

ABSTRAK

Permasalahan yang sedang dihadapi perusahaan saat ini adalah tidak optimalnya pencapaian bisnis dan pendapatan yang diterima. Beberapa rumusan masalah meliputi apa peluang, ancaman, kekuatan, kelemahan pemasaran KPR BCA, apa Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) pemasaran KPR BCA dibanding dengan para pesaingnya, dan strategi pemasaran yang akan diterapkan KPR BCA tahun 2019-2020. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan tujuan mengumpulkan data dan informasi yang menggambarkan keadaan objek penelitian kemudian menganalisisnya sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, *focus group discussion* (FGD), serta studi dokumentasi dengan mengumpulkan data dan informasi yang berhubungan dengan penulisan. Hasil analisis SWOT menunjukkan PT. Bank Central Asia, Tbk mempunyai kekuatan sebagai bank yang mendapat kepercayaan nasabah, memiliki suku bunga yang rendah, proses cepat, manajemen profesional dan sumber daya manusia yang handal namun memiliki kelemahan dalam hal proses masih belum secara digital, belum maksimal memanfaatkan *database* untuk pemasarannya, organisasi yang terlalu besar yang masih terhambat birokrasi. Peluang pasar yang dimiliki PT. Bank Central Asia, Tbk masih besar dengan potensi yang masih besar Rp 160 triliun pertahun serta didukung kondisi ekonomi dan regulasi yang mendukung untuk pemasaran KPR. Namun BCA juga memiliki ancaman dalam hal persaingan maupun barang substitusi serta potensi perubahan kebijakan setelah pemilihan umum.

Kata kunci : PT. Bank Central Asia, KPR BCA, PEST, Five Forces Porter Analysis, CDMP, SWOT, Matriks SWOT, Faktor Kunci Keberhasilan, Ansoff Matrix, Market Penetration, Market Development.

ABSTRACT

Recently, the problems related to the company are not optimal in business achievement and revenue. There have been a number of problem analysis, some of them discuss about the opportunities, threats, strengths, and weaknesses of KPR BCA marketing, what the Key Success Factors (KSF) of KPR BCA are compared to competitors, and the marketing strategies going to be implemented in 2019-2020. This study uses descriptive research method in order to collect data and information describing the research object, and analyze them to draw the conclusion. The data collection methods using interview, focus group discussion (FGD), and documentation study by collecting data and information related to the research. The SWOT analysis has shown that PT. Bank Central Asia, Tbk has the strength by the customer trust, low interest rates, fast process, professional management and reliable human resources. However, BCA's weaknesses such as the process has not been turned to digital, utilizing database for marketing development has not maximal yet, and as a big organization still being obstructed by bureaucracy. Market opportunities are still at large, potentially Rp. 160 trillion per year supported with economic conditions and regulations for KPR marketing. However, the threats existing are the competition as well as substitute products, and also the potential policy changes after the general election.

Keywords: PT. Bank Central Asia, KPR BCA, PEST, Five Forces Porter Analysis, CDMP, SWOT, SWOT Matrix, Key Success Factors, Ansoff Matrix, Market Penetration, Market Development.