



RINGKASAN

AN'NISA NIKHLATUL AKMALIA. Upaya Peningkatan Pangsa Pasar Penjaminan Kredit Usaha Rakyat pada PT Jamkrindo Kantor Wilayah V Semarang. *An Efforts of Increased Market Share Guarantee of Kredit Usaha Rakyat on PT Jamkrindo Office V Semarang*. Dibimbing oleh WAWAN OKTARIZA.

PT Jaminan Kredit Indonesia atau Jamkrindo merupakan perusahaan yang memiliki usaha inti di bidang penjaminan kredit, baik secara konvensional maupun syariah. PT Jamkrindo berkomitmen untuk melaksanakan dan menunjang kebijakan atau program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional demi kesejahteraan kehidupan bangsa. Salah satu program pemerintah yang dilaksanakan oleh perusahaan yaitu memberikan penjaminan terhadap program kredit usaha rakyat. PT Jamkrindo melakukan kerja sama dengan 4 BUMN, 6 BUSN, 17 BPD, 1 Lembaga Pembiayaan dan 2 Koperasi untuk memberikan jaminan kepada calon debitur KUR. Para mitra tersebut dapat dijangkau oleh PT Jamkrindo melalui 9 Kantor Wilayah, 55 Kantor Cabang, 16 Kantor Unit Pelayanan, dan 1 Kantor Cabang Khusus yang tersebar di seluruh Indonesia.

Penyusunan kajian pengembangan bisnis ini memiliki tujuan untuk memuskan ide pengembangan bisnis dalam upaya peningkatan pangsa pasar penjaminan kredit usaha rakyat pada PT Jamkrindo Kantor Wilayah V Semarang melalui analisis lingkungan bisnis dan memetakan ke dalam *business model canvas* dan menganalisis kelayakan pengembangan bisnis upaya peningkatan pangsa pasar penjaminan kredit usaha rakyat pada PT Jamkrindo Kantor Wilayah V Semarang berdasarkan aspek non-finansial dan finansial. Kajian ini disusun berdasarkan hasil Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan selama enam bulan di PT Jamkrindo Kantor Pusat. Metode yang digunakan pada kajian pengembangan bisnis ini yaitu analisis SWOT, analisis *business model canvas*, dan analisis finansial laba rugi. Berdasarkan analisis SWOT strategi yang dapat digunakan pada kajian pengembangan bisnis ini yaitu strategi W-O (*Weakness* dan *Opportunity*) dengan memaksimalkan anggaran perusahaan sehingga dapat mencapai target penjaminan perusahaan melalui pengembangan sumberdaya manusia seperti pengadaan pelatihan, membuat strategi pemasaran relasional, dan menambah target pasar.

Analisis pengembangan bisnis dilakukan melalui analisis BMC dan analisis finansial. Elemen BMC yang mengalami pengembangan yaitu pada *customer segment* dengan menambah Penerima Jaminan yang belum bekerja sama dengan perusahaan dan memiliki unit kerja yang tersebar, pada *customer relationships* dengan melakukan *relationship marketing* melalui FGD, partisipasi aktif, dan pemberian penghargaan, pada *key activities* dengan melakukan penawaran produk secara langsung dan mengadakan pelatihan, sehingga meningkatkan *cost structure* sebesar Rp 431.423.069.061,53, dan meningkatkan *revenue streams* sebesar Rp 701.062.217.323,71. Elemen lain seperti *value proposition*, *channel*, *key resource*, dan *key partners* tidak mengalami perubahan atau pengembangan yang signifikan atau masih tetap sama. Pada analisis finansial lebih difokuskan pada beban, penerimaan, dan laba rugi sehingga memberikan peningkatan keuntungan sebesar Rp 148.939.143.974,10.

Kata kunci: kredit usaha rakyat, pangsa pasar, penjaminan kredit, PT Jamkrindo Kantor Wilayah V, strategi pemasaran.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.