

**PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM HAL  
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KREDIT UMUM PEDESAAN  
(KUPEDDES) UNTUK MENCAPAI TARGET PADA  
PT BRI UNIT KEMILING**

**ABSTRAK**

**Oleh**

**HAYUNI NISA**

PT BRI (Persero) Tbk merupakan sebuah lembaga keuangan yang melayani konsumen yang bergerak dalam bidang jasa. PT BRI (Persero) Tbk memberikan peranan penting bagi pembangunan perekonomian di Indonesia. PT BRI (Persero) Tbk memiliki banyak cabang dan unit yang tersebar di seluruh Indonesia termasuk PT BRI Cabang Teluk Betung yang memiliki unit salah satunya PT BRI Unit Kemiling yang melayani nasabah dengan salah satu produknya yaitu KUPEDDES yang merupakan kredit untuk membantu membangun usaha kecil.

Permasalahan penelitian dalsiaam laporan ini adalah penerapan bauran pemasaran dalam hal meningkatkan volume penjualan produk KUPEDDES dengan efektif guna mencapai target pada PT BRI Unit Kemiling. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai target perusahaan yang telah ditentukan, demi meningkatkan volume penjualan untuk kelangsungan hidup perusahaan yang akan datang.

Hasil pembahasan terhadap permasalahan yang ada mengenai penerapan bauran pemasaran dalam hal meningkatkan volume penjualan produk KUPEDDES dengan efektif guna mencapai target pada PT BRI Unit Kemiling dapat dikatakan bahwa strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, distribusi, sumber daya

manusia, sarana dan prasarana, serta proses yang telah dilaksanakan dengan baik dan membantu meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pencapaian sehingga memberikan laba bagi PT BRI Unit Kemiling.

Saran yang dapat diberikan kepada PT BRI Unit Kemiling adalah perlu meningkatkan jaringan dan teknologi informasi yang dimiliki pada saat ini serta menambah tenaga kerja dalam hal ini yang menangani kredit khususnya KUPeDES.