

ANALISIS EFEKTIVITAS SALES DALAM MENINGKATKAN PENYALURAN KREDIT KONSUMER PADA BNI KC MELAWAI RAYA

Salsabilla Ramadhani¹

Universitas Bina Bangsa¹

Email: ramadhanisalsabilla43@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas peran Sales BNI dalam meningkatkan penyaluran kredit konsumen, khususnya produk BNI Griya (KPR) dan BNI Fleksi (KTA) di BNI Kantor Cabang Melawai Raya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan melakukan evaluasi terhadap pencapaian Key Performance Indicator (KPI) selama periode kerja praktek. Hasil analisis menunjukkan bahwa kinerja sales pada produk BNI Griya mencapai tingkat efektivitas sebesar 130,3%, melampaui target yang ditetapkan. Namun, realisasi pada produk BNI Fleksi mencapai 0% dan cross-selling kartu kredit hanya mencapai 25%. Secara keseluruhan, kinerja sales dikategorikan cukup efektif dengan total capaian target kredit gabungan sebesar 64,6%. Rekomendasi penelitian ini adalah perlunya diversifikasi fokus pemasaran dan peningkatan strategi cross-selling agar pencapaian antarproduk menjadi lebih seimbang.

Kata Kunci: Efektivitas Sales, Kredit Konsumer, BNI Griya, BNI Fleksi.

Abstract

This study aims to analyze the effectiveness of the role of BNI Sales in increasing the distribution of consumer credit, particularly the BNI Griya (mortgage loans) and BNI Fleksi (unsecured loans) products at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Melawai Raya Branch Office. The research method used is a quantitative descriptive approach by evaluating the achievement of Key Performance Indicators (KPI) during the internship period. The results of the analysis indicate that the sales performance for the BNI Griya product achieved an effectiveness level of 130.3%, exceeding the predetermined target. However, the realization of the BNI Fleksi product reached 0%, and credit card cross-selling only achieved 25%. Overall, sales performance is categorized as moderately effective, with a total combined credit target achievement of 64.6%. This study recommends the need for diversification in marketing focus and improvement in cross-selling strategies to achieve a more balanced performance across products.

Keywords: Sales Effectiveness, Consumer Credit, BNI Griya, BNI Fleksi.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, khususnya dalam penyaluran kredit konsumen. Bank sebagai lembaga intermediasi

memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui pembiayaan kepada masyarakat. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan penyaluran kredit adalah kinerja tenaga pemasaran (sales).

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebagai salah satu bank BUMN memiliki berbagai produk kredit konsumen unggulan seperti BNI Griya (Kredit Pemilikan Rumah) dan BNI Fleksi (Kredit Tanpa Agunan). Peran Sales dalam memasarkan produk tersebut sangat krusial dalam mencapai target penyaluran kredit yang telah ditetapkan.

Namun, dalam praktiknya masih terdapat perbedaan capaian antara masing-masing produk. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efektivitas kinerja Sales dalam meningkatkan penyaluran kredit konsumen.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana efektivitas kinerja Sales dalam penyaluran kredit consumer.?
2. Bagaimana perbandingan pencapaian antara produk BNI Griya dan BNI Fleksi.?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam kegiatan pemasaran kredit.?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis efektivitas kinerja Sales berdasarkan KPI
2. Membandingkan pencapaian antar produk kredit
3. Mengidentifikasi kendala dan memberikan rekomendasi perbaikan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan evaluatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh selama kegiatan Kuliah Kerja Praktek (KKP) di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Melawai Raya.

Teknik pengumpulan data meliputi:

- Observasi langsung
- Dokumentasi
- Analisis data KPI

Analisis dilakukan dengan membandingkan target dan realisasi kinerja Sales.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Kinerja Sales

Berdasarkan data yang diperoleh, total penyaluran kredit mencapai 64,6% dari target yang ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja Sales berada pada kategori cukup efektif.

Kinerja Produk BNI Griya

Produk BNI Griya menunjukkan performa yang sangat baik dengan tingkat efektivitas mencapai 130,3%. Hal ini disebabkan oleh tingginya minat masyarakat terhadap pembiayaan perumahan serta strategi pemasaran yang efektif.

Kinerja Produk BNI Fleksi

Berbeda dengan BNI Griya, produk BNI Fleksi tidak mencapai target dengan realisasi sebesar 0%. Hal ini menunjukkan adanya kendala dalam pemasaran maupun minat nasabah terhadap produk tersebut.

Cross Selling Kartu Kredit

Kinerja cross-selling kartu kredit hanya mencapai 25%, yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran tambahan masih belum optimal.

Analisis Kendala

Beberapa kendala yang dihadapi antara lain:

- Persaingan dengan bank lain
- Kurangnya minat nasabah terhadap produk tertentu
- Keterbatasan strategi pemasaran.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kinerja Sales dalam penyaluran kredit konsumen di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KC Melawai Raya secara umum berada dalam kategori cukup efektif. Produk BNI Griya menjadi kontributor utama dalam pencapaian target, sedangkan BNI Fleksi dan cross-selling masih memerlukan peningkatan strategi.

Saran

1. Perlu dilakukan diversifikasi strategi pemasaran
2. Meningkatkan promosi produk BNI Fleksi
3. Mengoptimalkan strategi cross-selling
4. Memperluas jaringan dan relasi nasabah

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. 2018. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2019. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rivai, Veithzal. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.
- Website Resmi Bank Negara Indonesia. 2023. *Produk BNI Griya dan BNI Fleksi*. Diakses melalui www.bni.co.id.