

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Kelompok Atas (Damai)	5
1.1.2. Kelompok Bawah (Lelang)	6
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	12
 BAB II LANDASAN TEORI	 13
2.1. Strategi Pemasaran	13
2.2. Bauran Pemasaran (<i>Mix Marketing</i>)	14
2.2.1. <i>Product</i> (Produk)	15
2.2.2. <i>Price</i> (Harga)	15
2.2.3. <i>Place</i> (Tempat)	16
2.2.4. <i>Promotion</i> (Promosi)	16
2.2.5. <i>People</i> (Orang/Sumber Daya Manusia)	16
2.2.6. <i>Process</i> (Proses)	17

2.2.7.	<i>Physical Evidence (Bukti Fisik)</i>	17
2.3.	Kredit Bank	17
2.3.1.	Kepercayaan.....	18
2.3.2.	Waktu.....	18
2.3.3.	<i>Degree of Risk</i>	18
2.4.	Penyelamatan dan Penyelesaian Kredit.....	18
2.4.1.	Restrukturisasi Kredit.....	19
2.4.2.	<i>Rescheduling</i>	20
2.4.3.	<i>Reconditioning</i>	20
2.4.4.	Penyelamatan Lainnya	20
2.5.	Penelitian Terdahulu	22
2.6.	Desain Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1.	Jenis Penelitian.....	29
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.2.1.	Data Primer	30
3.2.2.	Data Sekunder.....	30
3.3.	Informan Penelitian	31
3.3.1.	Informan dari Perusahaan.....	31
3.3.2.	Informan dari Debitur.....	31
3.4.	Objek dan Lokasi Penelitian.....	32
3.5.	Metode Pengumpulan dan Keabsahan Data	32
3.5.1.	Wawancara Mendalam	32
3.5.2.	Observasi	33
3.5.3.	Dokumentasi.....	34
3.6.	Teknik Analisis Data.....	34
3.7.	Validitas dan Reliabilitas	35
3.8.	Tata Cara Wawancara	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Demografi Narasumber.....	38
4.2. Wawancara Nasabah.....	39
4.2.1. Alasan Kredit Macet.....	39
4.2.2. Prosedur Penanganan Kredit Macet.....	42
4.2.3. Penanganan Lewat Lelang.....	45
4.3. Wawancara Account Officer BRI	47
4.3.1. Alasan Kredit Macet.....	47
4.3.2. Prosedur Penanganan Kredit Macet.....	49
4.3.3. Penanganan Lewat Lelang.....	53
4.3.4. Strategi Bank Penjualan Aset.....	55
4.4. Marketing Mix.....	59
4.4.1. Produk.....	59
4.4.2. Harga.....	60
4.4.3. Tempat	62
4.4.4. Promosi	62
4.4.5. Orang	63
4.4.6. Proses	64
4.4.7. Bukti Fisik	66
4.5. Menjawab Pertanyaan Penelitian	67
4.5.1. Apa faktor yang menyebabkan kredit menjadi bermasalah di Kantor Cabang BRI Semarang Ahmad Yani?	67
4.5.2. Apa faktor yang menyebabkan agunan atas kredit bermasalah di Kantor Cabang BRI Semarang Ahmad Yani sulit untuk dijual?	68
4.5.3. Bagaimana strategi pemasaran yang selama ini dijalankan oleh Kantor Cabang BRI Semarang Ahmad Yani dalam menjual agunan kredit yang bermasalah?	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1. Kesimpulan.....	72

5.2.	Keterbatasan Penelitian	74
5.3.	Saran Manajerial	74
5.4.	Saran Penelitian Mendatang.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....		80
LAMPIRAN.....		83



FEB UNDIP