

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	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