



Implementasi Strategi Marketing Mix Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Bank Mandiri Kantor Cabang Blitar

Samlatul Izzah⁽¹⁾

¹ Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

Email: ¹samlatul.izzah@gmail.com

Informasi artikel	ABSTRACT
Sejarah artikel: Diterima 13 Maret 2024 Revisi 20 Maret 2024 Dipublikasikan 2 April 2024 DOI Kata kunci: Implementation Strategy Marketing mix	MSMEs have a very important role in turning the wheels of the economy in Indonesia. Bank Mandiri Blitar Sub-Branch Office is one of the financial institutions located in the Blitar area which plays a role as a driver of regional economic and development in all fields in order to improve the prosperity and standard of living of the community. Financial institutions, especially this bank, also have quite tight competition, Bank Mandiri Blitar Sub-Branch Office must be able to pay attention to several things in order to continue to develop in business competition, in this way the company is trying various ways so that the business it establishes is able to compete. One of the service products offered from Bank Mandiri Blitar Branch Office is People's Business Credit (KUR). Data was collected through interviews, observation and documentation methods. The results of this research apply the 7p, product, price, place, promotion, people, physical evidence and process. Shows that the KUR SUMI and KUR Kecil products still have not exceeded the specified target with a percentage of -82% and -26%. The Variable Price KUR has an interest rate of 6% without any other administration fees. How to promote Bank Mandiri Blitar Branch Office by promoting door to door, referrals and social media. In the Place variable, Bank Mandiri Blitar Branch Office is located in the center of Blitar city. In improving the quality of human resources, namely by participating in seminar and training activities organized by Bank Mandiri Head Office. Bank Mandiri Blitar Branch Office has implemented a process strategy in accordance with the standard law on procedures for implementing existing activities. This physical evidence strategy is about financing products offered by Bank Mandiri Blitar Branch Office in the form of tangible and intangible services.
Keyword: Implementasi Strategi Marketing mix	ABSTRAK UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam memutar roda perekonomian di Indonesia. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar merupakan salah satu Lembaga keuangan yang bertempat daerah Blitar yang berperan sebagai pendorong ekonomi dan pembangunan daerah di segala bidang dalam rangka meningkatkan kemakmuran dan taraf hidup masyarakat. Lembaga keuangan khususnya Bank ini juga memiliki persaingan yang cukup ketat, Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar harus bisa memperhatikan beberapa hal agar tetap berkembang dalam persaingan usaha, dengan demikian maka perusahaan berusaha berbagai cara agar usaha yang didirikan mampu bersaing. Salah satu produk jasa yang ditawarkan dari Bank Mandiri Kantor Cabang Blitar yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR). Data dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dengan menerapkan 7p, <i>product</i> (produk), <i>price</i> (harga), <i>place</i> (tempat), <i>promotion</i> (promosi), <i>people</i> (orang), <i>physical evidence</i> (fasilitas fisik), dan <i>process</i> (proses). Menunjukkan bahwa Product KUR SUMI dan KUR Kecil masih belum melampaui target yang ditentukan dengan persentase -82% dan -26%. Dalam Variabel Price KUR tersebut memiliki tarif bunga 6% tanpa ada biaya administrasi lainnya. Cara melakukan promosi Bank Mandiri Kantor Cabang Blitar melakukan promosi dengan <i>cara door to door</i> , <i>referral</i> dan media sosial. Pada variabel <i>Place</i> Bank Mandiri Kantor Cabang Blitar ber

tempat ditengah kota Blitar. Dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yaitu dengan mengikuti kegiatan-kegiatan seminar, training yang diselenggarakan oleh Bank Mandiri Kantor Pusat. Bank Mandiri Kantor Cabang Blitar telah menerapkan strategi prosesnya sesuai dengan undang-undang standar prosedur pelaksanaan kegiatan yang ada. Strategi bukti fisik ini tentang produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Mandiri Kantor Cabang Blitar berupa jasa yang berwujud dan tidakberwujud

Pendahuluan

UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam memutar roda perekonomian di Indonesia. Namun pengembangan UMKM masih menghadapi beberapa kendala salah satunya dari sisi Keuangan. Perlu ditekankan kembali Bank merupakan salah satu akses mudah untuk mendapatkan modal bagi pengusaha UMKM salah satunya yaitu melalui Bank. Bank merupakan perusahaan yang memberikan produk berupa jasa, Bank juga merupakan Lembaga keuangan yang membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak dengan dana yang di himpun sebelumnya. Menurut Undang undang RI Nomor 10 tahun 1998, yang di artikan dengan bank ialah “Badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan juga menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau juga bentuk-bentuk lainnya dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Pembiayaan merupakan kegiatan utama bank, sebagai usaha untuk memperoleh laba, tetapi rawan resiko yang tidak saja dapat merugikan bank tapi juga berakibat kepada masyarakat penyimpanan dan pengguna dana. Bank harus mampu memberikan kontribusi dalam pertumbuhan sektor riil, hal ini dapat dicapai dengan membantu mengembangkan pertumbuhan sektor UMKM. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar merupakan salah satu Lembaga keuangan yang bertempat daerah Blitar yang berperan sebagai pendorong ekonomi dan pembangunan daerah di segala bidang dalam rangka meningkatkan kemakmuran dan taraf hidup masyarakat. Lembaga keuangan khususnya Bank ini juga memiliki persaingan yang cukup ketat, Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar harus bisa memperhatikan beberapa hal agar tetap berkembang dalam persaingan usaha, dengan demikian maka perusahaan berusaha berbagai

