

ABSTRAK

Tingginya angka kredit bermasalah di BRI Cabang Ahmad Yani Semarang berdampak pada kesehatan keuangan bank. Agunan yang seharusnya menjadi jaminan justru menjadi aset tidak produktif karena sulit dijual. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penyebab kredit bermasalah, menganalisis kendala dalam penjualan agunan, dan mengkaji strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank BRI Kantor Cabang Ahmad Yani Semarang.

Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui analisis bauran pemasaran 7P. Data diperoleh dari wawancara dengan tiga nasabah yang mengalami kredit macet, dimana dua di antaranya pernah menjual agunan melalui lelang, serta satu pegawai BRI dari bagian penanganan agunan kredit macet.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesulitan dalam menjual agunan disebabkan oleh faktor risiko, persepsi pasar, dan kondisi ekonomi. Meskipun BRI telah menerapkan elemen 7P, strategi pemasaran yang dijalankan belum optimal karena belum mengintegrasikan pendekatan segmentasi, targeting, dan positioning (STP).

Kata Kunci: Kredit Macet, Penjualan Agunan, Lelang, Bauran Pemasaran