIS

Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Perkreditan PT. BPR Ukabima Grazia

Nama Mahasiswa : Suwirya Tjandra  
NPM : 2021501010  
Program Studi : Magister Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Telah Memenuhi Kriteria Dan Disetujui Perbaikan Tesis

Palembang, 10 Agustus 2023

Ketua Komisi Penguji/  
Pembimbing Utama,

Dr. Juhaini Alie, MM  
NIDN 0210067003

Anggota Komisi Penguji I,

Dr. Muhammad Wadud, SE, M.Si  
NIDN 0007077501

Anggota Komisi Penguji II,

Dr. Hj. Luis Marmisah MM, CLMA  
NIDN 0005096301

Palembang, 31 10 / 2023  
Dekan Fakultas Ekonomi,

FAKULTAS EKONOMI

Endah Dewi Purnamasari, SE, MM, CFP  
NIDN 0204128602

Palembang, 31 / 10 / 2023  
Ketua Program Studi Manajemen  
Program Magister,

Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si  
NIDN.0007077501

## PERNYATAAN

Saya, Suwiry Tjandra, 2021501010, menyatakan bahwa :

1. Tesis saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Tesis ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Indo Global Mandiri, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis tesis ini serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Indo Gobal Mandiri.

Palembang, 31 Juli 2023



Suwiry Tjandra  
NIM : 2021501010

## ABSTRAK

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Dalam strategi yang baik terkandung koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Strategi komunikasi dalam pemasaran produk suatu perusahaan merupakan salah satu cara yang ditempuh manajemen perusahaan untuk meningkatkan pemasarannya dalam rangka memajukan perusahaan. Diperlukan ketelitian dan kejelian dalam menetapkan strategi komunikasi untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut terlebih untuk sebuah perusahaan perbankan kecil sekelas PT. BPR Ukabima Grazia (dikenal dengan nama BPR Grazia). Rumusan permasalahan dalam penelitian ini tak lain adalah bagaimana strategi komunikasi yang dijalankan oleh manajemen BPR Grazia dalam menghadapi persaingan dari kompetitornya.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud menganalisis strategi komunikasi pemasaran dalam usaha meningkatkan pemasaran produk Perkreditan BPR Grazia.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi lapangan terhadap kelima informan yang ditentukan lewat teknik *purposive sampling* terhadap Komisaris, Kepala Cabang, Pejabat Eksekutif dan 2 Staf Marketing BPR Grazia sebagai *key informan*.

Dengan tesis ini peneliti mencoba membahas usaha yang telah dan sedang dilakukan oleh BPR Grazia dalam upayanya memasarkan produk jasa perbankan kepada masyarakat luas, strategi pemasaran yang bagaimana diterapkan oleh BPR Grazia yang kecil sehingga dapat terus 'survive' dan terus berkembang menjadi bank yang besar dan solid.

Dari hasil analisa penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa elemen komunikasi pemasaran dimana garis besarnya terdiri dari *advertising* (periklanan), *sales promotion* (promosi penjualan), *public relation* (hubungan masyarakat), *personal selling* (penjualan personal) dan *direct and internet marketing* sudah dijalankan oleh pihak BPR

**Kata Kunci** : strategi komunikasi, komunikasi pemasaran, produk perkreditan BPR

## ABSTRACTS

strategy is an overall approach related to the idea, planning and execution of an activity within a certain period of time. A good strategy includes coordinating work teams, having themes, identifying supporting factors in accordance with the principles of implementing ideas rationally, being efficient in funding and having tactics to achieve goals effectively.

The communication strategy in marketing a company's products is one of the ways taken by company management to improve its marketing in order to advance the company. Accuracy and foresight are needed in determining the communication strategy to achieve the company's goals, especially for a small banking company like PT. BPR Ukabima Grazia (known as BPR Grazia). The formulation of the problem in this study is none other than how the communication strategy implemented by the management of BPR Grazia in facing competition from its competitors.

This research was conducted with the intention of analyzing marketing communication strategies in an effort to increase the marketing of BPR Grazia Credit products. .

The method used is descriptive qualitative with interview techniques and field observations of the five informants who were determined through a purposive sampling technique of the Commisary, Branch Head, Executive Officer and 2 Marketing Staff of BPR Grazia as key informants.

With this thesis, the researcher tries to discuss the efforts that have been and are being carried out by BPR Grazia in its efforts to market banking service products to the wider community, how the marketing strategy is implemented by the small BPR Grazia so that it can continue to 'survive' and continue to develop into a large and solid bank. .

From the results of the analysis of the research that has been done, it can be concluded that the elements of marketing communication which outline consist of advertising, sales promotion, public relations, personal selling and direct and internet marketing have been carried out. by the BPR

**Keywords:** communication strategy, marketing communications, BPR credit products

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga tesis yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Perkreditan PT. BPR Ukabima Grazia” dapat diselesaikan tepat waktu. Tesis ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Magister Manajemen dari Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Indo Global Mandiri – Palembang..

Tanpa bantuan dari berbagai pihak, niscaya tidak mungkin bagi penulis untuk menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini tepat waktu. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Marzuki Alie, MM, selaku Rektor Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri yang telah memberikan kesempatan penulis untuk belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.
2. Ibu Endah Dewi Purnamasdari, SE, MM, CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri
3. Ibu Dr. Hj. Tien Yustini, SE. MSI, selaku Ketua Program Magister Fakultas Ekonomi Indo Global Mandiri
4. Bapak Dr. Juhaini Alie, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis dalam menyusun tesis ini hingga selesai.
5. Bapak/ Ibu Dosen Penguji, yang telah menyediakan waktu untuk menguji dan memberi arahan kepada penulis.



