

TESIS

IMPLEMENTASI STRATEGI TENTANG BAURAN PEMASARAN PT. BPR CANDI AGUNG AMUNTAI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA DALAM MENINGKATKAN NASABAH PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister (S2)

OLEH:
NORMASANTI
NIM: 2420420320011



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
BANJARMASIN
2026**

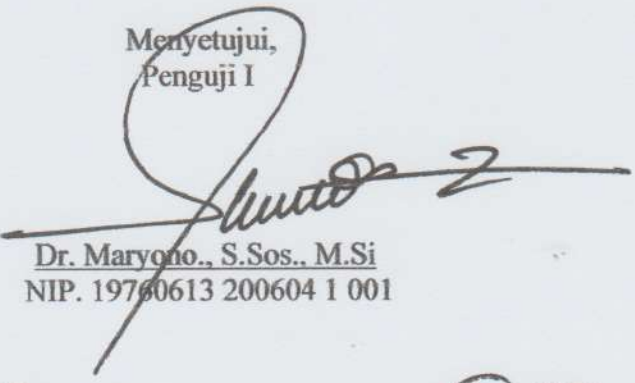
LEMBAR PENGESAHAN TESIS

STRATEGI BAURAN PEMASARAN YANG DILAKUKAN PT. BPR CANDI AGUNG AMUNTAI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA DALAM MENINGKATKAN NASABAH PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL)

Oleh:
NORMASANTI
2420420320011

Telah disetujui, diuji dan disahkan, di Banjarmasin sebagai Tesis
Pada Tanggal 20 Juli 2026

Menyetujui,
Penguji I


Dr. Maryono., S.Sos., M.Si
NIP. 19760613 200604 1 001

Penguji II


Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP. 19740110 200003 1 001

Penguji III


Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
NIP. 19760413 200012 1 002

Diketahui,

Koordinator
Magister Administrasi Bisnis



Dr. Hairudinor, S. Sos., MM
NIP. 19730616 199903 1 003

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Irwansyah., S.Sos, M.Si
NIP. 19710420 199903 1 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
Jalan Brigadir Jenderal H. Hasan Basri Banjarmasin 70123
Telepon/Fax. : (0511) 3304595-3304968

BERITA ACARA PELAKSANAAN UJIAN TESIS

Hari ini, Selasa, Tanggal: Tujuh, Bulan: Juli, Tahun: Dua Ribu Dua Puluh Enam, Semester Genap tahun 2025/2026, bahwa:

a. Dewan Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, dengan Surat Tugas Nomor: 2337/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 03 juli 2026.

b. Telah melakukan pengujian tesis atas:

Nama Mahasiswa : Normasanti
N I M : 2420420320011
Waktu Ujian : Mulai, Jam: **12.00** dan Selesai Jam: **13.50** WITA
Tempat : Gedung Pascasarjana ULM Lantai 3 Ruang 305
Nilai : **81** , dengan konversi huruf: (**A**)
Dinyatakan : (Lulus /~~Tidak Lulus~~)

Berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : Banjarmasin

Pada Tanggal : 07 Juli 2026

Mahasiswa yang diuji,


(Normasanti)

Dewan Penguji:

1. Penguji I : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

2. Penguji II : Dr. Taharuddin, S.Sos, MM

3. Penguji III : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB []

Mengetahui & Membenarkan:

Koordinator


Dr. Hairudin, S.Sos., MM

NIP. 19730616 199903 1 003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Nomor: 010/UN8.4/MAB/2026

Sertifikat ini diberikan kepada:

NORMASANTI

NIM. 2420420320011

Dengan Judul Tesis:

**“IMPLEMENTASI STRATEGI TENTANG BAURAN PEMASARAN PT. BPR CANDI AGUNG AMUNTAI
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA DALAM MENINGKATKAN NASABAH PRODUK TABUNGAN
SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL)”**

Telah dideteksi tingkat plagiasinya dengan kriteria toleransi $\leq 20\%$ dan
dinyatakan bebas plagiasi

Banjarmasin, 24 Agustus 2026

Koordinator MAB



Dr. Hainudinor, S.Sos, MM

NIP. 197306161999031003

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya dengan bentuk sederhana. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan orang yang mengikuti jejak langkah beliau hingga akhir zaman nanti.

