

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KREDIT USAHA
RAKYAT (KUR) PADA PT BANK LAMPUNG KANTOR CABANG BANDAR
JAYA KABUPATEN LAMPUNG TENGAH**

SUCI OKTAVIANA PUSPA

sucioktaviana2121@gmail.com

ABSTRAK

Suci Oktaviana Puspa. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kredit Usaha Rakyat (Kur) Pada PT Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Kabupaten Lampung Tengah*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran kredit usaha rakyat pada PT Bank Lampung Kantor Cabang Bandar Jaya Kabupaten Lampung Tengah. Masalah yang kedua adalah masih ada peminjam KUR yang ingin meminjam KUR tetapi tidak memenuhi syarat-syarat untuk mendapatkan pinjaman KUR. Disisi lain Promosi yang belum maksimal yang dilakukakan PT Bank Lampung KC Bandar Jaya sehingga masih banyak masyarakat khususnya di desa-desa belum mengetahui keunggulan dan manfaat dari produk-produk unggulan perbankan yang di miliki PT Bank Lampung KC Bandar Jaya. Selain itu faktor dari bank lain yang bekerjasama dengan pemerintah yang juga menyalurkan KUR juga menjadi faktor ancaman dalam pemasaran Produk Layanan KUR di PT Bank Lampung KC Bandar Jaya.

Analisis data penelitian dengan menggunakan analisis SWOT. analisis SWOT terhadap strategi pemasaran KUR tersebut, pihak PT Bank Lampung KC Bandar Jaya dapat membuat perencanaan yang lebih matang dalam memasarkan dan menyalurkan kredit kepada masyarakat. Hal tersebut karna pihak Bank Lampung KC Bandar Jaya dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan sesuatu yang menjadi ancaman bagi Bank Lampung KC Bandar Jaya yang nantinya dapat diatasi oleh Bank Lampung KC Bandar Jaya untuk tetap konsisten dalam memberikan kredit usaha kepada rakyat.

Kata Kunci: KUR, SWOT.