6. Segenap bapak-ibu Dosen Fakultas Ekonomi Indo Global Mandiri yang telah mendidik dan memberikan pengetahuan yang berguna selama studi serta motivasi untuk menyelesaikan tesis ini.
7. Segenap jajaran Direksi dan Staf PT. BPR Ukabima Grazia yang telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan moril.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan tesis.

Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan segenap pihak yang berkepentingan.

Palembang, 31 Juli 2023



Suwirya Tjandra  
NPM 2021501010

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	-
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TESTS.....	ii
LEMBAR PERBAIKAN TESIS .....	iii
PERNYATAAN BUKAN PLEGIARISME .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACTS.....	viv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PROPOSISI. 7	
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	8
2.1.2 Fungsi Organisasi dan Manajemen.....	9
2.1.3 Konsep Manajemen dalam Organisasi .....	9
2.1.4 Pengertian Organisasi .....	11
2.2 Pengertian Strategi .....	12
2.2.1 Strategi Komunikasi .....	14
2.2.2 Tujuan Strategi Komunikasi.....	16
2.2.3 Proses Perencanaan Strategi Komunikasi.....	18
2.3 Komunikasi Pemasaran .....	19

2.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	19
2.3.2 Perencanaan Pemasaran .....	20
2.3.3 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	24
2.4 Pengertian Bank dan Produk Perkreditan .....	29
2.4.1 Bank Perkreditan Rakyat .....	29
2.4.2 Pengertian Kredit .....	34
2.4.3 Fungsi Kredit .....	35
2.4.4 Tujuan Kredit.....	35
2.4.5 Jenis-Jenis Kredit .....	36
2.4.6 Analisis Penyaluran Kredit .....	37
2.4.7 Unsur-Unsur Kredit .....	38
2.4.8 Prinsip 7-P.....	39
2.4.9 Prinsip 3-R .....	40
2.4.10 Kredit Berdasarkan Sektor Ekonomi.....	41
2.5 Penelitian Terdahulu .....	41
2.6 Kerangka Pemikiran.....	47
2.7 Proposisi Penelitian .....	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
3.1 Alasan menggunakan Metode Penelitian Kualitatif .....	49
3.2 Tujuan Studi : Exploratory Research.....	50
3.3 Single Case Study (single case study) .....	51
3.4 Alasan Menggunakan Single Case Study .....	53
3.5 Metode dan Teknik Penelitian.....	53
3.6 Jenis Metode .....	53
3.7 Wawancara.....	55
3.7.1 Wawancara Mendalam .....	55
3.7.2 Kriteria Wawancara .....	57
3.7.3 Sifat Wawancara .....	58
3.7.4 Diagram Alur Wawancara.....	59
3.8 Dokumentasi .....	60
3.9 Observasi .....	60
3.10 Teknik Analisa.....	61

3.10.1 Melakukan Triangulasi.....	61
3.10.2 Proses Analisis .....	64
3.11 Observasi partisipan.....	68
3.12 Wawancara Terstruktur .....	68
3.12 Tinjauan Literatur .....	69
3.13 Teknik Analisis Data .....	70
3.13 Reduksi Data.....	71
3.14 Triangulasi .....	72
3.15 Pemilihan Informan .....	75
3.15.1 Opini.....	75
3.15.2 Perilaku.....	75
3.15.3 Fakta .....	76
3.15.4 Pengetahuan.....	76
3.15.5 Menarik Kesimpulan .....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>81</b>
4.1 Analisis Hasil Penelitian .....	81
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	81
4.1.2 Sejarah singkat BPR.....	81
4.1.3 Struktur Organisasi BPR Ukabima Grazia .....	82
4.1.4 Visi, Misi, dan Moto BPR Ukabima Grazia.....	83
4.1.5 Pemegang Saham BPR Grazia.....	84
4.2 Aktivitas BPR Grazia selama 5 tahun (2018-2022).....	84
4.2.1 Perkembangan Penghimpunan Dana : .....	84
4.2.2 Perkembangan Penyaluran Dana ( 1 = Rp.1.000).....	85
4.2.3 Perkembangan Rugi-Laba, Ekuitas dan Total Aset BPR .....	86
4.3 Wawancara Secara Terbuka .....	87
4.4 Analisis Hasil Penelitian .....	92
4.4.1 Wawancara secara terbuka (interview Open-ended).....	93
4.5 Analisa Rasio .....	98
4.5.1 Capital Adequacy Ratio (CAR) .....	99
4.5.2 Kualitas Aktiva Produktif dan NPL.....	101
4.5.3 Return on Asset (ROA).....	102

4.5.4 Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) .....	103
4.5.5 Loan to Deposit Rasio (LDR) .....	104
4.6 Kriteria Bank Sehat .....	106
4.7 Perkembangan Rasio BPR Ukabima Grazia .....	108
4.8 Kesimpulan .....	108
4.9 Analisis SWOT .....	108
4.9.1 Kesimpulan .....	113
4.10 Strategi / Rencana Penjualan Kredit Masa Yang Akan Datang .....	116
4.11 Interview Terbuka Dengan Expert Judgement .....	116
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>120</b>
5.1 Kesimpulan .....	120
5.2 Saran .....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>123</b>
<b>DATA LAMPIRAN</b>	
Penghargaan Eksternal dari Majalah InfoBank (Tahun 2017 - 2022).....	126