Adapun tujuan pembuatan tesis yang berjudul “Implementasi Strategi Tentang Bauran Pemasaran PT. BPR Candi Agung Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)”. Adalah guna memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa dalam menyelesaikan studi untuk mencapai gelar Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Sehubungan dengan itu penulis pada kesempatan ini menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, arahan, masukan, dan bantuan lainnya, kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat,
3. Bapak Dr. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Koordinator Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin;

4. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi dan petunjuk sehingga selesainya penulisan tesis ini;
5. Bapak Dr. Taharuddin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji I yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi dan petunjuk sehingga selesainya penulisan tesis ini;
6. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen Penguji II yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi dan petunjuk sehingga selesainya penulisan tesis ini;
7. Bapak Muhammad Wahyudin, SE selaku Direktur Utama PT. BPR Candi Agung Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara yang membantu memberikan motivasi dalam penelitian ini;
8. Bapak Muhammad Sholahuddin, SE selaku Direktur Pemasaran PT. BPR Candi Agung Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara yang membantu memberikan motivasi dalam penelitian ini;
9. Bapak Ramadani, S. Sos selaku Direktur Kepatuhan PT. BPR Candi Agung Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara yang membantu memberikan motivasi dalam penelitian ini;
10. Seluruh pejabat Eksekutif pada PT. BPR Candi Agung Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara yang membantu memberikan motivasi dalam penelitian ini;
11. Seluruh Pegawai pada PT. BPR Candi Agung Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara yang membantu memberikan motivasi dalam penelitian ini;

12. Kepada Orang Tua serta keluarga yang telah memberikan bantuan, perhatian, nasehat, semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan pembuatan tesis ini;
13. Seluruh pihak yang turut berpartisipasi dalam penyusunan tesis ini hingga terselenggaranya tesis ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan baik itu dari segi pengetahuan, keterampilan, kemampuan, pengalaman, maupun materi yang didapat. Oleh sebab itu penulis mengharapkan adanya pendapat, saran-saran serta bimbingan dari semua pihak, kiranya dapat memberikan masukan untuk pengembangan penulis selanjutnya. Semoga segala bantuan, bimbingan dan pengarahan yang telah diberikan kepada penulis mendapat ganjaran pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Akhirnya kepada Allah SWT jualah penulis serahkan segala-galanya dan mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat terutama bagi penulis sendiri dan semua pihak yang memerlukannya. Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Amuntai, 27 Mei 2026

Normasanti
NIM. 2420420320011

ABSTRAK

Normasanti, 2420420320011, 2026. Implementasi Strategi Tentang Bauran Pemasaran PT. BPR Candi Agung Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL), di bawah bimbingan : Maryono

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran yang ada pada PT. BPR Candi Agung dalam meningkatkan nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel). Fokus penelitian ini mencakup produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), sumber daya manusia (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang mendukung penelitian dengan informan yang terkait terhadap kegiatan pemasaran. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai implementasi strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan berdasarkan kondisi yang sebenarnya di lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Implementasi Strategi Tentang Bauran Pemasaran PT. BPR Candi Agung Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) telah dilaksanakan melalui penerapan unsur-unsur bauran pemasaran, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Strategi tersebut dilakukan dengan menawarkan produk Simpel yang sesuai dengan kebutuhan pelajar, menetapkan persyaratan pembukaan rekening yang mudah dan terjangkau, menjalin kerja sama dengan sekolah, melaksanakan kegiatan promosi dan edukasi literasi keuangan, memberikan pelayanan yang ramah dan cepat, serta menyediakan fasilitas pelayanan yang mendukung. Penerapan strategi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan jumlah nasabah SimPel, meskipun masih terdapat beberapa kendala, seperti rendahnya literasi keuangan sebagian masyarakat, keterbatasan jangkauan promosi, dan persaingan dengan lembaga keuangan lainnya.

Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran, Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel), Peningkatan Nasabah PT. BPR Candi Agung Amuntai, Pemasaran Jasa Perbankan.

ABSTRACT

Normasanti, 2420420320011, 2026. *Implementation of the Marketing Mix Strategy at PT. BPR Candi Agung Amuntai, Hulu Sungai Utara Regency, to Increase Customers for the Student Savings (SIMPEL) Product; supervised by Maryono.*

This study aims to examine the implementation of marketing strategies at PT. BPR Candi Agung regarding the increase in customers for the Student Savings (Simpel) product. The research focuses on the marketing mix elements: product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence.

This study employs a qualitative approach with a descriptive research design. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving informants associated with marketing activities. Through this approach, the researcher gained a comprehensive overview of the company's marketing strategy implementation based on actual conditions in the field.

The results indicate that the implementation of the marketing mix strategy at PT. BPR Candi Agung Amuntai, Hulu Sungai Utara Regency, to increase Simpel product customers was carried out by applying the marketing mix elements: product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The strategy involved offering a Simpel product tailored to students' needs, establishing simple and affordable account opening requirements, collaborating with schools, conducting promotional and financial literacy education activities, providing friendly and fast service, and offering supportive service facilities. The implementation of this strategy contributed to an increase in the number of Simpel customers, although certain obstacles remained, such as low financial literacy among some segments of the public, limited promotional reach, and competition with other financial institutions.

Keywords: *marketing mix strategy, Student Savings (SimPel), Increasing Customers of PT. BPR Candi Agung Amuntai, Banking Services Marketing.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II. KERANGKA TEORI	
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 Fungsi Bank Konvensional	14
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	18
2.1.3 Pengertian Implementasi	19
2.1.4 Strategi Pemasaran	20
2.1.5 Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)	24
2.1.6 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	24
2.1.7 Pengertian Tabungan	27
2.1.8 Persyaratan Bagi Penabung	30
2.1.9 Produk Perbankan.....	32
2.1.10 Kepuasan Nasabah	32
2.1.11 Faktor – Faktor yang Menjadi Pertimbangan Nasabah	33
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	43
3.2 Desain Penelitian.....	44
3.3 Lokasi Penelitian	45
3.4 Kehadiran Peneliti	45
3.5 Fokus Penelitian	47
3.6 Informan Kunci	51
3.7 Teknik Pengumpulan Data	53
3.8 Teknik Analisa Data.....	55
3.9 Pengujian Keabsahan Data.....	55
BAB IV. TEMUAN PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1 Profil PT. BPR Candi Agung Amuntai.....	58
4.1.2 Visi dan Misi PT. BPR Candi Agung Amuntai	62

4.1.3	Daftar Nama Pegawai PT. BPR Candi Agung Amuntai	62
4.1.4	Gambaran Operasional	65
4.2	Temuan Penelitian.....	67
4.2.1	Implementasi Strategi Tentang Bauran Pemasaran	67
4.2.2	Strategi Produk (<i>Product</i>)	70
4.2.3	Strategi Harga (<i>Price</i>)	75
4.2.4	Strategi Tempat (<i>Place</i>)	80
4.2.5	Strategi Promosi (<i>Promotion</i>)	86
4.2.6	Strategi Sumber Daya Manusia (<i>People</i>)	91
4.2.7	Strategi Proses (<i>Process</i>)	97
4.2.8	Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	103
4.2.9	Faktor-Faktor yang Menjadi Hambatan Strategi Bauran Pemasaran PT. BPR Candi Agung Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara dalam Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan Pelajar (SIMPEL)	109
4.2.9.1	Sumber Daya Manusia dalam Promosi.....	109
4.2.9.2	Fasilitas Layanan Mobil Kas Keliling Bank.....	113
4.2.9.3	Keterbatasan Waktu Kegiatan Sekolah.....	118
4.2.9.4	Persaingan dengan Lembaga Keuangan Lain	122
4.2.9.5	Intensitas Promosi yang Terbatas	129
BAB V. PEMBAHASAN		
5.1	Pembahasan.....	136
5.2	Keterbatasan Penelitian	145
BAB VI. PENUTUP		
6.1	Kesimpulan.....	150
6.2	Saran.....	151
DAFTAR LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Pegawai PT. BPR Candi Agung Amuntai.....	63
Tabel 4.7	Integritas Axial Coding ke Tema Utama.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rekap Pembukaan Rekening Simpel Tahun 2023	5
Gambar 1.2	Rekap Pembukaan Rekening Simpel Tahun 2024	5
Gambar 1.3	Rekap Pembukaan Rekening Simpel Tahun 2025	6
Gambar 1.4	Rekap Pembukaan Rekening Simpel Tahun 2026	6
Gambar 1.5	Perkembangan Rekap Pembukaan Rekening Simpel.....	7
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1	Gambar Kantor PT. BPR Candi Agung Amuntai.....	62
Gambar 4.2	Perkembangan Usaha PT. BPR Candi Agung Amuntai	66
Gambar 4.3	Produk Tabungan Simpel	73
Gambar 4.4	Brosur Produk Tabungan Simpel	74
Gambar 4.5	Biaya Pembukaan Rekening Simpel.....	79
Gambar 4.6	Tempat Promosi Kerjasama Tabungan Simpel.....	85
Gambar 4.7	Pembukaan Tabungan Simpel.....	85
Gambar 4.8	Sosialisasi Tabungan Simpel	90
Gambar 4.9	Data Pegawai Funding Officer (FO)	96
Gambar 4.10	Perkembangan Tabungan Simpel.....	102
Gambar 4.11	Perkembangan Pembukaan Tabungan Simpel.....	102
Gambar 4.12	Kegiatan Sosialisasi Tabungan Simpel.....	107
Gambar 4.13	Kegiatan Sosialisasi Tabungan Simpel.....	107
Gambar 4.14	Perkembangan Tabungan Simpel.....	127