

Penerapan bauran pemasaran dalam kegiatan pemasaran lembaga keuangan bukan Bank (Telaah Kasus pada PT Aseam Indonesia)

Sulistio Budi Santoso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20303623&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

PT Aseam Indonesia merupakan sebuah lembaga keuangan bukan bank yang berkedudukan di Jakarta. Dalam fungsinya sebagai lembaga keuangan bukan bank ini PT Aseam Indonesia beroperasi dengan cara memberikan kredit, melakukan penghimpunan dana dan memberikan jasa konsultasi perbankan lainnya. Sebagai lembaga keuangan PT Aseam Indonesia memiliki sifat-sifat khusus yang tidak sama dengan lembaga keuangan lainnya. Kekhususan ini adalah sebagai akibat adanya pembatasan- pembatasan yang ditetapkan oleh peraturan pemerintah seperti tidak adanya cabang dan larangan untuk melakukan penghimpunan dana yang berasal dari Deposito, giro dan tabungan. Sebagai salah satu jenis unit usaha PT Aseam Indonesia menerapkan konsep-konsep pemasaran dalam operasi usahanya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh PT Aseam Indonesia tercakup dalam konsep bauran pemasaran (marketing-mix). Konsep ini terdiri atas kegiatan produk, promosi, distribusi dan penetapan harga. Keempat kegiatan ini dilakukan secara terpadu untuk memperoleh hasil yang optimal. Produk yang ditawarkan oleh PT Aseam Indonesia terdiri atas pemberian pinjaman (kredit) yang dananya diperoleh dan berbagai sumber seperti surat-surat berharga yang diterbitkan dan pinjaman yang diterima, hutang lainnya, pinjaman subordinasi serta modal dan cadangan. Pinjaman yang diberikan kepada nasabah ditarik suatu beban biaya yang ditetapkan melalui kebijaksanaan penetapan harga secara floating rate. Promosi yang dilakukan oleh PT Aseam Indonesia sama seperti yang dilakukan oleh perusahaan lain hanya ada sifat khusus sesuai dengan falsafah yang dianut yaitu promosi melalui ketrampilan karyawan. Karena adanya peraturan yang melarang lembaga keuangan bukan bank untuk mendirikan cabang di luar Jakarta maka PT- Aseam Indonesia mengirimkan para pembina kredit kepada para calon nasabah yang berada di luar Jakarta. Berdasar pada penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa PT Aseam Indonesia telah melakukan konsep bauran pemasaran sama seperti apa yang telah dilakukan oleh perusahaan lain dengan keunikan-keunikan sesuai dengan keadaan perusahaannya.