

RINGKASAN

HERBET NAPITUPULU, "*Strategi Pemasaran Kartu Kredit Pada PT. Salesindo Cendratama Buana Medan*". (Drs. H. JHON HARDY, MSi, Sebagai Pembimbing I, H. SYAHRIANDY, SE, MSi, Sebagai Pembimbing II).

PT. Salesindo Cendratama Buana adalah perusahaan swasta yang bergerak dibidang pemasaran kartu kredit dari Standart Charter. Dalam menjalankan usahanya perusahaan ini tidak terlepas dari berbagai kendala yang muncul, namun tetap dapat diatasi dengan baik. Tujuan perusahaan adalah mencari laba, untuk itu kebijaksanaan dalam operasi usaha selalu diupayakan mencapai target yang ditetapkan terlebih dahulu.

PT. Salesindo Cendratama Buana Medan menerapkan strategi pemasaran sebagai berikut :

1. Kebijakan Penawaran Kartu Kredit.

Untuk memberikan volume penawaran pemberian kartu kredit dalam rangka pencapaian target, perusahaan melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Publisitas

b. Periklanan

c. Promosi Penawaran

2. Kebijakan Produk Kartu Kredit

Sedangkan dari produk kartu kredit itu sendiri, perusahaan membagi 3 (tiga) jenis kartu kredit yang dibatasi oleh tingkat penghasilan masing-masing calon nasabah, yaitu :

- a. Kartu Kredit Reguler
- b. Kartu Kredit Gold
- c. Kartu Kredit Platinum

Target penjualan adalah suatu perkiraan tentang penjualan selama periode masa yang akan datang. Target penjualan disusun berdasarkan keinginan yang disesuaikan dengan kemampuan perusahaan dalam mencapai suatu nilai penjuala tertentu, sedangkan realisasi penjualan adalah suatu tingkat dan jumlah target penjualan yang dicapai /tingkat penjualan riil penjualan dapat di atas/melembi dari target penjualan yang telah ditetapkan atau dibawah tingkat target penjualan yang ditetapkan selama satu periode.

Adapun pasar sasaran kartu kredit yang dituju oleh PT. Salesindo Cendratama Buana Meda , yaitu :

- 1. Pasar sasaran yang berdomisili di kota Medan
- 2. Pasar sasaran yang berdomisili di luar kota Medan, seperti :
 - a. Binjai
 - b. Tanjung Morawa
 - c. Lubuk Pakam
 - d. Perbaungan.