

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN BANK DALAM MENINGKATKAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) PADA PT BANK LAMPUNG

Oleh

Rastri Pritidina Anjani

PT Bank Pembangunan Daerah Lampung atau yang biasa disebut PT Bank Lampung yang bertempat di Jalan Wolter Monginsidi No. 182 Teluk Betung Bandar Lampung, merupakan kantor pusat dan salah satu Bank Daerah di Lampung. Bank Lampung juga merupakan salah satu jasa perbankan yang menyediakan jasa pinjaman. Seperti Bank-Bank lainnya Bank Lampung senantiasa meningkatkan kualitas layanan dan strategi pemasaran untuk menaikkan kualitas perusahaan. Salah satu bentuk bantuan yang diberikan oleh pemerintah dalam meningkatkan kualitas usaha mikro adalah pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan Bank Lampung telah di tunjuk untuk memasarkannya.

Masalah yang akan dibahas dalam penulisan laporan akhir ini adalah strategi pemasaran bank yang diterapkan oleh PT Bank Lampung dalam meningkatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) belum berjalan baik.

Adanya masalah tersebut maka permasalahan yang dibahas adalah “Apakah strategi pemasaran yang dijalankan PT Bank Lampung dalam meningkatkan penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) sudah dilaksanakan dengan baik”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan PT Bank Lampung dalam memasarkan produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan kegunaannya untuk memberikan sumbangan pemikiran kepada PT Bank Lampung mengenai strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk di

masa yang akan datang sehingga tujuan untuk meningkatkan Kredit Usaha Rakyat dapat tercapai.

Metode yang digunakan dalam penelitian laporan akhir ini menggunakan desain penelitian analisis deskriptif kualitatif yaitu memotret dan menggambarkan serta menjelaskan secara kualitatif dari objek penelitian yang dilakukan sehingga dapat menjelaskan identifikasi masalah dan menjawab masalah secara ilmiah.

Hasil pembahasan terhadap masalah yang ada mengenai strategi pemasaran produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang dilakukan PT Bank Lampung maka dapat dikatakan bahwa strategi yang digunakan PT Bank Lampung untuk meningkatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) menggunakan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi saluran distribusi, strategi sumber daya manusia, strategi proses, dan strategi bukti fisik.

Saran yang di ajukan kepada PT Bank Lampung yaitu perusahaan harus meningkatkan strategi bersaing dan mengoptimalkan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu produk, harga, promosi, saluran distribusi, sumber daya manusia, proses dan bukti fisik. Pelaksanaannya harus sesuai dengan rencana yang sudah di tetapkan sehingga strategi yang dilakukan untuk meningkatkan produk KUR dapat berjalan baik.