



RINGKASAN

ALIA MUTIARA YUNAZ. Upaya Peningkatan Pangsa Pasar Penyaluran Kredit Usaha Rakyat pada Bank BTN Kantor Cabang Bogor. *An Effort to Increase Market Share Distribution of Kredit Usaha Rakyat at Bank BTN Bogor Branch Office*. Dibimbing oleh LIISA FIRHANI RAHMASARI.

Bank Tabungan Negara atau biasa dipanggil Bank BTN merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada bidang industri perbankan, baik secara konvensional maupun syariah. Bank BTN telah memiliki 733 jaringan kantor konvensional dan 109 jaringan kantor syariah yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia guna memudahkan dalam menjangkau produk dan jasa yang ditawarkan. Bank BTN dipercayai oleh Pemerintah untuk ikut serta dalam program pemberdayaan UMKM melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR), Bank BTN Kantor Cabang Bogor memiliki keunggulan dalam kinerja yang cepat pada penyaluran KUR serta telah bekerja sama dengan Lembaga penjamin, Pemasaran KUR yang dilakukan oleh Bank BTN Kantor Cabang Bogor ialah melalui *personal selling* dan surat rekomendasi dari Kantor Cabang Pembantu yang menunjukkan bahwa Bank BTN Kantor Cabang Bogor belum memaksimalkan promosi KUR sehingga perlu meningkatkan pangsa pasar penyaluran Kredit Usaha Rakyat pada Bank BTN Kantor Cabang Bogor.

Penyusunan kajian pengembangan bisnis bertujuan untuk merumuskan ide pengembangan bisnis dalam upaya peningkatan pangsa pasar penyaluran kredit usaha rakyat pada Bank BTN Kantor Cabang Bogor menggunakan analisis lingkungan bisnis dan dianalisis melalui aspek finansial dan non-finansial. Setelah dianalisis maka ide pengembangan tersebut akan diuji melalui aspek finansial yakni laporan analisis pendapatan, beban, laba rugi dan analisis *R/C ratio*. Kajian ini disusun berdasarkan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama tiga bulan di Bank BTN Kantor Cabang Bogor. Metode yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ialah analisis SWOT, *Business Model Canvas*, analisis finansial laba rugi, *R/C ratio* dan analisis pengendalian risiko. Hasil analisis lingkungan, Bank BTN mendapatkan salah satu strategi yakni Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*) yakni menggarap sektor usaha baru dan meningkatkan jumlah debitur melalui pembuatan strategi pemasaran dan pengembangan sumberdaya manusia.

Pengembangan pada elemen *Business Model Canvas* yakni *customer segments* dengan menggarap UMKM agribisnis sektor hulu hingga *on-farm*. Elemen *customer relationships* melakukan diskusi aktif dengan debitur melalui *webinar*, pemberian *reward*. *Key activities* seperti pelatihan, promosi melalui sosialisasi ke Pasar dan sosialisasi dengan bekerjasama dengan sentra UMKM, Intansi UMKM, Klinik Alumni Universitas dengan begitu akan menambah *key partnerships* dan bertambahnya *channels* yakni *webinar* dan sosialisasi. Perubahan pada elemen tersebut akan meningkatkan pada elemen *revenue streams* sebesar Rp12.460.611.558,00 dan *cost structure* sebesar Rp10.127.500.000,00. Pada analisis laba rugi, pengembangan kajian bisnis ini akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp1.748.256.410,00 dengan selisih laba dari sebelum pengembangan sebesar Rp1.679.840.322,00 dan *R/C ratio* lebih dari satu.

Kata kunci: BTN, kredit usaha rakyat, pangsa pasar, strategi pemasaran