cara agar usaha yang didirikan mampu bersaing. Salah satu produk jasa yang ditawarkan dari Bank Mandiri Kantor Cabang Blitar yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR). KUR adalah kredit/pembiayaan modal kerja dan/atau investasi kepada individu/perseorangan skala UMKM yang produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup.

Dalam kegiatan marketing sangat diperlukan konsep strategi. Strategi inilah yang kemudian digunakan untuk memenuhi tujuan bank, baik jangka pendek maupun jangka Panjang. Perlu diperhatikan bahwa strategi pemasaran memiliki istilah Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), merupakan suatu cara dimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumennya yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari 7 macam, yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Pemasaran merupakan kegiatan terpenting yang dilakukan perusahaan atau pebisnis guna mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan juga mendapatkan laba.

Menurut Assauri (2014), strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan”. Berhasil tidaknya dalam mencapai tujuan bisnis tergantung bagaimana cara keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lainnya. Selain itu kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar. Umumnya setiap usaha penjualan yang dijalankan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing, dan tentunya meminimalkan biaya

produk yang dikeluarkan untuk mencapai hasil keuntungan maksimal. Keuntungan yang didapat mencerminkan keberhasilan suatu usaha penjualan dalam melaksanakan manajemen, dan menjaga kelangsungan usaha yang dilakukan. Untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan maka strategi merupakan hal sangat penting bagi perusahaan tersebut karena strategi merupakan suatu cara dalam menguasai sebuah pasar. Menurut Kasmir (2010) Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan. Adapun tujuan dari pemasaran adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa sesuai bagi konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan sendirinya. Faktor yang ada dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan variabel-variabel yang diharapkan mampu menciptakan strategi pemasaran yang baik agar mendapatkan sasaran yang tepat untuk perencanaan kedepannya, atau dengan kata lain variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa pada sebuah perusahaan. Oleh karena itu, dari uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang **Implementasi strategi *marketing mix* produk Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Bank Mandiri Kantor Cabang Blitar.**

Metode

Penelitian ini dilakukan di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar, dengan waktu penelitian selama satu bulan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Menurut Sugiyono, (2018) wawancara adalah “percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interview) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interview) untuk memberikan jawaban atas pertanyaan

yang diberikan”. Dalam penelitian ini metode wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur sehingga peneliti mampu menggali lebih banyak informasi mengenai Strategi Marketing Mix dalam mengoptimalkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar.

2. Observasi

Menurut Gunawan (2014) Observasi merupakan suatu Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. Tujuan observasi adalah untuk mengerti ciri-ciri dan luasnya signifikansi dari interelasinya elemen-elemen tingkah laku manusia pada fenomena sosial dalam pola- pola kultur tertentu. Kegiatan observasi dilakukan pada bagian *Micro Banking Manager* di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar, yang dimana peneliti mengamati berbagai kegiatan yang mencakup objek Kredit Usaha Rakyat yang akan diteliti yaitu Bauran Pemasaran (Marketing Mix).

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dan menggunakan metode analisis reduksi data.

Hasil dan pembahasan

Marketing mix adalah bentuk strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara mengkombinasikan beberapa elemen secara terpadu agar apa yang dituju dalam pemasaran dapat mencapai target pasar yang sudah ditargetkan. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar sendiri sudah menerapkan 4 variabel dalam *Marketing Mix*. Dalam hal tersebut *marketing mix* memiliki beberapa tujuan, salah satu tujuan tersebut ialah promosi, promosi merupakan salah satu kegiatan memberikan informasi tentang produk kepada

target konsumen. Sasaran dari pemasaran yaitu menarik nasabah baru, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan hubungan dengan nasabah dengan tetap memegang prinsip Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar yaitu CINTA. Setelah melakukan pengumpulan data di lapangan dengan menggunakan Teknik wawancara, observasi dan dokumentasi, kemudian peneliti mendapatkan data-data dan jawaban yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian. Peneliti kemudian mengolah data dengan cara mereduksi data, merangkum data yang sudah di dapatkan lalu menarik kesimpulan. Informan yang peneliti perlukan kepada pihak yang bersangkutan yakni salah satu pegawai Kredit analisis dan Kepala Bidang Kredit di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar.

