

RINGKASAN

Zain Putra Akbar T., 008300094. Strategi Pemasaran Produk Jasa Perbankan Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Laksana Abadi Sunggal Di Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara (dibawah bimbingan Ibu Dra. Hj. Rafiah Hsb, MM sebagai Pembimbing I dan Bapak Drs. H. Syahriandy, MSi selaku Pmebimbing II).

Pada setiap perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba yang semaksimal mungkin. Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan menetapkan strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan produk perusahaan kepada konsumen.

Pemasaran memegang peranan penting bagi perkembangan perusahaan, karena itu setiap perusahaan akan berusaha dengan berbagai upaya untuk menata sedemikian rupa strategi pemasaran agar memperoleh laba dan dapat mengembangkan aktivitasnya.

Sebagai objek penelitian penulis memilih PT. Bank Perkreditan Rakyat Laksana Abadi Sunggal Di Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara yang bergerak di bidang Perbankan. Permasalahan yang penulis teliti adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan belum mampu meningkatkan volume penjualan produk perusahaan.

Sebagai hasil penelitian dan evaluasi dari data yang penulis peroleh pada objek penelitian PT. Bank Perkreditan Rakyat Laksana Abdi Sunggal dapat diketahui bahwa

1. PT. BPR Laksana Abadi Sunggal adalah salah satu perusahaan di Propinsi Sumatera Utara yang bergerak di bidang perbankan dan melakukan pemasaran terhadap produk-produk yang dihasilkannya.
2. Berbagai strategi telah diterapkan oleh perusahaan untuk memasarkan produk jasa yang dikejuarkannya melalui kegiatan promosi yang dilakukan petugas dari rumah ke rumah (door to door) menyebarkan berbagai brosur ke daerah pemasaran serta memberikan perangsang seperti bonus dan sales promotion. Namun berbagai masalah dan kendala yang ditandai dengan adanya kredit macet.
3. Dari berbagai strategi yang telah ditempuh dalam meningkatkan pemasaran produk jasa perbankan pada PT. BPR Laksana Abadi Sunggal yang paling efektif dan terhindar dari persaingan yang tidak sehat dengan perusahaan-perusahaan sejenis, adalah melalui peningkatan pelayanan kepada masyarakat dan memberikan kemudahan-kemudahan dalam menyalurkan produk tersebut kepada masyarakat.

Dengan kesimpulan tersebut peranan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produkjasa perbankan pada PT. BPR Laksana Abadi Sunggal telah diupayakan dan diusahakan dengan baik.