

RINGKASAN

M.NOOR SUMMA PUTRA P. STRATEGI PEMASARAN KREDIT PADA PT.BANK PERKREDITAN RAKYAT DUTA ADIARTA MEDAN, (DIBAWAH BIMBINGAN DRS.H.JHON HARDY, SE, MSI, SELAKU PEMBIMBING I DAN HERY SYAHRIAL, SE, MSI, SELAKU PEMBIMBING II).

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat.

Drama pemasaran/marketing sampai hari ini tetap menjadi persoalan dimana-mana, terlebih adanya pembajakan-pembajakan dan pemalsuan yang sering dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, hal mana sudah pasti merugikan beberapa pihak, yang jelas merugikan produsen dan konsumen.

Sama-sama kita ketahui bahwa tujuan pokok dari setiap usaha adalah memperoleh laba normal dan menciptakan pasar yang seimbang, yang sekaligus berarti menciptakan langganan (customer). Keinginan customer inilah yang akan menentukan jenis usaha, produk apa yang akan dihasilkan, bagaimana bentuknya dan lam-lam. Untuk mencapai tujuan ini, maka setiap perusahaan harus mempunyai dua kegiatan yaitu motivasi (pengenalan) dan marketing (pemasaran).

Kita harus memahami bahwa marketing juga mempunyai dimensi sosial yang jauh lebih luas daripada yang digambarkan dalam definsi seperti yang dikemukakan ahli-ahli marketing. Setiap hubungan antar perorangan atau antar organisasi yang mencakup hal transaksi adalah merupakan marketing.

Oleh karena itu marketing dapat terjadi senap saat disuatu kelompok yang berusaha untuk menukarkan sesuatu mlai tertentu kepada unit sosial lainnya. Dengan perspektif sosial inilah orang-orang yang yang bergerak di bidang marketing, barang-barang yang ditawarkan dan potensi pasaran dianggap mempunyai dimensi sosial yang lebih luas. Peranan marketing pada masa sekarang ini bukan terletak pada masalah produksi barang-barang dan jasa-jasa. tetapi yang menjadi persoalan utama adalah bagaimana caranya menjual.

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan keharusan yang dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi. Oleh karena itu bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus menerus melakukan riset pasar.

Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpusatkan. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh bank terhadap produknya yaitu meliputi menghimpun dana (funding), menyalurkan dana (lending) dan memberikan jasa-jasa bank lainnya, seperti kliring, transfer dan inkaso.

Dana yang diterima oleh bank dari masyarakat (funding) akan disalurkan kembali oleh bank dalam bentuk kredit (lending). Bank sebagai perantara keuangan

spread based, dimana perusahaan telah memperoleh laba pada tahun kedua sejak perusahaan mulai beroperasi. Seperti kita ketahui bahwa spread based adalah merupakan sumber utama bagi perusahaan untuk menjalankan usahanya.

Demikian halnya dengan PT Bank Perkreditan Rakyat Duta Adiarta Medan, dalam meningkatkan spread based, bank telah menerapkan satu strategi pemasaran kredit pada operasinya yang merupakan kajian pembahasan dalam penulisan ini.

Adapun penelitian dilakukan dengan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan, wawancara dan angket (questionnaire). Metode analisis yang dipakai adalah metode deskriptif dan deduktif.

Adapun penelitian ini yaitu :

- a. PT. Bank Perkreditan Rakyat adalah perusahaan swasta nasional yang berbentuk Perseroan Terbatas yang didirikan berdasarkan akte notaris No.35 tanggal 04 Januari 1990 dihadapan Notaris Benny Kristianto, SH.
- b. Pihak manajemen dalam menerapkan strategi pemasaran kredit sudah memperhatikan faktor-faktor yang dapat dicontrol oleh pihak manajemen yaitu produk, tempat, promosi dan harga.
- c. Penerapan strategi pemasaran yang baik juga terbukti dengan adanya peningkatan jumlah nominal kredit yang disalurkan dan jumlah debitur bank. Jumlah nominal kredit dan jumlah debitur meningkat secara signifikan. Peningkatan jumlah nominal kredit mengakibatkan adanya kenaikan jumlah keuntungan (spread based) bank. Dimana bank dapat membukukan laba lebih dari delapan ratus juta rupiah untuk tahun kedua pembukuan bank.

- d. Kerjasama yang dilakukan Bank dengan PT.Duta Antara Prima untuk penyaluran kredit sudah baik. Dengan fasilitas dan kelengkapan yang dimiliki oleh PT.Duta Amara Prima. Bank dapat meminimalkan biaya untuk melakukan promosi. Bank juga dapat memanfaatkan data mengenai calon debitur dan debitur yang dimiliki oleh PT Duta Antara Prima untuk menganalisa seberapa besar potensi pasar pada daerah tersebut, Jika Bank akan membuka kantor cabang di daerah tersebut.
- e. Pembiayaan kredit kepemilikan sepeda motor Cima adalah pilihan bisnis yang strategis. Mengingat masih sedikitnya kalangan pebisnis yang terjun di bidang ini, maka Bank Duta menjadi kompetitor yang utama pada bisnis ini.

Dan saran penulis sehubungan dengan penulisan ini adalah sebagai berikut :

- a. Lebih mengembangkan usaha pada jenis pemberian kredit yang bervariasi. Jika Bank ingin tetap berada pada jalur bisnis pembiayaan sepeda motor, Bank juga harus tetap membuka dan mengembangkan usahanya pada jenis sepeda motor lain yang mempunyai nilai jual kembali tidak terlalu rendah.
- b. Penambahan partner atau rekanan dalam melakukan kerjasama di bidang penyaluran kredit. Khususnya untuk debitur yang berada di luar kota Medan. Jika Bank tidak ingin menjalin kerjasama dengan pihak lain, maka Bank harus segera merealisasikan rencana pembukaan kantor cabang di luar kota Medan dengan segera.
- c. Memaksimalkan fungsi dan peranannya sebagai Bank Perkreditan Rakyat yang berorientasi pada pemberian pelayanan pada masyarakat pedesaan dan membantu perekonomian masyarakat pedesaan. Hal ini dapat dilakukan dengan menyalurkan kredit bagi petani, pedagang kecil dan masyarakat kecil lainnya.

- d. Pemberian kredit harus tetap mengacu pada prinsip kehati-hatian. Tidak terlalu mudah dalam menyalurkan kredit tetapi juga tidak menyulitkan calon debitur dalam pengajuan kredit. Bank harus tetap menyiapkan prosedur standar yang berlaku dalam pemberian kredit.