Berikut merupakan pemaparan hasil penelitian dengan fokus penelitian di bawah ini:

a. **Product**

Variabel produk merupakan hal penting, dikarenakan dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemberian jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Produk dalam hal ini harus dapat menempatkan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen dan juga dapat meningkatkan laba perusahaan dalam jangka waktu Panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan terhadap pangsa pasar. Product/ produk KUR yang ditawarkan oleh Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar masih belum mencapai target. Berdasarkan hasil analisis Product / produk tersebut terlihat belum Terealisasi maksimal dimana target KUR dan Realisasi KUR di tahun 2023 pada bulan Juni masih ada 2 produk yang belum melampaui tingkat target KUR tersebut. Dengan persentase -82% untuk KUR SUMI dan -20% untuk KUR Kecil, Dapat dikatakan bahwa perlu ditingkatkan dalam melakukan promosi dan edukasi kepada masyarakat terkait produk KUR tersebut agar masyarakat

mengetahui produk – produk KUR yang ditawarkan oleh Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar.

b. **Price**

Dalam variabel *Price*/harga, Penetapan harga disini dalam perusahaan jasa merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga merupakan satu- satunya unsur pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi suatu usaha. Namun lain hal dengan produk KUR tersendiri dimana KUR Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar tersendiri dimana variabel *price* tersebut merupakan tarif bunga KUR yang mana sudah ditetapkan langsung dari pemerintah pusat. KUR tersebut memiliki tarif bunga 6% tanpa ada biaya administrasi lainnya. Sehingga Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar memiliki penawaran khusus yang menarik seperti perhitungan bunga menurun.

c. **Promotion**

Variabel Promosi pada *marketing mix*, promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membeli produk pada suatu usaha, aktivitas ini mempengaruhi konsumen agar konsumen tertarik dan berminat untuk membeli produknya. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu proses pemasaran. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar dengan melakukan promosi langsung terjun kepada masyarakat guna bisa bertemu langsung kepada calon debitur dan mengetahui keberadaan produk jasa yang ditawarkan oleh Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar tersendiri. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar dalam melakukan promosi di media social contohnya Instagram dilihat dari postingan masih belum terlihat maksimal, Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar dalam melakukan pemasaran juga menggunakan website sebagai media informasi dan registrasi menjadi calon nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar dengan mengakses website

pada bankmandiri.co.id. namun tidak menutup kemungkinan dalam melakukan promosi media internet begitu penting, sehingga dalam melakukan suatu pemasaran produk melalui media sosial masyarakat akan semakin familiar dan mengenal produk Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar.

d. *Place*

Dalam variabel *Place* atau tempat demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang aman dan nyaman kepada seluruh konsumen. Tempat merupakan salah satu yang terpenting dalam marketing mix karena produk-produk tersebut dapat diketahui dan mudah didapat oleh konsumen salah satunya melalui tempat/saluran distribusi. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar berlokasi di Jalan Ahmad Yani No.7 yang bertempat di tengah kota Blitar.

e. *People*

Orang merupakan aset utama dalam industri jasa, yang merupakan karyawan dengan performance tinggi. Dalam praktik perbankan melalui *face to face* kepada nasabah, karyawan harus menunjukkan penampilan yang ramah dan menarik serta memiliki kapasitas CINTA (Competent, Integrity, Teamwork, Customer and Awareness)

f. *Process*

Proses disini berkaitan dengan proses berjalannya pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Strategi proses yang dilakukan oleh Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar yaitu mulai dari penawaran, penjualan, pelayanan sesudah menjual produk dan proses penyelesaian masalah yang ada pada bank dengan berjalannya proses tersebut pihak bank dengan nasabah akan mencari solusi yang tidak merugikan kedua belah pihak.

g. *Physical evidence*

Bukti fisik ini memiliki karakteristik yang menjadi persyaratan bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Bukti fisik setiap titik kontrak harus bagus, menarik, nyaman, dan aman sehingga nasabah atau orang yang berkunjung merasa seperti rumah sendiri, dengan dukungan dekorasi, layout ruangan, aroma ruangan, dan kenyamanan ruangan.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan Strategi Marketing mix Dalam mengoptimalkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar Denpasar. Yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil yang ditemukan dalam mengoptimalkan Produk Kredit Usaha Rakyat Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar masih belum optimal hal tersebut perlu dianalisis kembali guna mengoptimalkan produk tersebut pada pasar yang tepat.
2. Dengan persentase bunga 6%, maka demikian hampir banyak masyarakat memilih KUR ketimbang Produk kredit lainnya.
3. Promosi Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar lebih cenderung menawarkan produknya langsung terjun kelapangan guna bertemu langsung kepada calon debitur, seperti pasar tradisional, membuka stand.
5. Kurangnya pemasaran pada media online bisa mengakibatkan kurang pahamiannya akan produk yang ditawarkan Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar tersebut. Pada tarif bunga KUR Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Blitar sudah ditetapkan oleh pemerintah.

DAFTAR RUJUKAN

- Assauri. (2014). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa : prinsip, penerapan, dan penelitian. Yogyakarta: ANDI
- Gunawan. (2014). METODE PENELITIAN KUALITATIF: Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2010). Manajemen. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, K. (2012). Marketing management. Person Education.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung
- UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM