**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENCIPTAKAN SUPERIOR CUSTOMER VALUE (STUDI PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT DI JABODETABEK DAN BANTEN)**

***IMPLEMENTATION OF MARKETING STRATEGY IN EFFORT TO CREATES SUPERIOR CUSTOMER VALUE***

***(STUDY AT RURAL BANK IN JABODETABEK AND BANTEN)***

**Oleh:**

**Surya Budiman**

**NPM: 139010055**

**RINGKASAN DISERTASI**

**Untuk Memperoleh Gelar Doktor dalam Ilmu Manajemen**

**Pada Universitas Pasundan**

**dengan Wibawa Rektor Universitas Pasundan Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusuf Sp, M.Si., M.Kom.**

**sesuai dengan Keputusan Senat Komisi I/Guru Besar Universitas Dipertahankan pada Tanggal Di Universitas Pasundan**



**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG 2017**

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENCIPTAKAN SUPERIOR CUSTOMER VALUE (STUDI PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT JABODETABEK DAN BANTEN)**

***IMPLEMENTATION OF MARKETING STRATEGY IN EFFORT TO CREATES SUPERIOR CUSTOMER VALUE***

***(STUDY AT RURAL BANK IN JABODETABEK AND BANTEN)***

Oleh: Surya Budiman Promotor : Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusuf Sp, M.Si., M.Kom Co-Promotor : Prof. Dr. Hj. Umi Narimawati, S.E., M.SI

**ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Upaya Menciptakan *Superior Customer Value* pada Bank Perkreditan Rakyat di Jabodetabek dan Banten di mana strategi pemasaran yang dijalankan oleh Bank Perkreditan Rakyat Jabodetabek dan Banten masih kurang.

Implementasi strategi pemasaran meliputi implementasi strategi pasar dan implementasi strategi bauran pemasaran. Strategi pasar terdiri dari *Segmenting*, *Targeting* dan *Positioning*. Sedangkan strategi bauran pemasaran terdiri dari strategi produk, strategi harga, *Place strategy*, strategi promosi, *people strategi*, strategi proses dan strategi lingkungan fisik. Penelitian ini merupakan *multy case* dan menggunakan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui dokumentasi, wawancara dan observasi dengan menggunakan SWOT *analysis*.

Hasil analisis dan interpretasi atas temuan data terkait penelitian ini menunjukkan bahwa Analisis SWOT pemasaran Bank Perkreditan Rakyat di Jabodetabek dan Banten menghasilkan beberapa *alternative* strategi, sedangkan implementasi strategi pemasaran dalam upaya menciptakan *Superior Customer Value* Bank Perkreditan Rakyat di Jabodetabek dan Banten masih kurang. Sehubungan dengan kondisi tersebut perlu dilakukan implementasi strategi pemasaran yang tepat yang dapat menciptakan *Superior Customer Value* yang berkelanjutan, dengan cara meningkatkan *value* berupa kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh Bank Perkreditan Rakyat di Jabodetabek dan Banten, diikuti dengan melakukan perbaikan terhadap *Market Strategy* dan *Marketing Mix Strategy.*

Kata Kunci: Bank Perkreditan Rakyat, *SWOT Analysis*, strategi pasar, Strategi bauran Pemasaran.

***ABSTRACT***

*This research analyze the Implementation of Marketing Strategy In Effort to creates Superior Customer Value at rural banks in Jabodetabek and Banten where the Marketing strategy have been applied by rural banks and Banten are Still less.*

*Implementation of Marketing strategy includes the implementation of market strategy and marketing mix strategy. Market Strategy consists of Segmentation, Targeting and Positioning. While the strategies Marketing Mix strategy consists of Product Strategy, Pricing Strategy, Place Strategy, Promotion Strategy, People Strategy, Process Strategy and Physical Environment Strategy. The research is multi case and uses qualitative method by data collected method through documentation, interviews and observations. The analysis is using SWOT analysis.*

*The results of the analysis and interpretation of data founding related this research shows that Rural Banks in Jabodetabek and Banten Marketing SWOT analysis presents several alternative Strategy , while the implementation of marketing strategy in efforts to creates Superior Customer Value of Rural Banks in Jabodetabek and Banten Still less. Respect to these conditions, it is necessary to implement the right marketing strategy that can create a sustainability Superior Customer Value by increase the value of the strengths owned by Rural Banks in Jabodetabek and Banten, followed by improvements to Market Strategy and Marketing Mix Strategy.*

*Keywords: Rural Bank, SWOT Analysis, Market Strategy, Marketing Mix Strategy.*