

Penerapan bauran pemasaran dalam memasarkan kredit dan produk untuk menarik sumber dana masyarakat pada Bank Negara Indonesia 1946 cabang Menteng

Erna Effendy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20303693&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dengan adanya Deregulasi Perbankan 1 Juni 1983, setiap kebebasan sepenuhnya, berdasarkan tingkat efisiensi dan efektivitas masing-masing bank untuk menetapkan tingkat bunga giro, deposito, dan tabungan serta dilain pihak bebas untuk menetapkan tingkat bunga kredit, sehingga dirasakan adanya persaingan dalam memasarkan produk atau jasa bank diberi juga perbankan. Sesuai dengan tugas pokoknya yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat, maka permasalahan pokok yang dihadapi adalah bagaimana atau usaha-usaha apa yang dilakukan BNI 1946 cabang Menteng dalam memasarkan kredit dan produk untuk menarik sumber dana masyarakat dalam lingkungan pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini dilakukan secara studi kepustakaan dan studi lapangan melalui wawancara yang dilakukan mulai bulan Maret 1988 sampai dengan bulan Desember 1988. Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa BNI 1946 cabang Menteng telah berusaha mengembangkan kegiatan pemasaran, yang pada dasarnya dibagi menjadi dua kegiatan pokok yaitu pertama, melakukan segmentasi pasar setelah mengetahui struktur pasarnya, dan kedua mengembangkan kegiatan yang menyangkut bauran pemasaran. BNI 1946 cabang Menteng menetapkan nasabah retail market sebagai segmen pasar utamanya, dengan tetap melayani segmen middle market dan whale sale market. Dengan demikian dalam mengelola bauran pemasaran BNI 1946 cabang Menteng cenderung menekankan pada nasabah retail market ini. Untuk mendukung kegiatan pemasaran produk atau jasa BNI 1946 cabang Menteng, maka usaha untuk mengembangkan dan menciptakan produk baru hendaknya diikuti dengan upaya untuk menyesuaikan bahkan bila perlu mengubah produk yang telah ada agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Dalam menetapkan tingkat bunga kredit dan sumber dana masyarakat, BNI 1946 cabang Menteng agar menyesuaikan dengan penetapan tingkat bunga yang dilakukan oleh bank swasta nasional atau bank swasta asing lainnya. Mengingat bahwa peranan bagian pemasaran cukup besar dalam melaksanakan kegiatan promosi, maka perlu dilakukan usaha untuk meningkatkan jumlah petugas dan mutu bagian tersebut dengan mengirim mereka untuk belajar ke lembaga pendidikan agar dapat meningkatkan kemampuannya dalam menganalisa kredit maupun meningkatkan pengetahuan.