

Strategi pemasaran jasa pembiayaan dalam era deregulasi : studi kasus pada PT. Orix Indonesia Finance

Agus Budi Raharjo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20452029&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada mulanya PT. ORIX Indonesia Finance yang merupakan perusahaan patungan antara Indonesia dan Jepang bergerak dalam usaha sewa guna usaha akan tetapi setelah adanya Pakdes 1988 tentang usaha pembiayaan maka perusahaan telah berubah menjadi multi finance. Dengan adanya deregulasi tersebut menyebabkan persaingan ketat. Keadaan tersebut belum dapat diatasi oleh PT. CRIX Indonesia Finance. Sebagai akibatnya pangsa pasar perusahaan mengalami penurunan. Hal ini terlihat dalam Laporan keuangan yang menunjukkan kerugian pada dua tahun terakhir. Untuk mengatasi penurunan pendapatan tersebut PT. ORIX Indonesia Finance perlu merubah strategi pemasaran yaitu konsep menarik konsumen menjadi menjakri hubungan dengan supplier/pemasok dan lessee. Konsep tersebut menekankan pada service untuk penciptaan hubungan dalam jangka panjang dan melaksanakan strategi pemasaran yang tepat.